

Madani: Jurnal Ilmiah Multidisiplin
Volume 3, Nomor 6, July 2025, P. 37-45
E-ISSN: 2986-6340
Licensed by CC BY-SA 4.0
DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.15769186>

Pengaruh Fitur Mobile Banking dan Persepsi Nasabah Terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi MyBCA

Sheryn Geofany

Program Studi Akuntansi, Fakultas Bisnis Dan Akuntansi, Universitas Katolik Musi Charitas
 Palembang

Email: Sheryngeofany@gmail.com

Abstrak

Persaingan bisnis dalam dunia perbankan semakin ketat baik di pasar maupun di internasional. Untuk memenuhi kepuasan nasabah pada industri perbankan, kualitas layanan yang diberikan kepada nasabah sangatlah penting bagi Perusahaan untuk dikelola dengan baik. Dalam Upaya memberikan layanan yang terbaik bagi nasabahnya, bank mengeluarkan produk jasa yang dapat memenuhi kebutuhan nasabah dengan menggunakan media elektronik yang dikenal dengan Mobile Banking. Melalui Mobile Banking nasabah dapat mengakses produk dan jasa perbankan yang ditawarkan dengan menggunakan smartphone Dimana saja dan kapan saja selama 24 jam tanpa harus datang ke bank atau ke ATM. Kecuali untuk melakukan transaksi tarik dan setor tunai. Layanan Mobile Banking diharapkan dapat memudahkan nasabah dalam bertransaksi. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh Fitur Mobile Banking yang meliputi penggunaan aplikasi, keamanan sistem, dan kecepatan sistem Mobile Banking terhadap kepuasan nasabah BCA Palembang. Metode penelitian ini menggunakan metode kuisioner yang disebarkan sebanyak 100 responden. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear berganda untuk mengetahui pengaruh lebih dari satu variabel bebas terhadap satu variabel terikat. Hasil dari penelitian yang dilakukan terhadap 100 responden pengguna aplikasi Mobile Banking BCA menunjukkan bahwa adanya hubungan antara fitur yang ada dalam Mobile Banking dan juga Persepsi Nasabah berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

Kata kunci: *fitur mobile banking, persepsi nasabah, kepuasan pengguna*

Abstract

Business competition in the banking world is getting tighter both in the market and internationally. To fulfill customer satisfaction in the banking industry, the quality of service provided to customers is very important for the Company to be managed properly. In an effort to provide the best service for its customers, banks issue service products that can meet customer needs by using electronic media known as Mobile Banking. Through Mobile Banking, customers can access banking products and services offered using smartphones anywhere and anytime for 24 hours without having to come to the bank or ATM. Except for making cash withdrawal and deposit transactions. Mobile Banking services are expected to make it easier for customers to make transactions. The purpose of this study was to determine the Influence of Mobile Banking Features which include the use of applications, system security, and speed of the Mobile Banking system on BCA Palembang customer satisfaction. This research method uses a questionnaire method distributed to 100 respondents. The analysis technique used in this study is multiple linear regression to determine the effect of more than one independent variable on one dependent variable. The results of the study conducted on 100 respondents who use the BCA Mobile Banking application show that there is a relationship between the features in Mobile Banking and Customer Perceptions that affect customer satisfaction.

Keywords: *mobile banking features, customer perceptions, user satisfaction*

Article Info

Received date: 10 June 2025

Revised date: 17 June 2025

Accepted date: 24 June 2025

PENDAHULUAN

Persaingan bisnis dalam dunia perbankan semakin ketat, untuk memenuhi kepuasan nasabah dalam industri perbankan, kualitas pelayanan nasabah sangat penting bagi perusahaan untuk dikelola dengan baik agar tetap mendapatkan kepercayaan dari nasabah. Dalam memberikan kualitas pelayanan yang baik, bank mengeluarkan layanan perbankan yang dapat memenuhi kebutuhan nasabah dengan menggunakan smartphone tanpa harus datang ke ATM, layanan ini dikenal dengan *M-Banking*.

(Nursiah, 2022) Layanan M-Banking diharapkan dapat memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh Layanan M-Banking

yang meliputi kemudahan penggunaan layanan dan keamanan system terhadap kepuasan nasabah pada Bank BCA (myBCA).

Kepuasan Nasabah dapat memberikan keuntungan jangka Panjang bagi perusahaan penyedia jasa (Bank). Apabila nasabah selalu merasa puas terhadap layanan yang diberikan oleh Bank, artinya akan kecil kemungkinan nasabah untuk berpindah ke Bank lain. Nasabah juga akan cenderung menggunakan Kembali bank yang mampu memberikan pelayanan yang terbaik dan memuaskan, biasanya nasabah juga akan mempromosikan pelayanan yang mereka dapatkan kepada calon nasabah lain.

Dalam menjalankan usahanya, Bank harus memberikan pelayanan yang terbaik bagi nasabahnya dan harus didukung dengan sarana dan prasarana yang memadai agar menarik minat Masyarakat untuk menjadi nasabah baru dan tidak berpindah kepada competitor lain. Salah satunya adalah dengan mengeluarkan produk yang dapat memenuhi kebutuhan nasabah yaitu M-Banking.

Bank BCA baru saja merilis myBCA, digital platform terbaru dari BCA dimana Anda hanya memerlukan single user ID untuk dapat mengakses seluruh informasi rekening yang dimiliki di BCA dengan menggunakan BCA ID. MyBCA dapat diakses melalui aplikasi di smartphone (Android & iOS) atau melalui web browser. Pada myBCA, seluruh rekening yang Anda miliki di BCA dapat diakses hanya dalam satu platform saja. Anda jadi semakin mudah untuk mengakses dari device manapun. Untuk menggunakan myBCA, Anda harus login menggunakan BCA ID.

TINJAUAN PUSTAKA

Bank

Menurut (Novia Kusuma Wati, Yike Diana Putri, Sri Winarni, 2022) Kasmir (2014) Bank adalah perusahaan yang bergerak di bidang keuangan, artinya aktivitas perbankan selalu berkaitan dalam bidang keuangan dengan menerima simpanan giro, Tabungan dan deposito merupakan kegiatan utamanya. Aktifitas menghimpun dana merupakan mengumpulkan atau mencari dana dengan cara membeli dari Masyarakat luas dan menyalurkan Kembali dana kepada Masyarakat serta jasa-jasa bank lainnya hingga dikenal dengan istilah *Funding* dan *Lending*. Sedangkan menurut UU Nomor 10 Tahun 1998 mengatakan bahwa Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari Masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya ke Masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.

Menurut Grace dan Novander (2017) Bank adalah Lembaga keuangan dengan kegiatan usaha menghimpun dana dari Masyarakat dan menyalurkan Kembali dana ke masyarakat dalam bentuk kredit serta memberikan jasa-jasa bank lainnya. Sedangkan menurut Mulia dan Afriyeni (2017) Bank adalah Lembaga keuangan yang dalam operasinya mengumpulkan dana dari Masyarakat yang kelebihan dana (*surplus spending unit*) dan menyalurkan dana berupa kredit kepada Masyarakat yang membutuhkan dana (*deficit spending unit*). Sehingga dapat disimpulkan bahwa bank adalah suatu Lembaga keuangan yang menghimpun dan menyalurkan dana, serta jasa-jasa bank kepada Masyarakat.

Fitur Mobile Banking

Menurut Kotler dan Armstrong (2008: 273) Mengatakan Fitur adalah sarana kompetitif untuk mendiferensiasikan produk perusahaan dari produk pesaing. Menurut Fandy Tjiptono dalam Permitasari (2016) Mengatakan bahwa fitur adalah unsur-unsur produk yang dipandang penting oleh konsumen dan dijadikan dasar pengambilan keputusan pembelian. Fitur produk dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Fitur adalah sesuatu yang ada didalam suatu produk merupakan fungsi dasar atau kemampuan khusus yang ada pada suatu produk, dan merupakan fasilitas tambahan yang disertakan dalam sebuah produk.

Pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa fitur produk merupakan elemen penting yang terdapat dalam suatu produk. Fitur produk yang menonjolkan sifat unik, khas dan istimewa yang berbeda dengan produk pesaing. Fitur produk yang menarik akan mempengaruhi konsumen untuk melakukan keputusan pembelian sehingga berpengaruh terhadap meningkatnya volume penjualan perusahaan.

Persepsi Nasabah

Persepsi adalah proses yang memberikan reaksi kepada rangsangan dan memungkinkan manusia untuk mengendalikan rangsangan tersebut melalui alat inderanya, menjadikannya kemampuan itulah dimungkinkan individu mengenali lingkungan pergaulannya. (Setiadi, 2016)

Persepsi merupakan suatu proses yang dialami oleh individu untuk menafsirkan kesan-kesan dari indranya untuk memberikan makna dalam lingkup lingkungannya. Maka nasabah bank memiliki pandangan dan kesan untuk menilai kondisi dan situasi yang diperolehnya selama berinteraksi dengan mekanisme pada perbankan. Persepsi berkaitan dengan interpretasi individu secara subjektif tentang kesadaran seseorang dari pengamatan atau keadaan yang memberikan sudut pandang berdasarkan pengalamannya (Samovar, dkk., 2017:200). Dengan adanya persepsi menimbulkan komunikasi, sebagai interaksi dari interpretasi yang didasarkan dari pengalaman dan lingkungan nasabah tersebut. Dalam hal ini persepsi nasabah berkaitan interpretasinya atas pemanfaatan atau penggunaan produk ataupun jasa perbankan.

Dalam komunikasi verbal, Yuniarti (2015:110) mendefinisikan bahwa persepsi adalah proses pengorganisasian dan pemaknaan terhadap kesan-kesan sensorik untuk memberi arti pada lingkungannya. Proses persepsi individu memiliki persepsi berbeda atas obyek yang sama yang ditimbulkan dari perhatian atau cara pandang yang berbeda. Dalam konteks pemanfaatan produk dan jasa perbankan yang berbasis teknologi informasi, persepsi nasabah yang timbul tergantung pada kesan sensorik selama berinteraksi dengan seluruh elemen perbankan tersebut.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa persepsi nasabah adalah cara pandang nasabah terhadap proses penginterpretasian berbagai informasi dan pengalamannya selama interaksinya dan terlibat dalam sistem perbankan.

Persepsi nasabah menunjukkan perhatiannya pada aksi dan reaksi tertentu dari situasi lingkungannya, pengalaman dan kebutuhan produk atau jasa bank yang melatar belakangnya. Sehingga menjadi preferensi bagi nasabah tersebut ketika dikaitkan dengan harapan yang diinginkannya terjadi.

Mobile Banking

Menurut Otoritas Jasa Keuangan Mobile Banking atau biasa disebut dengan M-Banking, merupakan transaksi perbankan melalui media handphone baik dalam bentuk aplikasi Mobile Banking atau operator seluler yang dapat diakses dimana saja dan kapan saja,

Menurut (Riayu dan Susanto, 2023) M-Banking adalah fasilitas dari penyedia jasa dan bank dengan tujuan mempermudah Masyarakat melakukan transaksi keuangan maupun non-keuangan dengan menggunakan perangkat telepon yang dapat diakses jika memiliki internet. M-Banking adalah fasilitas yang diberikan oleh penyedia jasa layanan kepada nasabah dengan tujuan mempermudah nasabah dalam bertransaksi dengan memanfaatkan fitur-fitur yang telah tersedia di aplikasi yang telah di unduh dan telah di daftarkan.

Kepuasan Nasabah

Kepuasan yang berdasarkan asal kata puas menunjukkan perasaan senang atau menunjukkan sifat kesenangan atau kelegaan 35 yang dipicu oleh berbagai sebab yang dirasakan oleh seseorang (BPPB, 2016). Kepuasan bagi seseorang merupakan perasaan puas, atau rasa senang dan kelegaan seseorang ditimbulkan karena menggunakan atau memakai sesuatu paling tidak seperti yang diinginkan. Sesuatu yang digunakan tersebut bisa berbentuk barang maupun jasa untuk memenuhi kebutuhan seseorang.

Kepuasan (satisfaction) bersumber dari bahasa latin yaitu satis diartikan bahwa cukup banyak atau memadai, sedangkan facio diartikan dengan melakukan atau membuat. Gerson (2017:220) mengartikan kepuasan sebagai upaya manusia untuk melakukan pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu untuk memadai. Selanjutnya berkaitan dengan kebutuhan manusia terhadap sesuatu produk atau jasa, (Nabil Musyaffa, Ngatno, 2019) menjelaskan bahwa kepuasan adalah perasaan senang seseorang yang muncul setelah membandingkan antara harapan terhadap kinerja produk yang dipikirkan terhadap hasil yang diharapkan.

Nasabah bank merupakan pelanggan atau pengguna dari produk-produk atau jasa-jasa konsumsi suatu produk atau jasa yang disediakan oleh bank. Maka kepuasan nasabah dapat dikaitkan dengan evaluasi yang dilakukan oleh nasabah terhadap produk atau jasa bank. Evaluasi yang dilakukan tersebut dengan sadar atau melakukan penilaian secara kognitif tentang kinerja produk apakah apakah produk bersangkutan cocok atau tidak cocok dengan tujuan penggunaannya atau apakah produk atau jasa bank sudah relatif bagus atau masih dianggap jelek (Indrasari, 2019:29).

Dalam dunia perbankan, kepuasan nasabah merupakan hal yang penting karena pada dasarnya kepuasan nasabah dapat menghasilkan profit dalam jangka panjang. Kepuasan nasabah dapat berubah sesuai dengan ekspektasi atau harapan baik terhadap produk maupun jasa atau juga layanan yang dirasakan oleh para nasabahnya.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif, Menurut Azwar penelitian kuantitatif yaitu penelitian yang menekankan pada data-data numerical (angka) yang diolah dengan metode statistika. Menurut Subana dan Sudrajat penelitian kuantitatif dilihat dari segi tujuan, penelitian ini dipakai untuk menguji suatu teori, menyajikan suatu fakta atau mendeskripsikan statistic, dan untuk menunjukkan hubungan antar variable dan adapula yang sifatny mengembangkan konsep, mengembangkan pemahaman atau mendeskripsikan banyak hal.

Yang menjadi populasi pada penelitian kami kali ini adalah pengguna yang telah menggunakan aplikasi myBca selama kurang lebih 3 bulan di kota Palembang. Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data yang digunakan adalah survei melalui kuesioner. Kuesioner merupakan metode yang efektif dan efisien dalam mengumpulkan data dari sejumlah besar responden. Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini berisi sejumlah pernyataan yang dirancang untuk mengukur persepsi responden terkait fitur mobile banking myBCA, serta tingkat kepuasan mereka sebagai nasabah. Kuesioner akan disebarakan secara online, memanfaatkan jaringan dan media sosial untuk mencapai sebanyak mungkin responden. Penggunaan kuesioner dalam penelitian ini memungkinkan pengumpulan data yang objektif dan kuantitatif, yang dapat memberikan gambaran yang jelas dan akurat tentang persepsi dan pengalaman nasabah BCA . Selain itu, kuesioner juga memungkinkan anonimitas, yang dapat mendorong responden untuk memberikan jawaban yang jujur dan akurat. Pengujian data statistik nantinya dicari dengan aplikasi SPSS, untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan oleh peneliti.

HASIL PENELITIAN

Tabel 1.

No.	Uraian	Frekuensi	Presentase
1.	Jenis Kelamin		
	a. Laki - Laki	68	68,0
	b. Perempuan	32	32,0
	Total	100	100,0
2.	Umur		
	a. 20-30 Tahun	41	41,0
	b. 31-40 Tahun	25	25,0
	c. 41-50 Tahun	22	22,0
	d. >51 Tahun	12	12,0
	Total	100	100,0
3.	Pekerjaan		
	a. Mahasiswa	30	30,0
	b. Ibu Rumah Tangga	20	20,0
	c. Karyawan	35	35,0
	d. Pengusaha	15	15,0
	Total	100	100,0

Berdasarkan data hasil jawaban kuisisioner oleh responden penelitian pada Tabel 4.1 tersebut di atas, maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan Tabel 4.1 menunjukan bahwa dari 100 responden penelitian menunjukkan sejumlah 68,0% responden adalah laki-laki sedangkan 32,0% responden adalah perempuan. Hal ini menunjukkan bahwa penelitian ini lebih banyak nasabah laki-laki yang mengisi kuesioner dibandingkan perempuan.

Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Berdasarkan data usia pada Tabel 4.1, menunjukkan bahwa dari 100 responden terdapat karakteristik responden berdasarkan umur, yakni usia 20-30 tahun sebanyak 41,0% responden, usia 31-40 tahun sebanyak 25,0% responden, usia 41-50 tahun sebanyak 22,0% responden dan umur diatas 50 tahun 12,0%. Dapat disimpulkan bahwa yang menjadi responden paling dominan adalah para kalangan milenial atau berusia rata-rata antara 20-30 tahun.

Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Berdasarkan lama bekerja dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 4.1 menunjukkan bahwa dari 100 responden terdapat karakteristik responden berdasarkan pekerjaan di Palembang yakni mahasiswa/pelajar sebanyak 30 (30,0%) responden, Ibu Rumah Tangga sebanyak 20 (20,0%) responden, “Karyawan” sebanyak 35 (35,0%) responden, Pengusaha sebanyak 15 (15,0%) responden, Hal ini dapat disimpulkan bahwa pada kuisioner ini rata-rata diisi oleh mahasiswa di kota Palembang.

Tanggapan Responden Terhadap Fitur Mobile Banking

Tabel 2.

No	Item Pernyataan	Penilaian					Mean
		STS	TS	KS	S	SS	
1	Fitur myBCA sangat jelas memberi petunjuk dan informasi untuk saya gunakan	2	1	11	56	30	4,11
2	Fitur myBCA sangat mudah untuk saya akses melalui handphone	0	1	7	48	44	4,35
3	Fitur myBCA menyediakan banyak layanan transaksi keuangan untuk saya	0	2	15	45	38	4,19
4	Fitur myBCA dapat memenuhi kebutuhan transaksi keuangan	2	2	20	43	33	4,03
5	Fitur myBCA memberikan inovasi sejak saya gunakan	2	0	10	56	32	4,16
6	Fitur myBCA yang dikembangkan dapat memenuhi kebutuhan transaksi saya	2	0	13	41	44	4,25
Mean							4,18

Berdasarkan Tabel 4.2 dapat disimpulkan bahwa perhitungan rerata (mean) untuk variabel fitur mobile banking adalah sebesar 4,18 maknanya bahwa responden merasakan “Setuju” pada pernyataan fitur mobile banking myBCA.

Tanggapan Responden Terhadap Persepsi Nasabah

Tabel 3

No	Item Pernyataan	Penilaian					Mean
		STS	TS	KS	S	SS	
1	Penggunaan myBCA sangat praktis, saya dapat melakukannya kapan saja	0	1	15	46	38	4,21
2	Penggunaan myBCA tidak mengganggu kegiatan saya yang lain	0	0	13	50	37	4,24
3	Saya dengan mudah dapat membuka layanan aplikasi myBCA 24 jam	1	1	13	40	45	4,27
4	Saya dapat menghubungi pihak bank jika terkendala dalam menggunakan myBCA	0	3	16	48	33	4,11
5	Transaksi saya di myBCA cepat proses	0	1	11	56	32	4,19
6	Saya selalu menerima informasi tentang transaksi di myBCA	0	3	12	47	38	4,20
7	Kerahasiaan transaksi saya di myBCA terjaga	1	0	6	55	38	4,29
8	PIN myBCA saya terjamin	0	0	3	52	45	4,42
Mean							4,24

Berdasarkan Tabel 3 dapat disimpulkan bahwa perhitungan rerata (mean) untuk variabel persepsi nasabah adalah sebesar 4,24 maknanya bahwa responden merasakan “Setuju” pada pernyataan persepsi nasabah Bank BCA

Tanggapan Responden Terhadap Kepuasan Penggunaan myBCA

Tabel 4.

No	Item Pernyataan	Penilaian					
		STS	TS	KS	S	SS	Mean
1	Saya puas dengan kemudahan dari aplikasi myBCA yang disediakan oleh bank	1	1	7	51	40	4,28
2	Saya merasa puas dan nyaman bertransaksi menggunakan aplikasi myBCA yang sudah memenuhi kebutuhan transaksi	1	0	11	48	40	4,26
3	Saya puas dengan efisiensi waktu dalam menggunakan myBCA	0	0	10	46	44	4,34
4	Biaya transaksi murah pada aplikasi myBCA dari pada aplikasi mobile banking lainnya	1	5	17	51	26	4,96
5	Saya merasa bahwa myBCA sudah sesuai dengan yang diharapkan	0	1	8	55	36	4,26
6	Kinerja myBCA sudah sangat memuaskan	1	0	8	54	37	4,26
7	Saya tetap terus menggunakan myBCA untuk kebutuhan transaksi keuangan saya	0	3	2	60	35	4,27
8	Saya sudah merekomendasikan myBCA kepada teman dan keluarga	1	1	6	47	45	4,34
Mean							4,37

Berdasarkan Tabel 4 dapat disimpulkan bahwa perhitungan rerata (mean) untuk variabel kepuasan penggunaan myBCA adalah sebesar 4,37 maknanya bahwa responden merasakan “Setuju” pada pernyataan kepuasan penggunaan myBCA.

Uji Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda dilakukan untuk mengetahui pengaruh fitur mobile banking dan persepsi nasabah terhadap kepuasan pengguna myBCA pada kalangan masyarakat Palembang , serta untuk mengetahui sejauh mana besarnya pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Hasil pengujian dari analisis regresi linear berganda ditunjukkan pada Tabel 4.5.

Uji Regresi Linear Berganda

Tabel 5

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error				Tolerance	VIF
(Constant)	8,455	3,906		2,165	0,033		
Fitur MB	0,276	0,098	0,240	2,830	0,006	0,988	1,012
Persepsi Nasabah	0,548	0,098	0,477	5,615	0,000	0,988	1,012

Berdasarkan Tabel 5 yang diperoleh dari hasil pengolahan dengan menggunakan program SPSS 25 maka diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = 8,455 + 0,276 X_1 + 0,548 X_2 + e$$

Model persamaan pada Tabel 4.5 dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta yaitu 8,455, angka ini menunjukkan bahwa jika variabel fitur mobile banking (X_1) dan persepsi nasabah (X_2) dianggap konstan maka nilai variabel kepuasan pengguna myBCA (Y) sebesar 8,455.
2. Besarnya koefisien regresi b_1 adalah 0,276 (memiliki arah positif), hal ini menunjukkan bahwa dengan meningkatnya variabel fitur mobile banking (X_1) maka akan meningkatkan kepuasan pengguna aplikasi myBCA.

3. Besarnya koefisien regresi b_2 adalah 0,548 (memiliki arah positif), hal ini menunjukkan bahwa dengan meningkatnya variabel persepsi nasabah (X_2) maka akan meningkatkan kepuasan pengguna aplikasi myBCA.

Hasil Uji Validitas

Uji validitas ini digunakan untuk mengukur tingkat kevalidan atau keabsahan suatu kuesioner. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan r_{hitung} dari hasil output dengan r_{tabel} yang penyelesaiannya dilakukan dengan menggunakan program SPSS 23, dimana suatu pernyataan kuesioner dikatakan valid jika $R_{hitung} > R_{tabel}$ maka dinyatakan valid, namun, sebaliknya jika $R_{hitung} < R_{tabel}$ maka dinyatakan tidak valid. Dalam penelitian ini dilakukan dengan uji signifikan dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan nilai r_{tabel} untuk degree of freedom (df) = $n-2$. Dalam hal ini n adalah jumlah sampel atau responden dengan $df = 100-2$ atau $df = 98$ dan taraf signifikan adalah 0,05 sehingga diperoleh hasil untuk $R_{tabel} = 0,196$

Tabel 6.

No	Variabel	Item Pernyataan	R Hitung	R Tabel	Keterangan Valid
1	Fitur Mobile Banking (X_1)	a-1	0,612	0,196	0,000
		a-2	0,719	0,196	0,000
		a-3	0,739	0,196	0,000
		a-4	0,616	0,196	0,000
		a-5	0,636	0,196	0,000
		a-6	0,640	0,196	0,000
2	Persepsi Nasabah (X_2)	b-1	0,606	0,196	0,000
		b-2	0,589	0,196	0,000
		b-3	0,612	0,196	0,000
		b-4	0,599	0,196	0,000
		b-5	0,605	0,196	0,000
		b-6	0,566	0,196	0,000
		b-7	0,597	0,196	0,000
		b-8	0,637	0,196	0,000
3	Kepuasan Pengguna myBCA (Y)	c-1	0,720	0,196	0,000
		c-2	0,715	0,196	0,000
		c-3	0,729	0,196	0,000
		c-4	0,715	0,196	0,000
		c-5	0,728	0,196	0,000
		c-6	0,722	0,196	0,000
		c-7	0,757	0,196	0,000
		c-8	0,721	0,196	0,000

Berdasarkan Tabel 4.6 hasil yang diberikan kepada 100 responden dengan 22 pertanyaan yang terbagi menjadi 2 variabel bebas dan 1 variabel terikat yaitu variabel fitur mobile banking (X_1) sebanyak 6 pernyataan, variabel persepsi nasabah (X_2) sebanyak 8 pernyataan, dan sebanyak 8 pernyataan untuk variabel kepuasan pengguna (Y). Hasil uji validitas setiap indikator variabel untuk nilai $R_{hitung} > R_{tabel}$ yaitu 0,196, sehingga dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan untuk variabel X_1 , X_2 , dan Y dinyatakan valid atau sah.

Hasil Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan dengan menentukan seberapa konsisten hasil dari pengukuran tetap konsisten apabila dilakukan dua kali atau lebih pada kelompok yang sama dengan menggunakan alat ukur yang sama. Butir pertanyaan kuesioner dikatakan reliabel (layak) jika $\text{cronbach}'\alpha > 0,60$ dan dikatakan tidak reliabel jika $\text{cronbach}'\alpha < 0,60$. Adapun hasil uji reliabilitas instrument pertanyaan menggunakan SPSS 25 dapat dilihat pada Tabel 7.

Tabel 7

No	Variabel	Nilai Cronbach'Alpha	Keterangan
----	----------	----------------------	------------

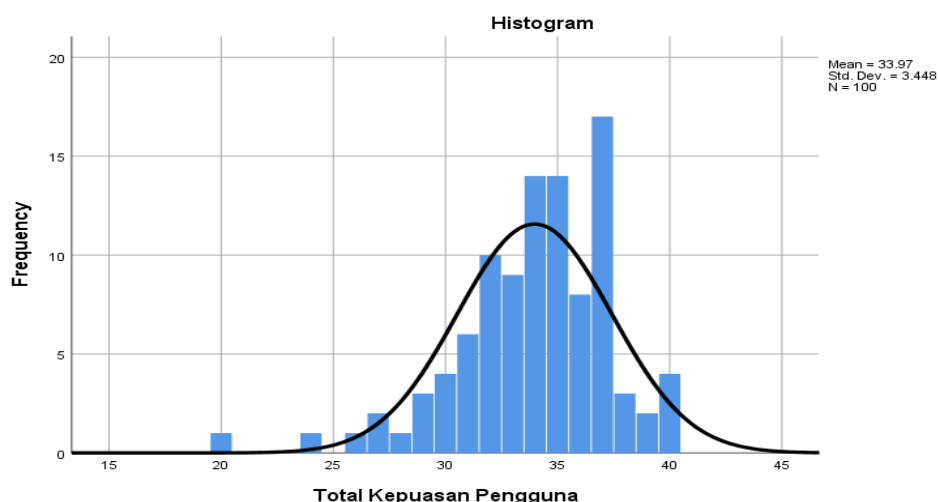
1	Fitur myBCA (X_1)	0,705	Handel
2	Persepsi Nasabah (X_2)	0,634	Handel
3	Kepuasan Pengguna myBCA (Y)	0,752	Handel

Dari keterangan Tabel 4.7 dapat diketahui bahwa seluruh variabel fitur MB, persepsi nasabah dan kepuasan pengguna AcTion memiliki nilai Alpha Cronbach lebih besar dari 0,60. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan pernyataan pada setiap variabel dinyatakan reliabel (handal) karena memiliki nilai Alpha Cronbach $> 0,60$.

Hasil Uji Normalitas

Uji Normalitas, untuk menilai apakah sebaran data tersebut berdistribusi normal atau tidak normal pada sebuah kelompok data atau variabel (Riyanto & Hatmawan, 2020:137). Menurut Sufren dan Natanael (2013:102) uji normalitas sebagai suatu usaha untuk menentukan apakah data yang kita miliki mempunyai kurva normal atau tidak. Data yang terdistribusi normal yaitu data yang mempunyai kurva normal pada Gambar 1 Histogram berbentuk lonceng terbalik.

Gambar 1.



Hasil Uji Multikolinieritas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji adanya korelasi diantara variabel bebas (independent) pada model regresi yang ditentukan. Penelitian ini dilakukan pengujian dengan melihat nilai toleran dan nilai Variance Inflation Factor (VIF) dari masing masing variabel. Suatu model regresi dikatakan multikolinearitas apabila nilai tolerance $< 0,10$ dan nilai VIF > 10 . Jadi hasil dari uji multikolinearitas dapat dilihat pada Tabel 4.9.

Hasil Uji Multikolinieritas

Tabel 8.

No	Variabel Bebas	Tolerance	VIF	Keterangan
1	Fitur myBCA (X_1)	0,988	1,012	Non Multikolinieritas
2	Persepsi Nasabah (X_2)	0,988	1,012	Non Multikolinieritas

Berdasarkan Tabel 8 menunjukkan bahwa seluruh nilai tolerance $> 0,10$ (dengan $X_1 = 0,988$; $X_2 = 0,988$) maka dapat dikatakan diantara variabel tersebut tidak terjadi multikolinearitas dan begitu juga untuk hasil pengujian nilai VIF dari seluruh variabel $X < 10$ (dengan $X_1 = 1,012$ $X_2 = 1,012$), baik nilai tolerance maupun nilai VIF menunjukkan hasil variabel tidak terjadinya multikolinearitas.

Hasil Uji Hipotesis

Hasil Uji Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur sejauh mana tingkat hubungan antara variabel dependen dengan independent atau sebaliknya sejauh mana kontribusi variabel independen

mempengaruhi atau dapat menjelaskan varian variabel dependen. Dengan demikian hasil uji determinasi (R^2) (Tabel 4.10)

Tabel 9.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted Square	R	Std. Error of the Estimate
1	.557 ^a	.310	.296		2.894

a. Predictors: (Constant), Total Persepsi, Total Fitur

Koefisien determinasi bernilai 0,310 ($0,557 \times 0,557$) bagian dari nilai korelasi (R), hal ini berarti 31% variabel dependen berupa kepuasan pengguna myBCA masyarakat Palembang dapat dipengaruhi oleh variabel fitur mobile banking dan persepsi nasabah, sedangkan sisanya sebesar 69% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak disertakan dalam model penelitian ini.

SIMPULAN

Berdasarkan pembahasan hasil dari pengujian hipotesis penelitian ini, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Variabel Fitur mobile banking berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna Aplikasi myBCA pada nasabah Bank BCA Palembang, sehingga H_a pada penelitian ini diterima dan H_o ditolak. Hasil penelitian menunjukkan bahwa semakin bagus tingkat fitur mobile banking maka semakin meningkat kepuasan pengguna Aplikasi myBCA.
2. Variabel Persepsi nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna Aplikasi myBCA pada nasabah Bank BCA Palembang, sehingga H_a pada penelitian ini diterima dan H_o ditolak. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin bagus tingkat persepsi nasabah maka semakin besar peningkatan terhadap kepuasan pengguna Aplikasi myBCA.
3. Variabel Fitur mobile dan variabel persepsi nasabah secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna Aplikasi myBCA pada nasabah Bank BCA Palembang, sehingga H_a pada penelitian ini diterima dan H_o ditolak. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin bagus tingkat fitur mobile banking dan persepsi nasabah maka semakin besar peningkatan terhadap kepuasan pengguna Aplikasi myBCA.

SARAN

Berdasarkan kesimpulan penelitian, maka dapat memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Diharapkan Bank BCA dapat meningkatkan fitur myBCA sejalan berkembang teknologi yang semakin canggih sehingga memudahkan perbankan dalam melayani nasabahnya karena fitur sebagai karakteristik fungsi dasar suatu produk mobile banking yang perlu penambahan berbagai menu transaksi untuk kelancaran kegiatan transaksi.
2. Bahwa tingkat persepsi nasabah harus dijaga untuk kepercayaan masyarakat terhadap Bank BCA sehingga pengguna aplikasi myBCA lebih banyak.

REFERENSI

- Intan , Lucky , Danny. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah . *ejournal.unsrat.ac.id*.
- Nabil Musyaffa , Ngatno. (2019). *Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan*. Retrieved from *ejournal3.undip.ac.id*.
- Novia Kusuma Wati, Yike Diana Putri, Sri Winarni. (2022). Analisis Rasio Likuiditas dan Rasio Profitabilitas Pada Bank BRI Tahun 2015-2017. *Jurnal Of Accounting Politeknik Darussalam*, Nursiah, M. .. (2022). Analisis Minta Menggunakan Mobile Banking. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Faculty Of Economics And Business, Mulawarman Univercity*, 91.
- Riayu dan Susanto. (2023). *Penerapan M-Banking Dalam Meningkatkan Jasa , Layanan Perbankan di BRI*. Retrieved from *scholar.umm metro.ac.id*.
- Setiadi, N. J. (2016). *Pengaruh Iklan , Persepsi Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian*. Retrieved from *eprints.perbanas.ac.id*.