

**PENGARUH DIMENSI KUALITAS LAYANAN “MOBILE BANKING”  
TERHADAP KEPUASAN NASABAH  
(Studi Pada Siger *Mobile* PT. Bank Lampung)**

**Skripsi**

**Oleh**

**LIYANA CITRA PERTIWI**



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS LAMPUNG  
BANDAR LAMPUNG  
2017**

## ABSTRAK

### **Pengaruh Dimensi Kualitas Layanan “*Mobile Banking*” Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Siger *Mobile* PT. Bank Lampung)**

Oleh

**Liyana Citra Pertiwi**

Era globalisasi saat ini perekonomian dunia terus berubah seiring berkembangnya kemajuan teknologi, Teknologi yang canggih ini dimanfaatkan oleh Bank Lampung yaitu *mobile banking*. *Mobile banking* merupakan layanan *electronic banking* atau *e-banking* untuk mempunyai kualitas pelayanan yang lebih baik sehingga mampu memuaskan kepuasan nasabahnya. Penelitian ini dibuat untuk mengetahui apakah pengaruh dimensi kualitas layanan *Mobile Banking* terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Lampung. Metode pengambilan sampel menggunakan metode *non-probability sampling* dengan teknik *Purposive Sampling*. Jumlah sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 responden yang dapat mewakili nasabah yang menggunakan *siger mobile* Bank Lampung. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Kualitas Layanan Aplikasi *Mobile Banking* dan Kualitas Layanan Nasabah *Mobile Banking* berpengaruh positif secara signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hasil analisis kuantitatif membuktikan bahwa sub variabel Kualitas Layanan Nasabah *Mobile Banking* ( $X_2$ ) memberikan pengaruh yang signifikan lebih besar dengan nilai sebesar 0,773, dari pada variabel Kualitas Layanan Aplikasi *Mobile Banking* ( $X_1$ ) memberikan pengaruh signifikan dengan nilai sebesar 0,162.

**Kata kunci : Dimensi Kualitas Layanan *Mobile Banking*, dan Kepuasan Nasabah.**

## **ABSTRACT**

### **The Effect Of Mobile Banking Services Quality Dimensions On Client Satisfaction (Study In Siger Mobile PT. Bank Lampung)**

**BY**

**Liyana Citra Pertiwi**

The era of globalization in the world economy constantly change as the technological progress, sophisticated technology that it was used by a bank lampung namely mobile banking. Mobile banking service were electronic banking or e-banking to have the quality of a service that is good that delighted customers satisfaction. Research is made to know whether the effect of mobile banking services quality dimensions on client satisfaction to PT. Bank lampung. A method of the sample collection uses the method non-probability sampling to technique purposive sampling. The sample of the in this research were 100 respondents that can be represented client who use siger mobile bank lampung. This research result indicates that the variable mobile banking services quality application and mobile banking service quality customers influential positive significantly against the customers satisfaction. The results of the quantitative analysis proving that sub variable mobile banking services quality customers (x2) giving significant influence with more large value worth 0,773, from on the variables of the mobile banking services quality application (x1) provides significant influence with value worth 0,162.

**Keywords : *Dimensions The Services Quality, Mobile Banking, And Client Satisfaction .***

**PENGARUH DIMENSI KUALITAS LAYANAN “MOBILE BANKING”  
TERHADAP KEPUASAN NASABAH  
(Studi Pada Siger *Mobile* PT. Bank Lampung)**

**Oleh**

**LIYANA CITRA PERTIWI**

**Skripsi**

**Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mencapai Gelar**

**SARJANA EKONOMI**

**Pada**

**Jurusan Manajemen**

**Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung**



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS LAMPUNG  
BANDAR LAMPUNG  
2017**

Judul Skripsi

**: PENGARUH DIMENSI KUALITAS  
LAYANAN "MOBILE BANKING"  
TERHADAP KEPUASAN NASABAH  
(Studi Pada Siger *Mobile* PT.  
Bank Lampung)**

Nama Mahasiswa

**: *Riyana Citra Pertiwi***

Nomor Pokok Mahasiswa

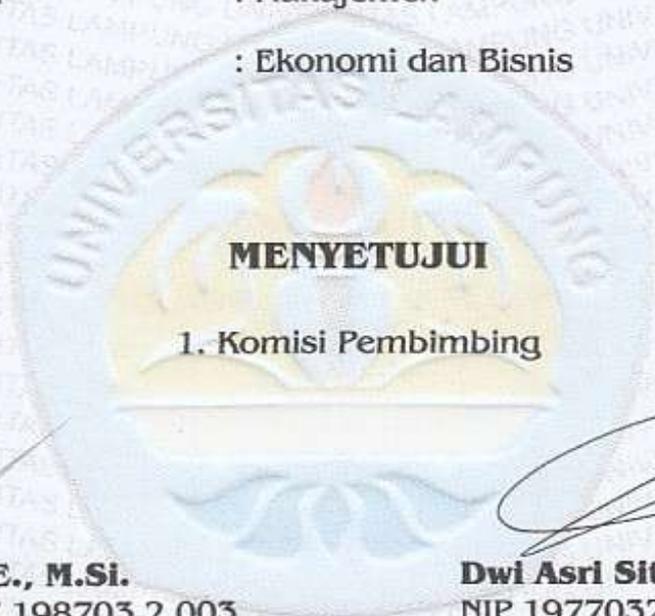
**: 1341011077**

Program Studi

**: Manajemen**

Fakultas

**: Ekonomi dan Bisnis**



**Aida Sari, S.E., M.Si.**

**NIP 19620127 198703 2 003**

**Dwi Asri Siti A, S.E., M.Sc.**

**NIP 19770324 200812 2 001**

**2. Ketua Jurusan Manajemen**

**Dr. R.R. Erlina, S.E., M.Si.**

**NIP 19620822 198703 2 002**

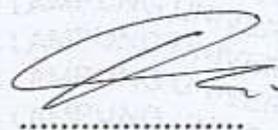
## MENGESAHKAN

### 1. Tim Penguji

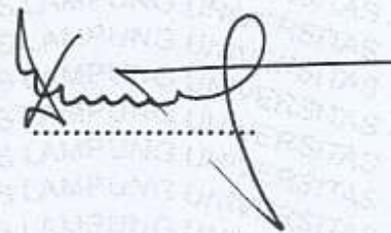
Ketua : **Aida Sari, S.E., M.Si.**



Sekretaris : **Dwi Asri Siti Ambarwati, S.E., M.Sc.**



Penguji Utama : **Dr. Dorothy Rouly H. P, S.E., M.Si.**



### 2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



**Prof. Dr. H. Satria Bangsawan, S.E., M.Si.**

NIP 19610904 198703 1 011



Tanggal Lulus Ujian Skripsi : **29 Maret 2017**

## PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

“Saya yang bertandatangan dibawah ini menyatakan bahwa skripsi ini telah ditulis dengan sungguh-sungguh dan tidak merupakan penjiplakan hasil karya orang lain. Apabila dikemudian hari pernyataan ini tidak benar maka saya sanggup menerima hukuman/sanksi seusai peraturan yang berlaku.”

Bandar Lampung, 29 Maret 2017

METERAI  
TEMPEL  
DD490AEF514990890  
6000  
ENAM RIBU RUPIAH



Liyana Citra Pertiwi

## **RIWAYAT HIDUP PENULIS**

Penulis dilahirkan di Bandar Lampung pada tanggal 2 Mei 1995 sebagai anak ketiga dari tiga bersaudara pasangan Bapak Muhammad Nasim dan Ibu Sriwati Ismail. Penulis mempunyai kakak perempuan bernama Amielda Fitri dan kakak laki-laki bernama Achmad Eky Kurniawan. Pendidikan Taman Kanak-kanak (TK) Fransiskus 1 Pasir Gintung Bandar Lampung diselesaikan tahun 2001, Sekolah Dasar (SD) diselesaikan di SD Fransiskus 1 Pasir Gintung Bandar Lampung pada Tahun 2007, Sekolah Menengah Pertama (SMP) di SMP Fransiskus 1 Pasir Gintung Bandar Lampung lulus pada Tahun 2010, dan Sekolah Menengah Atas (SMA) di SMA Negeri 4 Bandar Lampung lulus pada Tahun 2013.

Tahun 2013, penulis terdaftar sebagai mahasiswi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung. Penulis juga telah mengikuti Kuliah Kerja Nyata (KKN) pada tahun 2016 selama 60 hari di Desa Ujung Gunung Ilir, Kecamatan Menggala, Kabupaten Tulang Bawang.

*Motto:*

*“Hocus-Pocus! Please Make me focus on this onus!” – (Liyana)*

*“Never blame anyone in your life. Good people bring you happiness, bad people bring you experience.” – (My Mom)*

*“Berangkat dengan penuh keyakinan.  
Berjalan dengan penuh keikhlasan.  
Istiqomah dalam menghadapi cobaan.  
Jadilah seperti karang di lautan yang kuat  
dihantam ombak dan kerjakanlah hal yang  
bermanfaat untuk diri sendiri dan orang  
lain, karena hidup hanyalah sekali. Ingat  
hanya pada Allah apapun dan di manapun  
kita berada kepada Dia-lah tempat  
meminta dan memohon” – (My Dad)*

*Karya ini Kupersembahkan untuk:*

*Muhammad Nasim dan Sriwaty Ismail (Orang Tuaku),*

*Terimakasih atas doa, dukungan serta cinta yang tak  
terhingga selama ini.*

*Amielda Putri dan Achmad Eky Kurniawan (Kakaku),*

*Terimakasih atas dukungan dan bantuannya,*

*Sahabat-sahabatku yang selama ini menemaniku*

*Seluruh teman-teman Manajemen Paralel 2013*

*Almamater yang ku banggakan, Universitas Lampung.*

## SANWACANA

Segala puji dan syukur kehadirat Allah SWT, karena atas berkat rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Skripsi dengan judul “*Pengaruh Dimensi Kualitas Layanan “Mobile Banking” Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Siger Mobile PT. Bank Lampung)*” adalah salah satu syarat dalam menyelesaikan studi Strata Satu Ilmu Ekonomi di Universitas Lampung.

Proses pembelajaran yang peneliti alami selama ini memberikan kesan dan makna mendalam bahwa ilmu dan pengetahuan yang dimiliki masih sangat terbatas. Bimbingan, motivasi, dan bantuan dari berbagai pihak yang diperoleh peneliti mempermudah proses pembelajaran tersebut. Untuk itu dengan segala kerendahan hati, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr.Hi.Satria Bangsawan, S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.
2. Ibu Dr. R.R. Erlina, S.E., M.Si., selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.
3. Ibu Yuningsih, S.E., M.M., selaku Sekertaris Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.
4. Ibu Hj. Aida Sari, S.E., M.Si., selaku Pembimbing I yang telah memberikan pengarahan, saran dan membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

5. Ibu Dwi Asri Siti Ambarwati, S.E., M.Sc., selaku pembimbing II yang telah memotivasi, mengarahkan serta memberi saran bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Ibu Dr. Dorothy Rouly Pandjaitan, S.E., M.Si., selaku Penguji Utama atas kesediaan menguji, saran, kritik, juga ilmu pengetahuan yang telah diberikan.
7. Bapak Mudji Rachmat Ramelan, S.E., M.B.A., selaku Pembimbing Akademik selama Penulis menjadi Mahasiswi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.
8. Bapak dan Ibu Dosen Pengajar di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung yang telah memberikan ilmu pengetahuan bagi penulis.
9. Seluruh staff Fakultas Ekonomi dan bisnis Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung atas bantuan yang diberikan kepada Penulis.
10. Kedua orangtuaku, Muhammad Nasim dan Sriwaty Ismail yang tidak pernah henti memberikan doa dan dukungan selama ini. Maaf masih menjadi beban kalian, tapi percayalah selalu ada bagian diri ini yang tidak pernah berhenti berjuang untuk membahagiakan kalian.
11. Kakak-kakakku, Amielda Fitri dan Achmad Eky Kurniawan terimakasih atas dukungan dan bersedia membantuku saat kesusahan serta mendengarkan keluh kesahku selama mengerjakan skripsi. Maaf jika selama ini selalu merepotkan dan menyebalkan. Semoga kita dapat menjadi pribadi yang bermanfaat bagi sesama.

12. Kepada keluarga besarku, nenek, kakek, semua tante, paman, dan sepupu-sepupu tercinta yang telah memberikan dorongan, semangat, serta selalu percaya akan kemampuan yang penulis miliki, yang membuat penulis selalu percaya diri dengan apa penulis lakukan, khususnya dalam pengerjaan skripsi ini.
13. Para responden yang telah meluangkan waktu untuk mengisi kuisionernya.
14. Sahabat-sahabatku di Urakan, Riska Ayu Lestari, Nur Chotimah Afifi, Jenika Ardira, Putri, Ari Sanjaya, Ilham Andrian, Rio Firmanto, Muhammad Apriansyah Setiawan, Muhammad Sahid Firdaus, Billy Mulia yang selalu bersedia untuk berbagi suka dan duka sejak di bangku SMA.
15. Teman-teman pejuang skripsi Neva, Mona, Dini, Mawar, Betris, Synta, Dewi, Indah, Ocha, Rifky, Shinta, Fessy, Intan, Tirra, Musi, Ike yang selalu menemani keseharian penulis ketika berada dikampus, yang memiliki keceriaan sehari-hari walaupun lelah dengan masalah masing-masing, tetap ceria dan sabar teman. ingat bersakit-sakit dahulu bersenang-senang kemudian.
16. Teman-teman Manajemen Pemasaran Angkatan 2013, Riri Carissa, Elsa Yuni Hercia, Oktavia Retno, Ade, Adi, Aldo, Antoni, Bobby, Dandy, Ivan, Irsyad, Lutfi, M. Roby, Rastra, Roby A, Tomi dan lainnya yang tidak bisa disebutkan satu per satu atas kerjasama dalam berdiskusi kelompok dan semua dukungan yang diberikan kepada penulis dari awal perkuliahan hingga saat ini, semoga kita menjadi orang yang sukses dan berguna dikemudian hari.

17. Seluruh teman-teman Manajemen Paralel 2013, semoga kita semua dapat mencapai cita-cita yang diimpikan.
18. Teman-teman KKN selama dua bulan di Ujung Gunung Ilir Menggala, Gita Marindra, Fadiah Eryuda, Iffa Afiqa Khairani, Fatmawati Putri, Artanita Nawawi, dan Yota Pentawan.
19. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah mendukung dan membantu hingga terselesaikannya skripsi ini.

Semoga Allah memberikan sentiasa memberikan kasih sayang dan perlindungannya kepada kita semua. Akhir kata, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, akan tetapi penulis berharap semoga skripsi ini dapat berguna dan bermanfaat bagi kita semua.

Bandar Lampung, 29 Maret 2017

Penulis,

**Liyana Citra Pertiwi**

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>COVER .....</b>	
<b>COVER ABSTRAK .....</b>	
<b>DAFTAR ISI .....</b>	i
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	ii
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	iii
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	iv
<b>I. PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah Penelitian .....	8
C. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian.....	8
<b>II. KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, HIPOTESIS .....</b>	<b>9</b>
A. Kajian Pustaka .....	9
1. Pengertian Manajemen Pemasaran.....	9
2. Pemasaran Bank.....	10
3. Dimensi Kualitas Layanan Banking.....	11
a. Kualitas layanan nasabah <i>mobile banking</i> .....	11
b. Kualitas layanan aplikasi <i>mobile banking</i> .....	12
4. Definisi Bank .....	13
a. Pentingnya Bank.....	14
b. Jenis Bank.....	14
5. <i>Mobile Banking</i> .....	15
a. <i>Siger Mobile</i> .....	16
b. Ketentuan Layanan <i>Siger Mobile</i> .. ..	17
c. Informasi Menu & Transaksi.....	18
d. Registrasi <i>Siger Mobile</i> .. ..	19
e. Keuntungan <i>Siger Mobile</i> .. ..	19
6. Kepuasan Nasabah .....	19
a. Pengertian Kepuasan Nasabah.....	19
b. Faktor-faktor yang mempengaruhi Kepuasan Nasabah.....	20
7. Hubungan Kualitas Layanan dengan Kepuasan/ Ketidakpuasan nasabah.....	21
8. Penelitian Terdahulu .....	22
B. Rerangka Pemikiran .....	24

C. Hipotesis .....	25
<b>III. METODE PENELITIAN .....</b>	<b>26</b>
A. Desain Penelitian.....	26
B. Objek Penelitian .....	27
C. Populasi dan Sampel .....	27
D. Data dan Sumber data .....	29
a. Data Primer .....	29
b. Data Sekunder .....	29
E. Teknik Pengumpulan Data .....	30
F. Skala Pengukuran .....	31
G. Definisi Operasional Variabel.....	32
H. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas .....	34
a. Uji Validitas.....	34
b. Uji Reliabilitas.....	34
I. Teknik Analisis Data.....	35
a. Analisis Kualitatif.....	35
b. Analisi Kuantitatif.....	35
J. Uji Hipotesis .....	36
a. Uji F.....	36
b. Uji t.....	37
<b>IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>38</b>
A. Uji Validitas dan Reliabilitas .....	38
a. Uji Validitas.....	38
b. Uji Reliabilitas.....	40
B. Profil Responden .....	40
1. Jenis Kelamin .....	40
2. Usia .....	41
3. Pekerjaan .....	42
4. Pendidikan.....	42
5. Pendapatan .....	43
C. Analisis Kualitatif.....	43
a. Evaluasi Frekuensi Jawaban Responden Kualitas Layanan <i>Mobile Banking</i> (X).....	43
b. Evaluasi Frekuensi Jawaban Responden Kepuasan Nasabah (Y).....	50
D. Uji Normalitas .....	51
a Uji Normalitas Secara Simultan.....	52
E. Hasil Pengujian Hipotesis.....	52
a. Analisis Regresi.....	52
b. Uji t.....	54

c. Uji F.....	55
d.Uji Determinasi $R^2$ .....	57
e. Pembahasan dan Implikasi Manajerial.....	58
<b>V. SIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>61</b>
A. Simpulan .....	61
B. Saran .....	62

**DAFTAR PUSTAKA**  
**LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel</b>	<b>Halaman</b>
1. Daftar Nama Pesaing Bank Lampung.....	3
2. Data Jumlah Pengguna Mobile Banking Siger Mobile di Bandar Lampung.	5
3. Keluhan Responden Siger Mobile.....	6
4. Banyaknya Kantor Bank menurut Jenis Bank di Kota Bandar Lampung Tahun 2015 .....	20
5. Referensi Penelitian Terdahulu.....	28
Referensi Penelitian Terdahulu (Lanjutan) .....	29
6. Operasional Variabel Penelitian.....	39
7. Hasil Uji Validitas.....	39
8. Hasil Uji Reliabilitas.....	40
9. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	40
10. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	41
11. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	42
12. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	42
13. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan .....	43
14. Hasil Jawaban Responden atas Kualitas Layanan Aplikasi <i>Mobile Banking</i> .	44
15. Hasil Jawaban Responden atas Kualitas Layanan Nasabah <i>Mobile Banking</i> ..	47
16. Hasil Jawaban Responden atas Evaluasi Y Kepuasan Nasabah (Y).....	50
17. Hasil Uji Normalitas Secara Simultan .....	52
18. Regresi Linier Berganda .....	53
19. Hasil Uji F.....	56
20. Analisis Determinasi ( $R^2$ ).....	57

**DAFTAR GAMBAR**

<b>Gambar</b>	<b>Halaman</b>
1.1 Tampilan Menu Aplikasi Siger <i>Mobile</i> .....	4
2.1 Rerangka Pemikiran .....	24

**DAFTAR LAMPIRAN**

1. Lampiran 1. Kuisisioner	L-1
2. Lampiran 2. Tabulasi 30 responden	L-2
3. Lampiran 3. Uji Vaiditas	L-3
4. Lampiran 4. Uji Reabilitas	L-4
5. Lampiran 5 Tabulasi 100 responden	L-5
6. Lampiran 6. Frekuensi Data Responden	L-6
7. Lampiran 7. Frekuensi Jawaban Responden	L-7
8. Lampiran 8. Uji Normalitas	L-8
9. Lampiran 9. Uji Regresi	L-9
10. Lampiran 10. Tabel distribusi t	L-10
11. Lampiran 11. Tabel distribusi F	L-11

## I. PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Penulisan

Di era globalisasi saat ini perekonomian dunia terus berubah seiring berkembangnya kemajuan teknologi, kemajuan terjadi disemua sektor baik industri, jasa maupun perbankan dan telah memberi dampak yang signifikan terhadap perkembangan layanan khususnya dunia perbankan. Teknologi *mobile* telah mengubah bentuk bagaimana nasabah dan penyedia layanan terlibat dalam proses pemberian layanan.

Begitu banyaknya pilihan layanan perbankan yang ada, nasabah dengan sendirinya akan memiliki banyak pilihan dan pertimbangan dalam memutuskan layanan perbankan atau bank mana yang akan memberikan kepuasan untuknya apabila kualitas layanan yang diberikan sesuai dengan kebutuhannya. Teknologi canggih dimanfaatkan perbankan yaitu *Internet banking*, *SMS banking* dan *Mobile banking*.

Cheung *et al.*, (2001). *Internet banking* merupakan suatu sistem yang memungkinkan nasabah bank untuk mengakses rekening dan informasi umum produk dan jasa suatu bank melalui *Personal Computer* (PC) atau alat pandai lainnya. Umumnya transaksi ini meliputi pengecekan rekening, mengamati daftar

transaksi yang menggunakan rekening, dan mentransfer dana dari satu rekening online ke rekening lainnya.

Cheung *et al.*,(2001). SMS (*Short Message Service*) banking memiliki manfaat diantaranya adalah kemudahan dalam melakukan berbagai macam transaksi tanpa harus menggunakan bantuan teller, bahkan untuk mengetahui saldo di rekening pun biasa dilakukan tanpa batasan waktu, ruang, dan gerak. Hanya dengan menggunakan fasilitas ponsel nasabah baik dari jaringan *provider* GSM maupun CDMA nasabah bias mengakses rekening.

Penulisan ini berfokus pada *mobile banking* yang saat ini sedang tren digunakan pada umumnya. *Mobile banking* juga termasuk layanan *electronic banking* atau *e-banking*. Dibandingkan layanan *e-banking* lainnya, perkembangan *mobile banking* terbilang paling cepat. saat ini *mobile banking* lebih sering diasosiasikan dengan aplikasi khusus yang ditanamkan (*install*) pada *smartphone* itu sendiri dalam melakukan transaksi perbankan secara *mobile*.

Berdasarkan informasi tersebut, dapat diketahui aplikasi *mobile banking* menjadi titik penting dalam mengambil langkah-langkah pemahaman mengenai dimensi penting dari kualitas layanan yang harus dirancang untuk memaksimalkan kepuasan bagi nasabah. Nasabah tidak perlu lagi mengantri di *counter* bank untuk menabung, mengambil uang, membayar tagihan, ataupun mentransfer. Nasabah cukup menggunakan *mobile banking*, mereka dapat merasa nyaman dengan pelayanan yang cepat. Layanan *mobile banking* relatif aman karena memakai sistem pengamanan berlapis, yakni dari *provider* telekomunikasi,

serta dari jaringan sistem perbankan yang bersangkutan. Layanan *mobile banking* sejalan dengan prinsip untuk memanjakan nasabah.

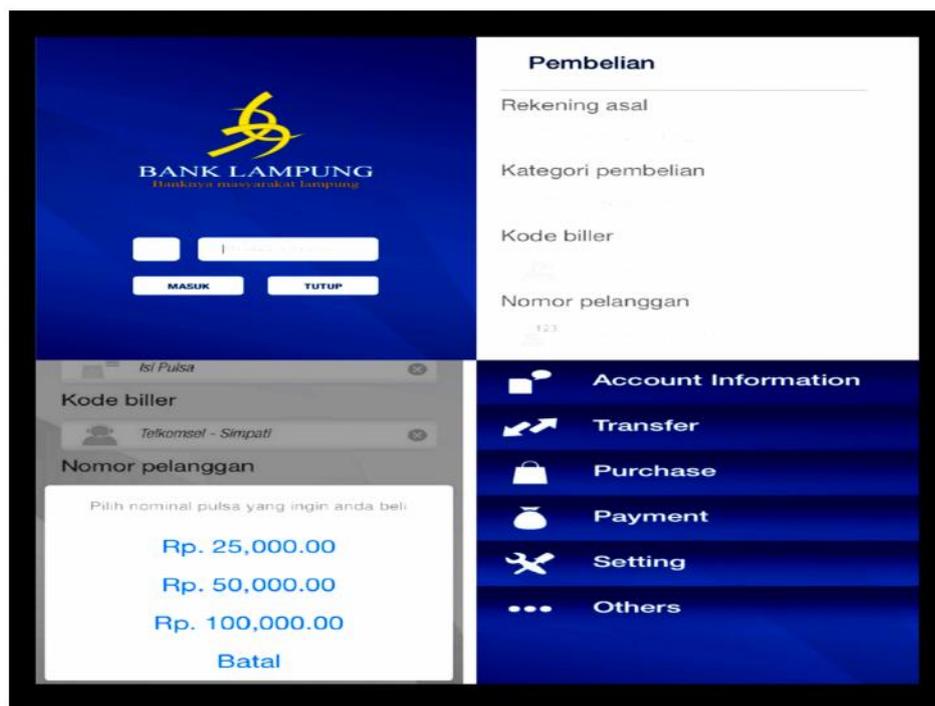
**TABEL 1 DAFTAR NAMA PESAING BANK LAMPUNG YANG MENGGUNAKAN *MOBILE BANKING* DI BANDAR LAMPUNG.**

<b>Nama</b>	<b>Alamat</b>
Bank Mandiri	Jl. Laksamana Malahayati No. 3
Bank BRI	Jl. Raden Intan No.51
Bank BCA	Jl. Yos Sudarso No. 10
Bank BNI	Jl. Kartini No.51 - Tanjung Karang
Bank Cimb Niaga	Jl. Laksmana Malahayati No 34-40
Bank Danamon	Jl. Kapt Pattimura No. 2-4 Teluk Betung Selatan
Bank Panin	Jl. RA Kartini 97-99 Durian Payung
Bank BII	Jl. Malahayati 188
Bank Sinarmas	Jl.Ikan Hiu No.3 Teluk Betung

**Sumber:***www.alamatbank.com, 2017.*

Tabel 1 menjelaskan nama pesaing dari Bank Lampung yang menggunakan *mobile banking* di Bandar Lampung bahwa di dunia perbankan semakin meningkatkan performa perbankan tersebut. Sebelumnya SMS banking digunakan untuk mengakses transaksi rekening, kemudian berkembang dengan penggunaan *browser* penjelajah pada ponsel. Kini hampir semua bank besar sudah menawarkan layanan *mobile banking*. Salah satunya adalah PT Bank Lampung, Tbk, Bank Lampung yang menggunakan slogan “Menjadi Bank Terkemuka dan Terpercaya” memberikan solusi pada nasabahnya untuk percaya melakukan transaksi perbankan dengan aman, terpercaya juga lebih efektif dan efisien tanpa harus membuang waktu dengan mengantri atau yang mendatangi kantor cabang dan ATM Bank Lampung.

Solusi yang diberikan adalah penggunaan *Siger mobile*. *Siger mobile* merupakan layanan *e-banking* untuk melakukan transaksi finansial dan non finansial dengan menggunakan menu transaksi dan tampilan menu, dimana aplikasi harus diunduh terlebih dahulu menggunakan telepon selular/komputer tablet serta teknologi 4G/3G/GPRS/WIFI yang diantara lain sebagai berikut:



Gambar 1 Tampilan Menu Aplikasi *Siger Mobile*.  
**Sumber: iTunes & googleplay 2016**

Gambar 1 menjelaskan tampilan menu aplikasi *siger mobile* yang ada di *smartphone*. Menu aplikasi *siger mobile* ini termasuk layanan yang ada di Bank Lampung dalam bentuk aplikasi. Aplikasi *siger mobile* ini menjadi peluang bagi bank lampung untuk menawarkan nilai tambah kepada nasabah serta dilengkapi layanan nasabah *siger mobile* akan memberikan keefektifan dan keefesienan secara langsung kepada nasabah untuk melakukan kegiatan transaksi. Berikut ini adalah jumlah nasabah dan jumlah pengguna *mobile banking* di Bandar Lampung.

**TABEL 2 DATA JUMLAH PENGGUNA SIGER *MOBILE* DI BANDAR LAMPUNG TAHUN 2015.**

No	Jumlah Nasabah (Dalam ribu)	Tahun	Jumlah Nasabah Siger <i>Mobile</i>	Persentase Pengguna
1.	107.258	2015	421	0,025%

**Sumber: PT.Bank Lampung Pusat Bandar Lampung**

Tabel 2 menjelaskan tentang data jumlah pengguna Bank Lampung pada tahun 2015 mencapai 421 dari jumlah nasabah tahun 2015. Artinya, hanya 0,025% pengguna *mobile banking* dari 107.258 nasabah dibandingkan dengan Bank BRI yang ada di Bandar Lampung, dari data bank BRI bisa memperoleh 30% pengguna *mobile banking* dari total jumlah nasabah Bank BRI sejak 1 tahun setelah *launching*.

Meskipun hanya 1 tahun setelah sejak *launching* *siger mobile* pada Januari 2015 *siger mobile* ini memiliki masalah dimana nasabah belum percaya pada aplikasi *siger mobile* karena sangat sedikitnya pengguna *siger mobile* pada saat ini. Masalah ini yang sangat dikhawatirkan oleh pihak bank lampung, meskipun *siger mobile* tergolong sangat baru.

Kekhawatiran pihak bank lampung belum sirna ketika masalah-masalah yang di keluhkan nasabah muncul satu per satu di setiap hari nya. Berikut ini adalah keluhan responden yang menggunakan siger *mobile banking*.

**TABEL 3 KELUHAN RESPONDEN SIGER *MOBILE* TAHUN 2016**

No.	Jenis Kelamin	Keluhan
1.	Wanita	Kurangnya informasi pada layanan siger <i>mobile</i>
2.	Pria	Ragu pada keamanan <i>login</i>
3.	Pria	Keamanan layanan <i>seluler</i> mengkhawatirkan
4.	Wanita	Informasi tentang siger <i>mobile</i> sangat sedikit
5.	Wanita	Informasi transfer berhasil padahal gagal
6.	Wanita	Jaringan sering <i>error</i>
7.	Pria	Smartphone <i>nge-hang</i> ketika membuka siger <i>mobile</i>
8.	Wanita	Tidak ada konfirmasi keberhasilan akses layanan
9.	Wanita	Informasi transfer sangat lama
10.	Wanita	Siger <i>mobile</i> tidak efektif dan efisien
11.	Pria	Siger <i>mobile</i> ditingkatkan lagi keamanannya
12.	Wanita	Penjelasan <i>costumer service</i> kurang bisa dipahami
13.	Wanita	Sering gagal transfer
14.	Wanita	Menu aplikasi sangat sedikit
15.	Pria	Fitur layanan sangat kurang
16.	Pria	Kurangnya petunjuk pemakaian siger <i>mobile</i>
17.	Wanita	Penanganan keluhan harus cepat ditanggapi
18.	Pria	Informasi siger <i>mobile</i> tidak jelas
19.	Pria	Menu pada siger <i>mobile</i> tidak banyak
20.	Pria	Keamanan <i>login</i> yang mengkhawatirkan
21.	Wanita	Jaringan <i>smartphone</i> sering <i>error</i>
22.	Wanita	Penanganan keluhan nasabah harus ditindaklanjuti
23.	Wanita	Gagal transfer tetapi tetap terpotong saldo
24.	Wanita	Loading saat transfer terkadang lama
25.	Wanita	Informasi penanganan keluhan harus cepat dibaca
26.	Pria	Siger <i>mobile</i> sangat ribet
27.	Pria	Siger <i>mobile</i> tidak efektif
28.	Wanita	Fitur layanan aplikasi tidak beragam
29.	Wanita	Siger <i>mobile</i> tidak update
30.	Pria	Ragu akan keefektifan siger <i>mobile</i>

**Sumber: Kantor Pusat Bank Lampung.**

Tabel 3 menjelaskan tentang keluhan responden siger *mobile*, hasil pra-survey penulis berhasil wawancara 30 responden yang menggunakan siger *mobile* yang mengutarakan keluhan pada siger *mobile* dan memiliki masalah pada setiap nasabah yang menggunakannya. Masalah yang banyak diutarakan pada nasabah kebanyakan antara lain: ragu pada keamanan login, tidak puas akan penanganan informasi yang belum tepat dan jelas, informasi transfer yang lama, pelayanan nasabah yang kurang memuaskan.

Keluhan-keluhan nasabah inilah yang akan menghambat peningkatan jumlah target pengguna layanan siger *mobile*. Target pengguna layanan Siger *Mobile* yang ingin dicapai oleh Bank Lampung akan sulit diperoleh apabila Bank Lampung belum menemukan langkah yang tepat untuk meningkatkan jumlah pengguna layanan tersebut. Salah satu upaya yang dapat dilakukan untuk mengetahui penyebab dari kecilnya persentase dari pengguna *mobile banking* Bank Lampung dan mengevaluasi dimensi kualitas layanan *mobile banking*.

Siger *Mobile* diharapkan akan mampu membantu mengukur kualitas pelayanan Bank Lampung dengan dimensi kualitas layanan pelanggan *mobile banking* dan kualitas aplikasi *mobile banking* sebagai tolak ukur dan mengidentifikasinya untuk dimanfaatkan guna mempertahankan eksistensi Bank Lampung di berbagai aspek layanan sehingga laba akan terus bertahan dan mampu ditingkatkan. Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis tertarik melakukan penulisan terhadap *mobile banking* yang kemudian dituangkan dalam bentuk skripsi yang berjudul **”Pengaruh Dimensi Kualitas Layanan “*Mobile Banking*” Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Siger Mobile PT. Bank Lampung)”**.

## **B. Rumusan Masalah Penulisan**

Berdasarkan uraian pada latar belakang dan didukung oleh tabel 2 yang memiliki data jumlah pengguna siger *mobile* di bandar lampung pada tahun 2015 menjelaskan bahwa kecilnya persentase pengguna siger *mobile* yaitu sebesar 0,025% yang dari total jumlah nasabah bank lampung yaitu sebesar 107.258 ribu sejak 1 tahun launching aplikasi siger *mobile*, hal ini menimbulkan masalah yang terjadi pada siger *mobile* maka yang menjadi rumusan masalah dalam penulisan ini adalah apakah dimensi kualitas layanan *mobile banking* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada siger *mobile* PT. Bank Lampung?

## **C. Tujuan Penulisan dan Manfaat Penulisan**

### **1. Tujuan Penulisan**

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam kajian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh dimensi kualitas layanan *mobile banking* terhadap kepuasan nasabah Siger *Mobile* pada PT. Bank Lampung.

### **2. Manfaat Penulisan**

Berdasarkan tujuan penulisan, maka manfaat penulisan ini adalah sebagai berikut:

#### **a. Bagi pihak bank khususnya PT. Bank Lampung**

Penulisan ini diharapkan dapat dijadikan bahan masukan agar dapat meningkatkan kepuasan nasabah di masa mendatang.

**b. Bagi perguruan tinggi**

Penulisan ini diharapkan dapat menambah informasi dan perbendaharaan kepustakaan Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Lampung.

**c. Bagi penulis**

Penulisan ini diharapkan dijadikan untuk menambah pengetahuan, dan pengalaman dalam penerapan serta referensi bagi rekan mahasiswa yang ingin melakukan penulisan lebih lanjut.

## **II. KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS**

### **A. Kajian Pustaka**

#### **1. Pengertian Manajemen Pemasaran**

Menurut Jatmiko *et al.*,(2004:90) dalam bukunya Pengantar Bisnis, pengertian pemasaran adalah: “Sebagai sistem aktivitas bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menetapkan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa untuk kepentingan pasar, baik pasar konsumen rumah tangga dan atau pasar industri”.

Pengertian pemasaran perbankan menurut Kasmir *et al.*, (2005:63) dalam bukunya Pemasaran Bank, adalah “Suatu proses menciptakan dan mempertukarkan produk dan jasa bank yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah dengan cara memberikan kepuasan”.

#### **2. Pemasaran Bank**

Manajemen pemasaran bank adalah proses perencanaan dan pelaksanaan dari perwujudan, pemberian harga, promosi dan distribusi dari barang-barang, dan gagasan untuk menciptakan pertukaran dengan kelompok sasaran yang memenuhi tujuan nasabah dan organisasi.

Menurut Kasmir *et al.*,(2008:63) bahwa pemasaran bank adalah suatu proses untuk menciptakan dan mempertukarkan produk atau jasa bank yang ditujukan

untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah dengan cara memberikan kepuasan.

### 3. Dimensi Kualitas Layanan Mobile Banking

Jun & Palacios (2015:305) mengungkapkan ada total 17 dimensi kunci dari kualitas layanan *mobile banking*. Dimensi ini dapat diklasifikasikan ke dalam dua kategori besar: Kualitas Layanan Aplikasi *Moble Banking* dan Kualitas Layanan Nasabah *Mobile Banking*.

#### a. Kualitas layanan nasabah *mobile banking*

Jun & Palacios (2015:316) mengidentifikasi sembilan dimensi kualitas layanan nasabah *mobile banking*, yaitu:

- Keandalan (*Reliability*)  
Merupakan konsistensi kinerja yang berarti bahwa bank menyediakan pelayanan yang benar pada waktu yang tepat
- Daya Tanggap (*Responsiveness*)  
Merupakan kesediaan dan kesiapan karyawan untuk memberikan pelayanan bagi nasabah
- Kompetensi (*Competence*)  
Berarti memiliki kemampuan dan pengetahuan yang dibutuhkan untuk melayani nasabah.
- Kesopanan (*Courtesy*)  
Meliputi rasa hormat, sopan, dan keramahan karyawan.
- Kredibilitas (*Credibility*)

Meliputi kepercayaan, keyakinan, dan kejujuran.

- Mengakses (*Access*),

Meliputi kemudahan untuk dihubungi.

- Komunikasi (*Communication*)

Berarti membiarkan nasabah mendapat informasi yang dibutuhkan dan bersedia mendengarkan nasabah.

- Memahami Nasabah (*Understanding The Client*),

Yaitu berusaha untuk mengerti kebutuhan dan keinginan nasabah.

- Perbaikan Terus-Menerus (*Continuous Improvement*)

Yaitu menjaga aplikasi *mobile banking* tetap *up-to-date*

#### **b. Kualitas Aplikasi Mobile Banking**

Minjoon Jun & Sergio Palacios (2015:316) mengidentifikasi delapan aspek utama dari kualitas aplikasi *mobile banking*, yaitu:

- Konten (*Content*)

Dimensi konten mengacu menyediakan nasabah dengan informasi yang di butuhkan melalui aplikasi *mobile bank*.

- Ketepatan (*Accuracy*)

Akurasi yang bersangkutan dengan konten bebas dari kesalahan, antarmuka, dan kemampuan transaksi keuangan dari aplikasi *mobile bank*.

- Kemudahan Penggunaan (*Ease To use*)

Kemudahan penggunaan berhubungan dengan sejauh mana aplikasi *m-banking* dirasakan oleh nasabah sebagai mudah memahami,

- Kecepatan (*Speed*)

Kecepatan berkaitan dengan seberapa cepat aplikasi *mobile* dimuat, diperbarui, dan diproses, serta dengan ketersediaan tepat waktu dan *up-to-date* informasi yang ditampilkan pada aplikasi.

- Estetika (*Aesthetics*)

Estetika dikaitkan dengan daya tarik aplikasi *mobile banking* termasuk desain layar menu, seperti yang ditunjukkan di komentar nasabah.

- Keamanan (*Security*)

Keamanan mengacu pada keamanan *mobile banking login*, keselamatan transaksi, dan privasi nasabah.

- Beragam Fitur Layanan Aplikasi *Mobile (Diverse Mobile Application Service Features)*

Beragam fitur layanan aplikasi *mobile*, mengacu pada lebar layanan *mobile banking* dan fitur aplikasi yang dapat dikirim ke nasabah melalui fungsi beragam perangkat *mobile*.

- Kenyamanan *Mobile (Mobile Convenience)*

Kenyamanan *mobile* berkaitan dengan waktu dan usaha persepsi nasabah mengenai penggunaan layanan *mobile banking*.

#### **4. Definisi Bank**

Menurut Kasmir (2008:2) bank adalah badan usaha yang kekayaannya terutama dalam bentuk aset keuangan serta bermotifkan profit dan juga sosial, jadi bukan hanya mencari keuntungan saja.

Pengertian Lembaga Keuangan menurut UU No. 14/1967 Pasal 1 tentang *Pokok-Pokok Perbankan* mendefinisikan bahwa lembaga keuangan merupakan

semua badan yang melalui kegiatan-kegiatannya di bidang keuangan, menarik uang dari dan menyalurkannya ke dalam masyarakat.

**a. Pentingnya Bank**

Bank sangat penting dan berperan untuk mendorong pertumbuhan perekonomian suatu bangsa karena bank adalah:

- Tempat menabung yang efektif dan produktif bagi masyarakat.
- Pelaksana dan memperlancar lalu lintas pembayaran dengan aman, praktis, dan ekonomis.
- Penjamin penyelesaian perdagangan dengan menerbitkan L/C (*Letter of Credit*) atau kredit berdokumen.
- Penjamin penyelesaian proyek dengan menerbitkan bank garansi.

**b. Jenis Bank**

Sesuai dengan UU No. 10 Tahun 1998 BAB IV Pasal 16, menurut kepemilikannya bank dibedakan atas :

- Bank Pemerintah

Bank pemerintah yaitu Bank-bank yang modalnya berasal dari dan diusahakan oleh pemerintah, yang rata-rata pendiriannya, organisasi, tugas dan wewenang dan tanggung jawab direksi serta hal-hal lainnya ditetapkan dalam Undang-undang.

- Bank Swasta Nasional

Bank swasta nasional yaitu Bank yang berbadan hukum Indonesia yang

sebagian atau seluruh modalnya dimiliki oleh warga negara Indonesia dan atau badan hukum Indonesia.

- Bank Pembangunan daerah (BPD),

Bank Pembangunan Daerah yaitu Bank yang dimiliki dan dikelola oleh pemerintah daerah dimana Bank itu berlokasi.

- Bank Asing Campuran.

Bank asing campuran yaitu Bank yang seluruh atau sebagian modal usahanya, berasal dari dan diusahakan oleh pihak asing atau campuran yang berbadan hukum Indonesia dan berbentuk perseroan terbatas (PT).

**TABEL 3 BANYAKNYA KANTOR BANK MENURUT JENIS BANK DI KOTA BANDAR LAMPUNG TAHUN 2016.**

Jenis Bank	Total
Bank Umum	1
a. Kantor Pusat	46
b. Kantor Cabang	83
c. Kantor Cabang Pembantu	27
d. Kantor Kas	9
e. Kantor Utama/ Kantor Fungsional	-
f. PP	-
g. ATM	-
h. Kas Mobil	-
BPR	
a. Kantor Pusat	14
b. Kantor Cabang	3
c. Kantor Kas	1

Sumber: Bank Indonesia Provinsi Lampung, 2016

## 5. *Mobile Banking*

*Mobile banking* juga termasuk layanan *electronic banking* atau *e-banking*.

Dibandingkan layanan *e-banking* lainnya, perkembangan *mobile banking* terbilang paling cepat. saat ini *mobile banking* lebih sering diasosiasikan dengan

aplikasi khusus yang ditanamkan (*install*) pada *smartphone* itu sendiri dalam melakukan transaksi perbankan secara *mobile*.

a. **Siger Mobile**

Pada tahun 2015 *siger mobile* merupakan layanan *mobile banking* dari Bank Lampung untuk melakukan transaksi finansial dan *non* finansial dengan menggunakan menu transaksi dan tampilan menu, dimana aplikasi harus diunduh terlebih dahulu menggunakan *handset* telepon selular/komputer tablet serta teknologi 3G/GPRS/4G/WIFI yang diantara berikut:

1. Transaksi Non-Financial :

- Informasi saldo
- Cek Mutasi
- *History* Transaksi

2. Transaksi Financial

- Transfer antar Bank Lampung
- Pembelian pulsa isi ulang
- Pembayaran TV Kabel

Siger mobile adalah layanan *mobile banking* pada *smartphone* (*Android*, dan *iPhone*) dengan tampilan menu yang menarik dan mudah digunakan. Dengan Siger *mobile* nasabah dapat melakukan transaksi finansial (transfer, pembayaran, pembelian, dll), transaksi *non* finansial (cek saldo, cek histori transaksi, dll), informasi lokasi cabang/ATM, informasi kurs dan fitur-fitur menarik lainnya. Untuk menggunakan layanan tersebut, nasabah perlu mengaktifkan

layanan SMS kemudian mengunduh aplikasi Siger *mobile*. Nasabah dapat mengunduh aplikasi tersebut di *App Store*, dan *Google Play*.

**b. Ketentuan Layanan Siger Mobile**

Siger *mobile* dapat diunduh oleh Nasabah/non Nasabah.

- Nasabah/non nasabah yang akan melakukan transaksi harus memiliki rekening perorangan tabungan atau dan terdaftar sebagai pengguna layanan bank lampung SMS.
- Untuk memperoleh layanan, nasabah harus mengunduh aplikasi Siger *mobile* melalui registrasi SMS, layanan unduh aplikasi resmi mitra Bank Lampung seperti *iOS/iTunes* dan *Google Play*.
- Aplikasi Siger *mobile* hanya dapat berfungsi pada satu kartu SIM (nomor telepon selular) yang telah terdaftar dan satu *handset*/alat telepon selular/komputer *iPad* yang telah digunakan untuk mengunduh aplikasi.

Biaya akses layanan Siger *mobile* adalah biaya data (3G/GPRS/4G/WIFI) yang ditetapkan oleh kerja sama antara bank lampung dengan penyedia jasa telekomunikasi serta *fee* transaksi yang dikenakan oleh penyedia jasa layanan.

Untuk penonaktifan layanan dapat dilakukan sementara (dengan cara menghapus aplikasi Siger *mobile*) atau permanen (dengan cara menonaktifkan *user* bank lampung sms). Semua telepon seluler (termasuk smartphone) dan komputer tablet yang memiliki fasilitas 3G/GPRS4G//Wifi, sudah *Java enabled*, dan berbasis *symbian*, *windows* dan *android*.

c. **Informasi Menu & Transaksi**

- Menu Transaksi Transfer antar Rekening Bank Lampung  
Menu ini memiliki seperti transfer antar rekening sesama Bank Lampung.
- Menu Transaksi Transfer antar rekening bank lainnya.  
Menu ini memiliki seperti transfer antar rekening bank lainnya.
- Menu Pembelian Isi Ulang Pulsa  
Menu ini memiliki pembelian isi ulang pulsa terdiri dari Rp. 25.000, Rp. 50.000 dan Rp. 100.000 provider Tsel, XL,IM3, 3, dll
- Menu Informasi  
Menu ini memiliki informasi seputar Siger Mobile dan kegunaannya.
- Menu Pembayaran  
Menu ini memiliki pembayaran tagihan kartu kredit, tagihan telepon/ponsel, tagihan TV-kabel, dll.

d. **Registrasi Siger Mobile**

Layanan *Siger mobile* dapat di *download* melalui :

- Layanan unduh aplikasi melalui mitra resmi Bank Lampung, seperti *iTunes*, *Google Play*.
- Bagi pengguna *Iphone* dan *Android*
- Untuk nasabah bukan pengguna/pengguna bank lampung SMS dengan tipe *Iphone* dan *Android* akan mendapatkan layanan *full version* dengan memilih tombol “*INSTALL*” pada tampilan di layar.
-

e. **Keuntungan Siger Mobile**

- Memudahkan nasabah untuk melakukan transaksi karena menu lebih jelas, lebih mudah digunakan dan tampilan yang lebih menarik.
- Dapat digunakan nasabah dimana saja dan kapan saja karena diakses lewat telepon selular atau komputer tablet.
- Hemat dan singkat, karena terdapat menu yang dapat menyimpan data transaksi nasabah sehingga alur transaksi menjadi lebih singkat.
- *Personalized*, karena setiap nasabah dapat memilih dengan tampilan foto pribadi di menu utama.
- Aman, karena setiap masuk ke dalam aplikasi harus memasukkan *password* atau identitas rahasia.

6. **Kepuasan Nasabah**

Keseluruhan kegiatan yang dilakukan oleh Bank pada akhirnya akan bermuara pada nilai yang akan diberikan oleh nasabah mengenai kepuasan yang dirasakan. Sedangkan menurut Zulian Yamit (2005:78) kepuasan nasabah merupakan evaluasi purna beli atau hasil evaluasi setelah membandingkan apa yang dirasakan dengan harapannya.

a. **Pengertian Kepuasan Nasabah**

Menurut Hansemark dan Albinsson (2004) kepuasan nasabah secara keseluruhan menunjukkan sikap terhadap penyedia layanan, atau reaksi emosional

untuk perbedaan antara apa yang nasabah harapkan dan apa yang mereka terima. Menurut Bitner dan Zeithaml (2003) kepuasan nasabah adalah evaluasi nasabah dari produk atau layanan dalam hal apakah produk itu atau layanan itu telah memenuhi kebutuhan dan ekspektasi nasabah.

**b. Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah**

Lupiyoadi (2001) menyebutkan lima faktor utama yang perlu diperhatikan dalam kaitannya dengan kepuasan nasabah, antara lain:

- **Kualitas Produk**

Nasabah akan puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.

- **Kualitas Pelayanan**

Nasabah akan merasa puas bila mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan harapan.

- **Emosional**

Nasabah merasa puas ketika orang memuji dia karena menggunakan merek yang mahal.

- **Harga**

Produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi.

- **Biaya**

Nasabah yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa tersebut.

#### **7. Hubungan Kualitas Layanan dengan Kepuasan/Ketidakpuasan Nasabah**

Penulisan yang dilakukan oleh Jun & Palacios (2015) pada jurnalnya yang berjudul *Examining the key dimensions of mobile banking service quality: an exploratory study Vol. 34 Iss 3 pp. 307-326*. Terdapat lima dimensi kualitas layanan seperti: Akurasi, Kenyamanan *Mobile*, Kemudahan Penggunaan, Beragam Fitur Layanan Aplikasi *Mobile*, Dan Perbaikan Terus-Menerus. Tampaknya memiliki dampak yang kuat pada kepuasan dan ketidakpuasan, tergantung pada tingkat kinerja atribut ini. dimensi Keamanan, Keandalan memiliki dampak besar pada kualitas layanan yang akan mempengaruhi kepuasan nasabah. Sementara dimensi *responsiveness* tampaknya memiliki dampak kecil pada kualitas layanan *mobile banking* yang dirasakan dan mempengaruhi ketidakpuasan nasabah, bukan kepuasan nasabah.

## 8. Penulisan terdahulu

**TABEL 4 REFERENSI PENULISAN TERDAHULU**

No.	Nama	Variabel Penulisan (Judul)	Hasil Penulisan
1.	Minjoon Jun & Sergio Palacios (2015)	<i>Examining the key dimensions of mobile banking service quality: an exploratory study</i> Vol. 34 Iss 3 pp. 307-326.	Hasil penulisan yang didapat adalah bahwa kualitas layanan, dimensi kualitas layanan yang dikembangkan dalam konteks secara <i>offline</i> / layanan perbankan online tidak dapat menjadi set yang sesuai pedoman untuk menilai dan mengelola kualitas layanan <i>m-banking</i> .
2.	Rahma Novita Sari (2012)	Pengaruh Kualitas Layanan BRI <i>Mobile</i> Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk Kantor Cabang Palangkaraya, Kalimantan Tengah Tahun 2012)	Kualitas layanan BRI <i>Mobile</i> Berdasarkan persepsi nasabah bank BRI Kantor Cabang Palangkaraya sudah sangat baik

**TABEL 4 REFERENSI PENULISAN TERDAHULU (LANJUTAN)**

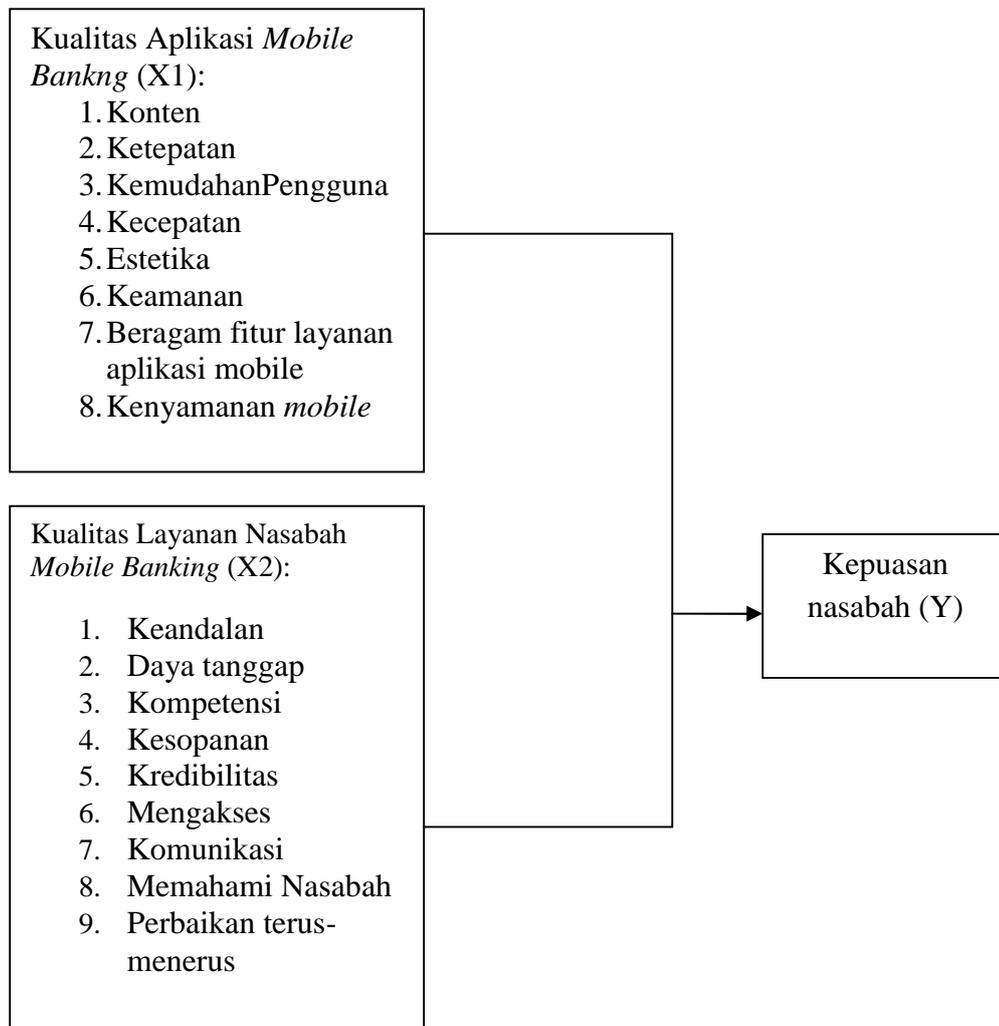
No.	Nama	Variabel Penulisan (Judul)	Hasil Penulisan
3.	Zuryatina Fitri Ayuni (2015)	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Prosedur Kredit, Dan Tingkat Suku Bunga Terhadap Kepuasan Nasabah Kredit Pegawai Pada PT. Bank Lampung Kantor Cabang Utama Bandar Lampung	Hasil penulisan menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan, Prosedur Kredit yang telah ditetapkan serta Tingkat Suku Bunga yang ditawarkan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna Kredit Pegawai di Bank Lampung Kantor Cabang Utama
4.	Pratiwi Kusumaningrum (2014)	Pengaruh Kualitas Jasa “ <i>Mobile Banking</i> ” Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk Cabang Makassar	Keempat variable yakni <i>Efficiency</i> , <i>Fulfillment</i> , <i>Reliability</i> , dan <i>Privacy</i> mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan
5.	May Fanny Eka Putri Prodi dan Dodie Tricahyono, Ph.D (2014)	<i>Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik (E-Servqual) Mobile Banking (Studi Kasus Pada BRI Service Quality (E-Servqual) On (The Case Of BRI Unit Jatiwaringin</i>	Hasil penulisan menunjukkan bahwa kualitas layanan elektronik ( <i>e-servqual</i> ) mobile BRI secara keseluruhan sudah terbilang baik

Sumber: Minjoon Jun & Sergio Palacios (2015), Rahma novita sari (2012), Zuryatina Fitri Ayuni (2015), Pratiwi Kusumaningrum (2014), May Fanny Eka Putri Prodi dan Dodie Tricahyono, Ph.D (2014).

## B. Rerangka Pemikiran

Rerangka pemikiran ini merupakan pedoman dalam melakukan penulisan ini. Bank Lampung dengan hadirnya layanan Siger *Mobile* ini untuk memudahkan dan memenuhi kebutuhan nasabah dengan tujuan kepuasan nasabah sesuai dimensi kualitas layanan aplikasi *mobile banking* (x1), kualitas layanan nasabah *mobile banking* (x2). Kedua dimensi tersebut sangat berpengaruh kepuasan nasabah (y) yang keduanya memiliki hubungan

Berdasarkan uraian diatas, maka dapat digambarkan sebuah model penulisan:



Sumber: Minjoon Jun & sergio Palacios (2015:308)

### C. Hipotesis

Arikunto (2002 : 64) memberikan pengertian mengenai hipotesis,yaitu: “Suatu jawaban yang bersifat sementara terhadap permasalahan penulisan, sampai terbukti melalui data-data yang terkumpul”.Menurutnya,hipotesis merupakan anggapan atau jawaban sementara terhadap suatu permasalahan dalam penulisan yang masih perlu dibuktikan dengan melalui analisis data yang didapat.

Berdasarkan latar belakang masalah, perumusan masalah, dan kerangka pikir yang telah dikemukakan sebelumnya, maka penulis merumuskan hipotesis penulisan sebagai berikut :

- Terdapat Pengaruh kualitas layanan *mobile banking* Siger *Mobile* yang terdiri dari dimensi Kualitas aplikasi *mobile banking* terhadap kepuasan nasabah.
- Terdapat Pengaruh kualitas layanan *mobile banking* Siger *Mobile* yang terdiri dari dimensi Kualitas layanan Nasabah *Mobile Banking* terhadap kepuasan nasabah.

### **III. METODE PENELITIAN**

#### **A. Desain Penelitian**

Menurut Malhotra (2005:29) mengungkapkan bahwa desain riset dapat dibagi menjadi tiga macam. Pertama, riset eksploratori yaitu desain riset yang digunakan untuk mengetahui permasalahan dasar. Kedua, riset deskriptif yaitu desain riset yang digunakan untuk menggambarkan sesuatu. Ketiga, riset kausal yaitu untuk menguji hubungan sebab akibat. Ketiga jenis riset ini menghasilkan informasi yang berbeda-beda sehingga penentuan desain riset yang akan digunakan tergantung pada informasi yang akan dicari dalam riset pemasaran.

Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah desain kausal. Desain kausal ini tujuan utamanya adalah untuk mendapatkan bukti hubungan sebab akibat dari variabel independen dan variabel dependen (Uma Sekaran, 2010: 110). Dalam penelitian ini penulis menggunakan jenis desain penelitian kausal yang bertujuan untuk menguji pengaruh variabel Dimensi Kualitas Layanan “*Mobile Banking*” Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Siger *Mobile* PT. Bank Lampung.)

## **B. Objek Penelitian**

Penelitian ini menganalisa tentang pengaruh Dimensi Kualitas Layanan “Mobile Banking” Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Siger Mobile PT. Bank Lampung.) di Bandar Lampung. Objek yang menjadi variabel bebas atau *independent variable* adalah (X) yaitu dimensi kualitas aplikasi *mobile banking* (x1) dan dimensi kualitas layanan nasabah *mobile banking* (X2) kemudian, variabel terikat atau *Dependen Variable* (Y) adalah kepuasan nasabah pada PT. Bank Lampung.

Pelaksanaan penelitian ini berlangsung di wilayah Kota Bandar Lampung dan objek penelitian yang dijadikan populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang menggunakan aplikasi siger *mobile bank lampung*.

## **C. Populasi dan Sampel**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari subyek atau obyek yang mempunyai kualitas dan karakter tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan Sugiyono (2010:117). Populasi adalah semua obyek atau subyek yang diteliti dalam penelitian. Populasi yang diteliti dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah yang terdaftar sebagai pengguna *mobile banking* pada PT. Bank Lampung di Kota Bandar Lampung yang jumlahnya diketahui secara pasti.

Sampel adalah bagian dari populasi yang diteliti Arikunto (2010:112). Sampel adalah bagian dari populasi yang diambil melalui cara-cara tertentu yang memiliki karakteristik tertentu, jelas dan lengkap yang dianggap dapat mewakili populasi.

Agar sampel yang diambil dapat *representative* atau mewakili populasi, maka pengambilan sampelnya harus tepat.

Metode yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah metode *non-probability sampling* dengan teknik *Purposive Sampling* yaitu pengambilan sampel berdasarkan penilaian, peneliti mengenai siapa yang pantas untuk dijadikan sampel. Teknik ini merupakan teknik pemilihan sampel berdasarkan ciri-ciri khusus yang dimiliki sampel tersebut yang dipertimbangkan memiliki hubungan yang sangat erat dengan ciri-ciri responden atau nasabah yang sudah menggunakan siger *mobile*. Teknik ini dipilih oleh peneliti karena peneliti juga memiliki keterbatasan dana dan waktu.

Hair *at all.*,(2010:112), menyarankan bahwa jumlah sampel penelitian yang tidak diketahui jumlah populasi pastinya, minimal berjumlah lima kali variabel yang dianalisa atau indikator pertanyaan. Jumlah pertanyaan dari penelitian iniberjumlah 20, maka diperoleh hasil perhitungan sampel sebagai berikut:

$$\begin{aligned}\text{Jumlah Sampel} &= 5 \times 20 \\ &= 100 \text{ sampel}\end{aligned}$$

Berdasarkan uraian di atas, maka jumlah responden yang dalam penelitian ini berjumlah 100 responden yang dapat mewakili nasabah yang menggunakan aplikasi siger *mobile* sebagai referensi untuk menggunakan *mobile banking* Bank Lampung.

#### **D. Data dan Sumber Data**

Data merupakan sejumlah informasi yang dapat memberikan gambaran tentang suatu keadaan. Informasi yang diperoleh memberikan keterangan, gambaran atau fakta mengenai suatu persoalan dalam bentuk kategori huruf atau bilangan. Data yang dipakai dalam penelitian ini diperoleh dari sumber yang secara garis besar dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu:

##### **a. *Data Primer***

Data Primer yaitu data asli yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti untuk menjawab masalah penelitiannya secara khusus. Umumnya data primer ini sebelumnya belum tersedia, sehingga seorang peneliti harus melakukan pengumpulan sendiri data ini berdasarkan kebutuhannya Istijanto dalam Sunyoto (2012:27).

##### **b. *Data Sekunder***

Data Sekunder yaitu data yang bersumber dari catatan yang ada pada perusahaan dan dari sumber lainnya yaitu dengan mengadakan studi kepustakaan dengan mempelajari buku-buku atau literatur yang ada hubungannya dengan objek penelitian Sunyoto (2012:41).

## E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut :

### a. Kuesioner

Yaitu metode pengumpulan data dengan cara menggunakan daftar pertanyaan yang diajukan kepada responden untuk dijawab dengan memberikan angket. Pada umumnya isi materi kuesioner meliputi identitas responden dan butir-butir pertanyaan variabel penelitian beserta alternatif jawaban Sunyoto, (2011:142). Penelitian ini dilaksanakan untuk memperoleh data primer mengenai mengukur pengaruh Dimensi Kualitas Layanan *Mobile Banking* "Siger *Mobile*" Terhadap Kepuasan Nasabah di Bandar Lampung. Adapun cara yang digunakan adalah dengan penyebaran kuesioner kepada nasabah Bank Lampung.

### b. Lapangan (*field research*).

Penelitian lapangan yaitu pengumpulan data lapang dengan cara sebagai berikut:

- Observasi, yaitu pengumpulan data yang dilakukan langsung ke tempat penelitian dan mengumpulkan data yang diperlukan.
- Wawancara, yaitu pengumpulan data dengan melakukan tanya jawab dengan pimpinan, karyawan dan nasabah guna memperoleh keterangan tentang data yang diperlukan.

## F. Skala Pengukuran

Menurut Sugiyono (2010:93), skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif.

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert. Skala Likert adalah teknik skala non-komparatif dan unidimensional yaitu hanya mengukur sifat tunggal. Rensis Likert mengasumsikan sikap dapat diukur dan intensitas suatu pengalaman adalah linear yaitu duduk di sebuah kontinum dari sangat setuju sampai sangat tidak setuju.

Responden diminta untuk memberikan tanggapan dengan skala ini terhadap setiap pertanyaan dengan memilih satu dari lima jawaban yang tersedia berdasarkan perasaan mereka menggunakan skala ordinal.

Pemberian skor pada skala ini dari angka 1 sampai dengan 5 dengan perincian sebagai berikut:

1. Sangat Setuju (SS) diberi nilai = 5
2. Setuju (S) = 4
3. Netral (N) = 3
4. Tidak Setuju (TS) = 2
5. Sangat Tidak Setuju (STS) = 1

### **G. Definisi Operasional Variabel**

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini secara garis besar di bagi menjadi dua yaitu variabel bebas (*independent*) dan variabel terikat (*dependent*). Berikut adalah beberapa variabel yang digunakan dalam penelitian ini yang dapat dijelaskan sebagai berikut :

- a. Variabel bebas (X) merupakan variabel yang tidak terikat dan sifatnya mempengaruhi variabel dependen yang terdiri dari Kualitas Aplikasi *Mobile Banking*, Kualitas Layanan Nasabah *Mobile Banking*
- b. Variabel dependen (Y) adalah variabel terikat yang keberadaannya dipengaruhi variabel lainnya. Dalam penelitian ini variabel dependen adalah kepuasan nasabah PT. Bank Lampung.

**TABEL 6 OPERASIONAL VARIABEL PENELITIAN**

Variabel	Dimensi	Indikator Operasional	Skala
Kualitas Layanan (X)	Kualitas Aplikasi <i>Mobile Banking</i> (X <sub>1</sub> ) (Kualitas layanan yang mengacu pada konten aplikasi <i>m-banking</i> . Minjoon Jun & Sergio Palacios,2015)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Konten (<i>Content</i>)</li> <li>• Ketepatan (<i>Accuracy</i>)</li> <li>• Kemudahan Penggunaan (<i>Ease To use</i>)</li> <li>• Kecepatan (<i>Speed</i>)</li> <li>• Estetika (<i>Aesthetics</i>)</li> <li>• Keamanan (<i>Security</i>)</li> <li>• Beragam Fitur Layanan Aplikasi Mobile (<i>Diverse Mobile Application Service Features</i>)</li> <li>• Kenyamanan Mobile (<i>Mobile Convenience</i>)</li> </ul>	Likert
	Kualitas Layanann Nasabah <i>Mobile Banking</i> (X <sub>2</sub> ) (Kualtas layanan yang sejalan dengan temuan <i>offline</i> dan kualitas layanan <i>online</i> . Minjoon Jun & Sergio Palacios,2015)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Keandalan (<i>Reliability</i>)</li> <li>• Tanggap (<i>Responsiveness</i>)</li> <li>• Kompetensi (<i>Competence</i>),</li> <li>• Kesopanan (<i>Courtesy</i>),</li> <li>• Kredibilitas (<i>Credibility</i>),</li> <li>• Mengakses (<i>Access</i>),</li> <li>• Komunikasi (<i>Communication</i>),</li> <li>• Memahami Nasabah (<i>Understanding The Customer</i>),</li> <li>• Perbaikan Terus-Menerus (<i>Continuous Improvement</i>).</li> </ul>	Likert
Kepuasan Nasabah (Y)	Kepuasan nasabah merupakan evaluasi purna beli atau hasil evaluasi setelah membandingkan apa yang dirasakan dengan harapannya. (Zulian Yamit 2005:78)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mengatasi masalah saat dalam situasi yang sulit</li> <li>• Lebih baik dari alternatif lain (mudah digunakan, menghindari layanan personel, menghemat waktu, kapanpun, dimanapun, menghemat uang)</li> <li>• Melakukan tugasnya</li> </ul>	Likert

**Sumber: Minjoon Jun & Sergio Palacios (2015), May Fanny Eka Putri Prodi dan Dodie Tricahyono, Ph.D (2014)**

## H. Uji Validitas dan Reliabilitas

### a. Uji Validitas

Instrumen utama yang digunakan dalam penelitian ini adalah daftar pertanyaan yang disebarikan kepada responden. Instrumen yang dibuat sebelum disebarikan kepada responden yang menjadi sampel penelitian harus diuji kevalidannya dan kereliabelannya melalui analisis faktor, agar daftar pertanyaan yang dibuat tersebut benar-benar mampu mengungkap data sehingga mampu menjawab permasalahan hingga tujuan penelitian tercapai.

Uji validitas dimaksudkan untuk memastikan seberapa baik suatu instrumen mengukur konsep yang seharusnya diukur. Instrumen yang valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur secara tepat dan benar. Mempergunakan instrumen penelitian yang memiliki validitas yang tinggi, hasil penelitian mampu menjelaskan masalah penelitian sesuai dengan keadaan atau kejadian yang sebenarnya dengan signifikansi dibawah 0,05 dan *Kaiser-Meyer-Olkin* (KMO), *Anti Image*, dan *Factor Loading* > 0.5 dinyatakan valid dan sampel bisa di analisis lebih lanjut Sekaran (2006:311).

### b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah tingkat ketepatan, ketelitian atau keakuratan sebuah instrumen. Instrumen yang sudah dapat dipercaya atau reliabel akan menghasilkan data yang dapat dipercaya pula Arikunto (2010:146). Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *alpha cronbach* ( ) > 0.60 dengan bantuan SPSS 16.00.

## I. Teknik Analisis Data

### a. Analisis Kualitatif

Metode analisis kualitatif menggunakan kuesioner yang didalamnya memuat pertanyaan-pertanyaan terbuka sehingga data yang dihasilkan lebih kaya, manusiawi, tajam dan seringkali lebih membuka wawasan Sugiyono (2010:9).

### b. Analisis Kuantitatif

Analisis kuantitatif adalah riset yang cara pengolahan datanya dihitung menggunakan analisis sistematis. Penelitian ini menggunakan uji regresi linier berganda. Uji regresi linier berganda digunakan untuk memeriksa kuatnya hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat.

Menurut Sugiyono (2010:8) uji regresi linier berganda dapat dilihat dalam persamaan berikut:

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + e$$

Keterangan :

$Y$  = Variabel terikat yaitu keputusan pembelian

$a$  = Konstanta

$b_1$  = Koefisien Regresi

$X_1$  = Kualitas Layanan Aplikasi *Mobile Banking*

$X_2$  = Kualitas Layanan Nasabah *Mobile Banking*

$e$  = Standar error

## J. Uji Hipotesis

### a. Pengujian Hipotesis Secara Keseluruhan (Uji F)

Uji F yaitu suatu uji untuk mengetahui pengaruh variabel bebas, yaitu Kualitas Layanan Aplikasi *Mobile Banking* (X1), Kualitas Layanan Nasabah *Mobile Banking* (X2), secara simultan terhadap variabel terikat, yaitu Terhadap kepuasan Nasabah (Y). Kriteria yang digunakan adalah :

- 1)  $H_0 : b_1 = b_2 = 0$ , artinya tidak ada pengaruh yang signifikan variabel bebas, yaitu Kualitas Layanan Aplikasi *Mobile Banking* (X1), Kualitas Layanan Nasabah *Mobile Banking* (X2), secara simultan terhadap variabel terikat, yaitu Terhadap kepuasan Nasabah (Y)
- 2)  $H_a : b_1 - b_2 > 0$ , artinya ada pengaruh yang signifikan dari variabel bebas yaitu Kualitas Layanan Aplikasi *Mobile Banking* (X1), Kualitas Layanan Nasabah *Mobile Banking* (X2), secara simultan terhadap variabel terikat, yaitu Terhadap kepuasan Nasabah (Y)

Sedangkan kriteria pengujiannya adalah sebagai berikut :

1. Taraf Signifikan ( $\alpha = 0,05$ ).
2. Distribusi t dengan derajat kebebasan ( $n - k$ ).
3. Apabila  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.
4. Apabila  $F_{hitung} < F_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

**b. Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t)**

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel independen yaitu Kualitas Layanan Aplikasi *Mobile Banking* ( $X_1$ ), Kualitas Layanan Nasabah *Mobile Banking* ( $X_2$ ) secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependen yaitu Kepuasan Nasabah (Y) pada tingkat kepercayaan 95% atau  $\alpha = 5\%$ . Dengan hipotesis:

- a. Bila nilai signifikan (*P value*)  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan menerima  $H_a$  yang berarti ada pengaruh antara variabel bebas dan variabel terikat.
- b. Bila nilai signifikan (*P value*)  $> 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan menolak  $H_a$  yang berarti tidak ada pengaruh antara variabel bebas dan variabel terikat.

## V. SIMPULAN DAN SARAN

### A. Simpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah dilakukan, maka simpulan dari penelitian ini adalah dimensi kualitas layanan *mobile banking* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah hal tersebut berdasarkan:

- Berdasarkan hasil analisis koefisien regresi antara pengaruh dimensi kualitas layanan *mobile banking* terhadap kepuasan nasabah *siger mobile* pada PT. Bank Lampung semuanya positif. Dimana pengaruh perubahan naik atau turunnya variabel kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik dimensi kualitas layanan yang meliputi kecepatan dan *responsiveness* yang paling berpengaruh pada kepuasan nasabah.
- Hasil t hitung seluruh dimensi *kualitas layanan mobile banking* yang terdiri dari Kualitas Layanan Aplikasi Mobile Banking sebesar 0,000, Kualitas Layanan Nasabah Mobile Banking sebesar 0,000, secara parsial berpengaruh terhadap variable kepuasan nasabah dengan nilai signifikan diseluruh dimensi lebih kecil dari 0,05. Berdasarkan hasil *standardized coefficients beta* nilai terbesar terletak pada Kualitas Layanan Nasabah Mobile Banking sebesar 77,3 dan nilai terkecil terletak pada Kualitas Layanan Aplikasi Mobile Banking sebesar 16,2.

- Hasil uji  $R^2$  memiliki nilai sebesar 0,481. Hal ini berarti dimensi kualitas layanan *mobile banking* berperan dalam memberikan sumbangan terhadap variable kepuasan nasabah sebesar 48,1% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti seperti *servicescape*, kualitas produk, promosi, lain-lain.

## B. Saran

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah dipaparkan, maka beberapa hal yang dapat menjadi masukan pada penelitian ini adalah:

- Dimensi Kualitas Layanan *Aplikasi Mobile Banking* memiliki skor terbanyak dalam tidak setuju sebesar 18% pada indikator Akurasi dengan butir pernyataan (apakah layanan siger *mobile* memberikan kemampuan transaksi dengan dengan tepat). Sebaiknya pihak Bank Lampung lebih memperhatikan kembali ketepatan kemampuan transaksi didalam siger *mobile* agar nasabah menjadi puas dengan kualitas layanan aplikasi siger *mobile*.
- Dimensi Kualitas Layanan Nasabah *Mobile Banking* pada indikator *Reliability* dan kredibilitas dengan butir pernyataan Bank Lampung yaitu (Siger *mobile* mampu untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan dan bisa diandalkan.) dan (memberikan kredibilitas *mobile banking* yang baik) memperoleh persentase jawaban responden tetinggi 4% dalam tabel sangat tidak setuju dibandingkan indikator lainnya sehingga sebaiknya pihak Bank Lampung meningkatkan pelayanan yang diandalkan untuk memenuhi kebutuhan nasabah dengan menggunakan siger *mobile* dan memperbaiki

kredibilitas yang ada di Bank Lampung tersebut agar nasabah puas dengan pelayanan yang diberikan

- Bank Lampung seharusnya mempertimbangkan kembali strategi yang berkaitan dengan dimensi kualitas layanan *mobile banking* terutama variabel kualitas layanan aplikasi *mobile banking* dan kualitas layanan nasabah *mobile banking*. Hal itu dikarenakan dua dimensi tersebut merupakan keunggulan kompetitif dari PT. Bank Lampung untuk mempertahankan kepuasan nasabah dan berkembang ketingkat yang lebih tinggi karena dengan begitu dapat menciptakan kualitas layanan *mobile banking* yang positif pada Siger Mobile PT. Bank Lampung.
- Saran untuk peneliti selanjutnya yang akan mengembangkan penelitian ini, sebaiknya menggunakan variabel-variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini. Hal ini dilakukan agar dapat diketahui variabel lain yang turut mempengaruhi *Kualitas Layanan Mobile Banking* pada Siger Mobile pada PT. Bank Lampung.

## DAFTAR PUSTAKA

- Advirsson, N. 2014. “*Consumer attitudes on mobile payment services. – results from a proof of concept test*”, International Journal Of Bank Marketing Vol. 32, No.2, pp. 150-170.
- Alma, Buchari. 2009. Manajemen Pemasaran & Pemasaran Jasa. Cetakan Kedelapan. Alfa Beta. Bandung.
- Ayuni, Zuryatina Fitri, 2015. *Pengaruh Kualitas Jasa “Mobile Banking” Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk Cabang Makassar*
- Bauer et al, 2015
- Ismail, Management Perbankan dan Teori Menuju Aplikasi, Jakarta: Kencana, 2010
- Jatmiko, R D (2004:9) Buku Pengantar Bisnis
- Jun, Minjoon & Sergio Palacios. 2015. “*Examining The Key Dimenions of Mobile Banking Service Quality: am exploratory Study*”. Journal of Bank Marketing.
- Jun. M. and Cai, S. (2001), “*The Key determinants of internet banking service quality: a content analysis*”, International Journal Of Bank Marketing, Vol 19 No, 7, pp. 276-291
- Kasmir. 2003. Manajemen Perbankan. Divisi Perguruan Tinggi PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Kasmir. 2005. Dasar-dasar Perbankan. Edisi 1. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Kasmir. 2005. Pemasaran Bank. Kencana. Jakarta.
- Kasmir. 2008. Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya. Edisi Revisi 2008. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2007. Dasar-Dasar Pemasaran. PT. Indeks Kelompok Gramedia. Jakarta.

- Kusumaningrum, Pratiwi 2014. *Pengaruh Kualitas Jasa “Mobile Banking” Terhadap Kepuasan Nasabah Pt. Bank Mandiri (Persero) Tbk Cabang Makassar.*
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13 Jilid 2. Erlangga. Jakarta.
- Malhotra, Naresh K dan Birks, David F. 2007. *Marketing Research: An Applied Approach*. Prentice Hall. New Jersey.
- Prodi, May Fanny Eka Putri dan Ph.D, Dodie Tricahyono, 2014. *Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik (E-Servqual) Mobile Banking (Studi Kasus Pada Bri Service Quality (E-Servqual) On (The Case Of BRI Unit Jatiwaringin.*
- Sari, Rahma novita, 2012. *Pengaruh Kualitas Layanan Bri Mobile Terhadap Kepuasan Nasabah Pt. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk Kantor Cabang Palangkaraya, Kalimantan Tengah.*
- Sohn dan Tadisna, 2008
- Subagio, Ahmad. 2010. *Marketing In Business*. Jakarta : Mitra Wacana Media.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif , Kualitatif dan R&D*. Alfabeta. Bandung.
- Sanusi, Anwar. 2011. *Metedologi Penelitian Bisnis*. Penerbit Salemba Empat: Jakarta Selatan
- Susanto, A. B. (2000:11) . *Manajemen Pemasaran Indonesia*.
- Swastha, Basu dan Irawan. 2008. *Manajemen Pemasaran Modern*. Penerbit Liberty : Yogyakarta.
- Tjiptono, F & Chandra. (2011). *Service, Quality & Satisfaction* (3th ed.). Yogyakarta: CV. ANDI OFFSET.
- Undang-Undang No. 10 Tahun 1998 BAB IV Pasal 16.
- Widiyanto, Ibnu. 2008. *Metodologi Penelitian*. Semarang. Universitas Diponegoro

Yamit, Zulian . 2005. Manajemen Kualitas Produk dan Jasa. Ed. 1, Cet. 4.

Yogyakarta: Ekonisia Kampus Fakultas Ekonomi UII Yogyakarta..

Zamahsari, Moezamil. 2000. Manajemen Pemasaran Modern. Andi Offset. Yogyakarta.

<http://www.alamatbank.com/>. Diakses pada, 8 September 2016

<https://banklampung.co.id/>“Website Bank Lampung” Diakses pada, 27 Oktober 2016.

<http://sbm.binus.ac.id/2016/10/10/sikap-konsumen-terhadap-mobile-banking-part-2/>. Diakses pada 10 November 2016