

**PENGARUH PERSEPSI NASABAH DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUASAN NASABAH DALAM MENGGUNAKAN M-BANKING (STUDI KASUS PADA
MAHASISWA JURUSAN PERBANKAN SYARIAH ANGKATAN 2019 UNIVERSITAS
ISLAM NEGERI SJECH M. DJAMIL DJAMBEEK BUKITTINGGI)**

Cynthia Suci Hati Faisal *

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sjech M. Djamil
Djambek Bukittinggi
email: cynthiafaraya2@gmail.com

Amsah Hendri Doni

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sjech M. Djamil
Djambek Bukittinggi
email: amsahhendridoni@uinbukittinggi.ac.id

Abstract

The use of internet media among students studying Sharia Banking at the Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi State Islamic University has grown rapidly. However, the perception of students as bank customers is still lacking due to their limited knowledge regarding how to use m-banking and the lack of quality of service provided to customers. This research aims to determine the influence of customer perceptions and service quality on customer satisfaction in using m-banking. The research method used is quantitative, with data collection through observation and questionnaires. Data analysis techniques include correlation analysis, multiple linear regression analysis, t test and determinant test. The results show that there is a significant influence of customer perception and service quality on customer satisfaction, with a strong correlation and a large contribution.

Keywords: Customer Perception, Service Quality, Customer Satisfaction, M-banking.

Abstrak

Penggunaan media internet kalangan mahasiswa yang mempelajari Perbankan Syariah di Universitas Islam Negeri Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi telah berkembang pesat. Namun Persepsi Mahasiswa sebagai nasabah pada bank masih kurang karena terbatasnya keinginan pengetahuan mereka mengenai cara penggunaan pada m-banking dan kurangnya kualitas pelayanan yang diberikan kepada nasabah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi nasabah dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan m-banking. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif, dengan pengumpulan data melalui observasi dan angket. Teknik analisis data meliputi, analisis korelasi, analisis regresi linear berganda, uji t dan uji determinan. Hasilnya menunjukkan terdapat pengaruh yang signifikan persepsi nasabah dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah, dengan korelasi yang kuat dan kontribusi yang besar.

Kata Kunci: Persepsi Nasabah, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Nasabah, M-banking.

I. Pendahuluan

Hadirnya perbankan syariah di Indonesia adalah salah satu alternatif lembaga keuangan yang menggunakan prinsip islam ditengah pesatnya perkembangan industri perbankan ini telah membawa atmosfir baru dalam sistem perbankan Indonesia yang selama ini didominasi oleh sistem perbankan konvensional. Seiring dengan perkembangan zaman yang semakin modern, teknologi informasi berkembang sangat pesat. Salah satunya yaitu bentuk teknologi informasi yang mengalami perkembangan yang signifikan sehingga dapat mempengaruhi pola kehidupan dan cara berkomunikasi manusia di era global ini adalah teknologi informasi yang dikenal sebagai internet.

Perkembangan teknologi informasi, telekomunikasi dan internet menyebabkan mulai munculnya beragam aplikasi bisnis berbasis internet. Sebagaimana yang kita ketahui bahwa dalam dunia perbankan terdapat berbagai macam layanan transaksi seperti: setoran, transfer, kliring, dan sebagainya. Semua transaksi tersebut sampai saat ini masih banyak dilakukan oleh nasabah bank di bank yang bersangkutan. Sehingga ketika nasabah ramai melakukan transaksi perbankan maka nasabah lainnya terpaksa harus mengantri untuk dapat dilayani oleh bank.

Perkembangan teknologi mempengaruhi segala aspek, termasuk perkembangan teknologi perbankan yang tujuannya yaitu memberikan pelayanan yang baik kepada nasabah dan memberikan kemudahan dalam melakukan transaksi. Seiring perkembangan waktu, terjadi perkembangan transaksi ekonomi, tentu kebutuhan nasabah akan kemudahan melakukan transaksi semakin meningkat. Di waktu jam kerja yang sibuk, untuk melakukan transaksi perbankan terutama pengambilan uang secara tunai pasti akan terjadi antrean. Hal ini yang menjadi masalah bagi nasabah yang menggunakan jasa perbankan, apalagi di zaman modern ini, dimana kemajuan teknologi di bidang elektronik telah banyak memberi manfaat, baik bagi masyarakat pada umumnya maupun kalangan perbankan pada khususnya. Layanan jasa pada M-banking perbankan yang cepat dan praktis sangat dibutuhkan sehingga pelayanan dengan sistem tradisional yang memerlukan antrean panjang sudah tidak sesuai lagi.¹

Adanya mobilitas masyarakat yang sangat tinggi mempengaruhi adanya penurunan tingkat kunjungan nasabah untuk bertransaksi di bank secara langsung, hal inilah yang menyebabkan pihak bank memanfaatkan perkembangan teknologi untuk menunjang kegiatan perbankan secara efektif dan efisien. Infrastruktur teknologi informasi yang dibangun perbankan tidak lagi menghubungkan kantor pusat dengan kantor cabang (*delivery channel*)

namun berubah menjadi pengiriman elektronik (*electronic delivery*) yang memungkinkan pihak nasabah bank dapat bertransaksi dengan lebih mudah, aman, nyaman dengan menggunakan internet. Internet merupakan teknologi yang ideal sebagai media dalam melakukan transformasi kegiatan perbankan dalam segi penghematan biaya. Salah satu layanan yang menggunakan fasilitas internet pada dunia perbankan adalah *mobile banking* (m-banking).

II. Metode Penelitian

A. Jenis Penelitian

Riset ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif, meliputi penganalisisan data numerik untuk mengkaji permasalahan penelitian berdasarkan fakta, menggunakan proses analisis, hipotesis, ukuran obyektif, dan data kuantitatif.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Riset yang dilaksanakan di Universitas Islam Negeri Sjech M.Djamil Djambek Bukittinggi ini akan berlangsung di Lokasi Universitas tersebut dan diperkirakan berlangsung mulai September 2022 hingga selesai. Keseluruhan proses tersebut melalui berbagai tahapan, dimulai dari penyusunan proposal penelitian yang akan disajikan dalam bentuk proposal yang komprehensif. Setelah proposal disetujui, peneliti akan melanjutkan menyusun laporan penelitian. Selama kurun waktu tersebut, objek penelitian akan difokuskan untuk mengkaji dan menganalisis aspek-aspek yang berkaitan dengan Universitas Islam Negeri Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi.

C. Populasi dan Sampel

Populasi berarti sekelompok benda atau orang pada suatu tempat yang diteliti oleh para ilmuwan. Dalam hal ini peneliti mengamati seluruh mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi Angkatan 2019 yang berjumlah 420 mahasiswa.

Sampel adalah sumber daya berharga yang mencakup kuantitas tertentu dan serangkaian karakteristik unik yang berasal dari populasi yang lebih besar. Hal ini diperoleh melalui proses yang cermat mengikuti pedoman tertentu agar dapat mewakili seluruh populasi secara akurat. Oleh karena itu, sampel yang diperoleh harus benar-benar mencerminkan keseluruhan demografi dan atribut populasi tempat sampel tersebut diambil.

Riset ini memakai metode non-probability sampling dimana setiap mahasiswa yang mempelajari perbankan syariah tidak mempunyai

kesempatan yang sama untuk terpilih. Sampelnya berjumlah 81 mahasiswa.

D. Sumber Data

Penulis menggunakan data primer dan data sekunder sebagai sumber data. Data primer yakni data yang dikumpulkan secara langsung melalui instrumen yang disiapkan sendiri. Selanjutnya peneliti mengolah dan menganalisis data tersebut untuk menjawab pertanyaan penelitian yang ada. Sebaliknya, data sekunder dapat didefinisikan sebagai informasi yang sebelumnya dikumpulkan oleh entitas atau individu eksternal yang telah melalui pemrosesan dan publikasi untuk tujuan tertentu.

Dalam penelitian ini, peneliti meminta mahasiswa yang mempelajari Perbankan Syariah di Universitas Islam Negeri Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi untuk mengisi kuesioner online.

E. Teknik Pengumpulan Data

Penulis mengumpulkan data yakni dengan pembagian kuesioner-kuesioner pada partisipan. Kuesioner ini berisi pernyataan yang dimaksudkan untuk mengumpulkan informasi spesifik. Kuesioner adalah wadah terstruktur yang dipakai bertujuan untuk mengumpulkan data berbentuk tertulis, baik melalui pertanyaan pilihan ganda atau esai terbuka. Responden mengisi kuesioner memungkinkan pengumpulan wawasan dan data penting tentang variabel yang diteliti.

F. Teknik Analisis Data

1. Uji Instrumen Penelitian

a) Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.²

b) Uji Reliabilitas

Reliabilitas sebenarnya adalah alat ukur untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk suatu variabel dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.³

2. Uji Asumsi Klasik

a) Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi

normal, seperti diketahui bahwa uji T dan F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal, kalau asumsi dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil.

b) Uji Auto Korelasi

Koefesiensi korelasi ialah pengukuran statistik kovarian atau asosiasi antar dua variabel. Uji korelasi bertujuan untuk mengetahui tingkat keeratan hubungan antar variabel yang dinyatakan dengan koefisien korelasi (r).

c) Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali, tujuan dari uji multikolinearitas adalah untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen).

d) Uji Heteroskedastisitas

Untuk menguji apakah variasi kelompok populasi homogen atau tidak. Jika variasi kelompok populasi satu pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas.

3. Uji Regresi Linear Berganda

Analisis Regresi Linear Berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

4. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui persentase sumbangan pengaruh serentak variabel-variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y).

5. Uji Hipotesis

a) Uji T

Untuk menguji hipotesis secara parsial, yaitu untuk melihat pengaruh dari masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat.

b) Uji F

Uji F untuk menguji hipotesis secara serempak dengan tingkat keberartian tertentu seluruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

III. Hasil dan Pembahasan

A. Hasil Penelitian

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh

kuesioner tersebut. Uji validasi digunakan untuk membandingkan nilai r hitung dengan r tabel pada tingkat signifikansi 5%. Bila nilai r hitung lebih besar dari nilai r tabel maka pernyataan atau indikator yang diuji valid. Namun bila nilai r hitung lebih rendah dari nilai r tabel maka tidak valid. Pada penelitian ini seluruh item pernyataan pada variabel mempunyai nilai r lebih besar dari nilai r tabel sebesar 0,218 pada tingkat signifikansi 0,05.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat ukur untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk suatu variabel dikatakan reliable atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

Guildford dan Sperarman Brown berpendapat yakni instrumen disebut reliabel bila Cronbach's alpha lebih tinggi dari batas tertentu (0,60). Berdasarkan data yang diperoleh, nilai Cronbach's alpha variabel X_1 , X_2 dan Y sama sama diatas batas (0,765, 0,886 dan 0,857) yang menunjukkan bahwa Persepsi Nasabah (X_1), Kualitas Pelayanan (X_2) dan Kepuasan Nasabah (Y) adalah dapat diandalkan.

3. Uji Normalitas

Setelah melakukan perhitungan uji normalitas dengan histogram dan uji normalitas dengan p-plot bisa disimpulkan bahwa seluruh variabel normal karena kurva histogram diatas berbentuk parabola dan bukan garis linear sedangkan uji normalitas dengan p-plot menunjukkan bahwa titik-titik ada menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas dan data dikatakan terdistribusi dengan normal.

4. Uji Autokorelasi

Uji Durbin Watson (DW) yakni metode yang biasa digunakan dalam pengujian ini dan dilakukan dengan tingkat signifikansi 95% ($\alpha=0,05$). Tingkat signifikansi ini dipilih sebagai ambang batas untuk tujuan pengambilan keputusan. Dengan melakukan uji DW, analisis dapat menentukan apakah auto korelasi yang diamati signifikan secara statistik atau hanya merupakan hasil kebetulan saja. Intinya, ini membantu dalam menentukan apakah residu menunjukkan pola ketergantungan satu sama lain atau independen dan tidak terkait.

Berdasarkan Hasil Uji Autokorelasi Durbin-Watson dengan Cochrane-Orcutt

$$n = 81$$

$$d = 2.300$$

$$dL = 1.588$$

$$dU = 1.689$$

$$4-DL = 4-1.588 = 2,412$$

$$4-dU = 4-1.689 = 2,311$$

$$\text{Hasil} = dU < d < 4 - dU$$

$$= 1,689 < 2.300 < 2,311 \text{ (Tidak Terdapat Auto Korelasi)}$$

dengan menggunakan uji Cochcrane-Orcutt maka hipotesis nol diterima berarti tidak terdapat gejala autokorelasi.

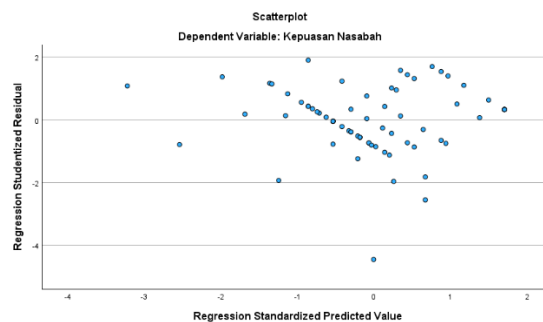
5. Uji Multikolinearitas

Model4		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Persepsi Nasabah	.534	1.872
	Kualitas Pelayanan	.534	1.872

Sumber: Hasil Olahan Data SPSS, 2024

Berdasarkan tabel 4.5 diketahui bahwa nilai VIF variabel persepsi nasabah dan kualitas pelayanan (X2) adalah $1.872 < 10$ dan nilai Tolerance value $0.534 > 0,10$ maka data tersebut tidak terjadi multikolineriartitas.

6. Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Hasil Olahan Data SPSS, 2024

Uji heteroskedastisitas dapat disimpulkan yaitu jika titik-titik menyebar diatas atau di bawah dan titik membentuk suatu pola tertentu maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Dilihat dari gambar 4.3 yaitu menunjukkan bahwa titik-titik tersebut menyebar dan artinya yaitu tidak terjadi heteroskedastisitas.

7. Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		

(Constant)	2.095	1.695		1.237	.220
Persepsi Nasabah	.235	.103	.200	2.279	.025
Kualitas Pelayanan	.415	.054	.675	7.705	.001
a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah					

Sumber: Hasil Olahan Data SPSS, 2024

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

$$Y = 2.095 + 0,235X_1 + 0,415X_2$$

Berdasarkan hasil uji diatas diperoleh nilai a sebesar 2,095 merupakan konstanta atau keadaan saat variabel kepuasan nasabah belum dipengaruhi oleh variabel lainnya yaitu variabel Persepsi Nasabah (X₁) dan Kualitas Pelayanan sebagai (X₂). Jika variabel independen tidak ada maka variabel kepuasan nasabah tidak mengalami perubahan.

Selanjutnya yaitu diperoleh nilai b₁ (nilai koefisien regresi X₁) sebesar 0,235 menunjukkan bahwa variabel Persepsi Nasabah mempunyai pengaruh yang positif terhadap Kepuasan Nasabah yang berarti bahwa setiap kenaikan 1 satuan variabel Persepsi Nasabah maka akan mempengaruhi Kepuasan Nasabah sebesar 0,235 dengan asumsi bahwa variabel lain tidak diteliti dalam penelitian ini.

Selanjutnya yaitu diperoleh nilai b₂ (nilai koefisien regresi X₂) sebesar 0,415 menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan mempunyai pengaruh yang positif terhadap Kepuasan Nasabah yang berarti bahwa setiap kenaikan 1 satuan variabel Kualitas Pelayanan maka akan mempengaruhi Kepuasan Nasabah sebesar 0,415 dengan asumsi bahwa variabel lain tidak diteliti dalam penelitian ini.

8. Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.825 ^a	0.680	0.672	1.39368
a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan (X ₂), Persepsi Nasabah (X ₁)				

Sumber: Hasil Olahan Data SPSS, 2024

Tabel Model Summary memberikan informasi nilai koefisien (R) yakni sebesar 0,825. Berdasarkan hal ini maka Koefisien Determinasi (R Square) sebesar 0,680 yang menunjukkan variabel independen (Persepsi Nasabah dan Kualitas Pelayanan) mempunyai pengaruh yang kuat (68%) terhadap variabel dependen (Kepuasan Nasabah). Sisanya sebesar 32% dipengaruhi oleh variabel yang belum diteliti seperti kualitas produk, harga, biaya dll.

9. Uji Hipotesis

a) Uji T

Uji t pada dasarnya digunakan untuk mengetahui tingkat signifikan koefisien regresi. Jika suatu koefisien regresi menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen (Persepsi Nasabah dan Kualitas Pelayanan) secara individual dalam menerangkan variabel dependen (Kepuasan Nasabah) Apabila dengan melihat probabilitas dan membandingkan dengan taraf kesalahan (α) yang digunakan yaitu 5% atau 0,05. Jika nilai signifikan $< 0,05$ maka dapat dikatakan signifikan.

Model	T	Sig.
(Constant)	1.237	.220
Persepsi Nasabah	2.279	.025
Kualitas Pelayanan	7.705	.001

Sumber: Hasil Olahan Data SPSS, 2024

Rumus

$$t_{\text{tabel}} = t_{(\alpha/2 : n-k-1)}$$

$$\alpha = 5\% = t_{(0,05/2 : 81-2-1)}$$

$$= 0,025 : 78$$

$$= 1,990 \text{ (dilihat dari titik persentase distribusi t)}$$

$$\text{nilai sign } 0,001 < 0,05$$

$$t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$$

$$2.279 > 1.990$$

Sesuai dengan tabel diatas, yaitu hasil uji t (persial) menunjukkan bahwa nilai signifikan Persepsi Nasabah (X_1) terhadap Kepuasan Nasabah dalam menggunakan m-banking (Y) adalah $0,001 < 0,05$ dan nilai t hitung $2,279 >$ dari nilai t tabel 1,990. Maka H_{01} ditolak dan H_{a1} diterima. Artinya terdapat pengaruh Persepsi Nasabah (X_1) terhadap Kepuasan Nasabah (Y) secara signifikan.

Sesuai dengan tabel diatas, yaitu hasil uji t (persial) menunjukkan bahwa nilai signifikan Kualitas Pelayanan (X2) terhadap Kepuasan Nasabah dalam menggunakan m-banking (Y) adalah $0,001 < 0,05$ dan nilai t hitung $7.705 >$ dari nilai t tabel $1,990$. Maka H_{02} ditolak dan H_{a2} diterima. Artinya terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan (X2) terhadap Kepuasan Nasabah (Y) secara signifikan.

b) Uji F

c) ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	322.004	2	161.002	82.891	.001 ^b
	Residual	151.502	78	1.942		
	Total	473.506	80			
a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah						
b. Predictors: (Constant), Kualitas pelayanan, Persepsi Nasabah						

Sumber: Hasil Olahan Data SPSS, 2024

Nilai sign $< 0,05$

Nilai f hitung $>$ nilai f tabel

Nilai f tabel = $3,11$

Nilai signf. $0,001 < 0,05$

Nilai f hitung $82,891 >$ nilai f tabel $3,11$

Sesuai dengan tabel diatas, dapat diketahui nilai signifikansi untuk Persepsi Nasabah (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) terhadap Kepuasan Nasabah (Y) adalah sebesar $0,001 < 0,05$ dan nilai f hitung $82,891 >$ nilai f tabel $3,11$. Hal tersebut membuktikan bahwa H_{03} ditolak dan H_{a3} diterima. Artinya terdapat pengaruh Persepsi Nasabah (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) terhadap Kepuasan Nasabah (Y) secara signifikan.

B. Pembahasan

1. Pengaruh Persepsi Nasabah (X1) terhadap Kepuasan Nasabah (Y) Dalam Menggunakan M-banking.

Hasil uji t (persial) menunjukkan bahwa nilai signifikan Persepsi Nasabah (X1) terhadap Kepuasan Nasabah dalam menggunakan m-banking (Y) adalah $0,001 < 0,05$ dan nilai t hitung $2,279 >$ dari nilai t tabel $1,990$. Maka H_{01} ditolak dan H_{a1} diterima. Hal ini dapat disimpulkan

bahwa artinya terdapat pengaruh Persepsi Nasabah (X_1) terhadap Kepuasan Nasabah (Y) secara signifikan.

Berdasarkan dari kajian tersebut dapat diketahui bahwa tingkat persepsi nasabah mahasiswa UIN Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan aplikasi m-banking selama ini meningkat dilihat dari yang sudah penulis teliti mahasiswa banyak yang merasakan kemudahan dalam penggunaan dan mengakses m-banking dan mahasiswa percaya pada kemampuan m-banking dalam melindungi privasi nasabah. Berdasarkan hasil kajian di atas bahwa tingkat persepsi nasabah mahasiswa UIN Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi memahami dan mengerti bagaimana cara kerja atau penggunaan aplikasi m-banking dalam meningkatkan kepuasannya, sehingga selama ini persepsi nasabah berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna m-banking pada mahasiswa UIN Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi.

2. Pengaruh Kualitas Pelayanan (X_2) Terhadap Kepuasan Nasabah (Y) Dalam Menggunakan M-Banking.

Hasil uji t (persial) menunjukkan bahwa nilai signifikan Kualitas Pelayanan (X_2) terhadap Kepuasan Nasabah dalam menggunakan m-banking (Y) adalah $0,001 < 0,05$ dan nilai t hitung $7,705 >$ dari nilai t tabel $1,990$. Maka H_{02} ditolak dan H_{a2} diterima. Artinya terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan (X_2) terhadap Kepuasan Nasabah (Y) secara signifikan.

Berdasarkan dari kajian tersebut dapat diketahui bahwa tingkat kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan m-banking selama ini meningkat dilihat dari yang penulis teliti mahasiswa banyak yang merasakan dampak baik dari mengenai bagaimana kualitas pelayanan yang diberikan selama menggunakan m-banking contohnya yaitu mahasiswa pengguna m-banking tersebut puas akan fitur yang lengkap yang terdapat pada aplikasi m-banking selain itu juga mahasiswa puas akan kualitas pelayanan yang diberikan terdapat customer service dan juga call center yang mampu menangani masalah atau membantu kesulitan pada aplikasi m-banking dengan baik dan memuaskan. Selain itu juga kualitas pelayanan yang diberikan sudah sesuai yang diharapkan nasabah.

3. Pengaruh Persepsi Nasabah (X_1) dan Kualitas Pelayanan (X_2) Terhadap Kepuasan Nasabah (Y) Dalam Menggunakan M-banking.

Dapat diketahui nilai signifikansi untuk Persepsi Nasabah (X_1) dan Kualitas Pelayanan (X_2) terhadap Kepuasan Nasabah (Y) adalah sebesar $0,001 < 0,05$ dan nilai f hitung $82,891 >$ nilai f tabel $3,11$. Hal

tersebut membuktikan bahwa H_03 ditolak dan H_a3 diterima. Artinya terdapat pengaruh Persepsi Nasabah (X_1) dan Kualitas Pelayanan (X_2) terhadap Kepuasan Nasabah (Y) secara signifikan.

Berdasarkan dari kajian tersebut dapat diketahui bahwa tingkat persepsi nasabah dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan m-banking meningkat dan berpengaruh positif dilihat dari yang penulis teliti data yang diperoleh dari hasil kuesioner bahwasannya ditemukan beberapa perbedaan yang signifikan antara mahasiswa yang memahami layanan perbankan melalui mobile banking (m-banking) dan mereka yang tidak. Beberapa mahasiswa mengaku telah familiar dan nyaman menggunakan aplikasi m-banking untuk berbagai transaksi finansial seperti transfer uang, pembayaran tagihan, dan pembelian pulsa. Mereka menilai m-banking sangat membantu dalam mengelola keuangan sehari-hari dengan lebih efisien. Sebaliknya beberapa responden mengungkapkan ketidakpahaman atau ketidaknyamanan dalam menggunakan layanan m-banking. Faktor-faktor seperti kurangnya pemahaman teknologi, kekhawatiran tentang keamanan data, dan preferensi terhadap transaksi konvensional menjadi alasan utama mereka enggan beralih ke m-banking. Temuan ini menunjukkan perlunya peningkatan edukasi digital di kalangan mahasiswa agar lebih banyak yang dapat memanfaatkan kemudahan dan kepraktisan yang ditawarkan oleh teknologi perbankan modern.

Data lainnya yang menunjukkan beberapa mahasiswa merasa puas dengan pelayanan yang diberikan, mengapresiasi ketersediaan fasilitas dan responsivitas staf dalam menangani keluhan. Namun, sebagian lainnya mengungkapkan ketidakpuasan mereka, menyoroti kurangnya konsistensi dalam pelayanan dan lambatnya proses penanganan terhadap nasabah.

IV. Kesimpulan

1. Hasil data yang didapatkan Persepsi Nasabah (X_1) Terhadap Kepuasan Nasabah (Y) dalam menggunakan m-banking didapatkan hasil yaitu $0,001 < 0,05$ dan nilai t hitung $2,279 >$ dari t tabel $1,990$. Yang artinya terdapat Pengaruh Persepsi Nasabah (X_1) Terhadap Kepuasan Nasabah (Y) secara signifikan.
2. Hasil data yang didapatkan Kualitas Pelayanan (X_2) Terhadap Kepuasan Nasabah dalam menggunakan m-banking didapatkan hasil $0,001 < 0,05$ dan nilai t hitung $7,705 >$ dari nilai t tabel $1,990$. Yang artinya terdapat

Pengaruh Kualitas Pelayanan (X2) Terhadap Kepuasan Nasabah (Y) secara signifikan.

3. Hasil data yang di dapatkan yaitu Persepsi Nasabah (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) Terhadap Kepuasan Nasabah dalam menggunakan m-banking secara simbotan adalah $0,001 < 0,05$ dan nilai f hitung 82, 891 > nilai f tabel 3,11. Yang artinya terdapat Pengaruh Persepsi Nasabah (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) Terhadap Kepuasan Nasabah (Y) dalam menggunakan m-banking secara signifikan.

Daftar Pustaka

- Ahmadi Abu. 2012. Psikologi Umum. Surabaya: Bina Ilmu.
- Gregorius Chandra dan Fandy Tjiptono. 2012. Pemasaran Strategik. Yogyakarta: Andi Offset.
- Imam, Ghazali. 2014. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS. Semarang: Penerbit Universitas Diponogoro.
- Jakarni Ahmad. 2015. Minat Terhadap Penggunaan M-banking.
- Kartono, Kartini. 2011. Psikologi Sosial Untuk Manajemen, Perusahaan dan Industri. Jakarta: Rajawali.
- Liliwery Alo. 2011. Persepsi Teoritis, Komunikasi Antar Pribadi. Bandung: Cipta Aditya Bakti.
- Sudaryono. 2016. Manajemen Pemasaran Teori & Implementasi. Yogyakarta: Andi Offset.
- Walgito Bimo. 2010. Pengantar Psikologi Umum. Yogyakarta: Cv Andi Offset.
- Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, Marketing Manajemen, ed. k15 (Pearson, 2016