

Pengaruh Layanan Mobile Banking terhadap Loyalitas Nasabah Bank Sulselbar Cabang Utama Makassar

Muchriady Muchran¹, Muchran², Aenul³

Manajemen, Universitas Muhammadiyah Makassar

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh layanan mobile banking terhadap loyalitas nasabah pada Bank Sulselbar Cabang Makassar. Populasi yang diambil dari penelitian ini adalah pengguna aplikasi Sulselbar Mobile khususnya di Bank Sulselbar Cabang Utama Makassar. Dengan penentuan Sampel menggunakan rumus slovin dan diperoleh sampel berjumlah 100 orang responden dengan teknik pengambilan sampel yang menggunakan teknik metode deskriptif kuantitatif adalah metode survey dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpul data. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis uji reliabilitas dan uji validitas dengan metode analisis regresi sederhana. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan maka dapat diambil kesimpulan bahwa Layanan Mobile Banking berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah Bank Sulselbar Cabang Utama Makassar.

Kata Kunci: Layanan Mobile Banking, Loyalitas Nasabah, Bank Sulselbar Cabang Utama Makassar.

Abstract

This study aims to determine how much influence mobile banking services have on customer loyalty at Bank Sulselbar Makassar Branch. The population taken from this study are users of the Sulselbar Mobile application, especially at Bank Sulselbar, Makassar Main Branch. By determining the sample using the Slovin formula and obtained a sample of 100 respondents with a sampling technique that uses quantitative descriptive methods is a survey method and uses a questionnaire as a data collection tool. The data analysis technique used in this research is the analysis of the reliability test and the validity test with the simple regression analysis method. Based on the results of research and discussions that have been carried out, it can be concluded that Mobile Banking Services have a positive and significant effect on Customer Loyalty of Bank Sulselbar Makassar Main Branch.

Keywords: Mobile Banking Services, Customer Loyalty, Bank Sulselbar Makassar Main Branch.

Copyright (c) 2022 Aenul

 Corresponding author :
Email Address : aenulnull@gmail.com

PENDAHULUAN

Kepuasan konsumen bukanlah tujuan akhir dalam menjalankan sebuah usaha khususnya perusahaan perbankan/Bank, melainkan kesetiaan seorang nasabah. Kesetiaan atau loyalitas dari nasabah merupakan senjata yang paling kuat dalam menghadapi dunia persaingan bisnis pada saat ini. Apalagi dalam menghadapi era digital seperti sekarang,

perusahaan perbankan harus mampu memikirkan bagaimana cara memenuhi kebutuhan dari nasabah dan tidak berhenti melakukan pelayanan terbaik agar nasabah tersebut tetap loyal terhadap perusahaan.

Perusahaan sebaiknya tidak boleh berhenti jika merasa telah memberikan kepuasan terhadap nasabahnya, tetapi terus berupaya menciptakan strategi-strategi baru agar nasabah tidak berpindah ke bank lain dan menjadikan nasabah semakin loyal lagi. Loyalitas lebih mengacu pada wujud perilaku konsumen atau pelanggan, konsumen yang loyal adalah mereka yang sering melakukan pembelian berulang-ulang secara teratur membeli antar lini produk atau jasa, mereferensikan kepada orang lain dan menunjukkan kekebalan terhadap tarikan dari pesaing.

Pergeseran paradigma juga menjadi masalah bagi perusahaan perbankan, hal ini disebabkan oleh nasabah yang semakin menuntut lebih banyak, persaingan yang semakin ketat, dan teknologi yang maju. Oleh karena itu perusahaan perbankan harus mempersiapkan diri dengan mengarahkan visi dan misi kearah mana kecenderungan pasar membentuk diri dan menentukan strategi pemasaran secara tepat untuk mempertahankan kelangsungan hidup, berkembang dan mendapatkan laba.

Kualitas pelayanan cenderung mendorong nasabah menjalin hubungan yang erat dengan perusahaan sehingga memungkinkan perusahaan mengerti kebutuhan dari nasabah, sehingga nasabah dapat menciptakan kesetiaan atau loyalty kepada perusahaan. Loyalitas dapat terbentuk apabila pelanggan merasa puas dengan tingkat layanan yang diterima dan berniat untuk terus melanjutkan hubungan. Penerapan kualitas pelayanan yang baik akan dapat memuaskan nasabah dan pada akhirnya akan membuat nasabah loyal.

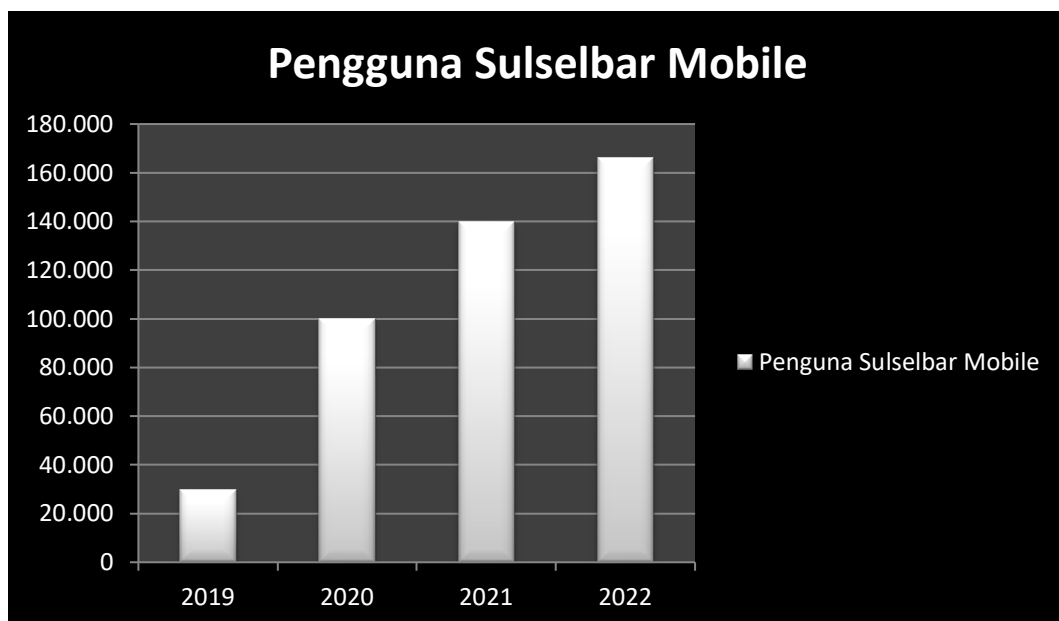
Memiliki nasabah yang loyal merupakan kunci kesuksesan sebuah bank karena dapat meningkatkan laba. Mempertahankan semua pelanggan yang ada pada umumnya akan lebih menguntungkan dibandingkan dengan pergantian pelanggan. Karena loyalitas tidak muncul begitu saja, untuk menjadikan nasabah loyal terhadap bank bukanlah perkara yang mudah. Pihak perusahaan harus merancang sebuah strategi dalam pengelolaannya guna memperoleh nasabah yang loyal. Perusahaan harus memikirkan apa yang menjadi harapan dan kebutuhan nasabah dalam menghadapi masa yang akan datang.

Bank harus mulai berinovasi dengan memanfaatkan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi. Perkembangan teknologi memang memang cepat dan sangat berpengaruh terhadap segala aspek kehidupan manusia. Oleh karena itu, teknologi yang di terapkan perusahaan harus dapat diterima dan digunakan oleh nasabah. Menyadari begitu pentingnya loyalitas nasabah dan menyikapi kemajuan teknologi, Bank Sulselbar cabang utama makassar telah melakukan investasi besar-besaran terhadap layanan mobile banking yang diberi nama Sulselbar Mobile, guna untuk mempermudah nasabah dalam bertransaksi.

Mobile banking merupakan suatu layanan yang berupa aplikasi digital, yang sengaja dibuat oleh suatu bank untuk mempermudah nasabah melakukan transaksi melalui smartphone. Layanan mobile banking dapat digunakan melalui menu yang tersedia di dalam aplikasi Sulselbar Mobile yang dapat diunduh oleh setiap nasabah Bank Sulselbar Cabang Utama Makassar yang memiliki smartphone. Mobile banking merupakan sistem yang memungkinkan penggunanya, baik individual atau bisnis, untuk mengakses rekening, melakukan transaksi bisnis, atau mendapatkan informasi produk dan jasa bank melalui jaringan pribadi atau publik, termasuk internet.

Penyelenggaraan mobile banking merupakan penerapan atau aplikasi teknologi informasi yang terus berkembang dan dimanfaatkan untuk menjawab keinginan nasabah perbankan yang menginginkan servis cepat, aman, nyaman, dan murah yang tersedia dalam 24 jam dan dapat diakses melalui smartphone. Mobile banking mampu meyakinkan nasabahnya akan keamanan dan kerahasiaan data-data nasabah akan memperoleh kepercayaan dari nasabah.

Menciptakan Sulselbar Mobile dengan fitur-fitur yang menarik di dalamnya, Bank Sulselbar Cabang Utama Makassar dapat mempermudah nasabah dalam melakukan transaksi perbankan. Sehingga membuat nasabah tetap menjaga kesetiaan atau loyalty terhadap Bank Sulselbar Cabang Utama Makassar. Apalagi sepanjang masa pandemi Covid-19, penggunaan mobile banking mengalami kenaikan di semua perbankan baik di Bank Sulselbar maupun di perusahaan perbankan lainnya.



Sumber: Bank Sulselbar, 2022

Gambar 1. Statistik Pengguna Sulselbar *Mobile*

Berdasarkan diagram diatas bisa dilihat bahwa penggunaan aplikasi Sulselbar *Mobile* terus meningkat di setiap tahunnya terutama di tahun 2020. Sampai sekarang pengguna Sulselbar *Mobile* di Bank Sulselbar Cabang Utama Makassar yaitu 165.957 orang.

Dari awal pandemi, penggunaan SULSELBAR mobile di tahun 2020 mengalami peningkatan yang sangat signifikan pada Maret 2020 pengguna Sulselbar Mobile mencapai 41.859, naik 54,76% menjadi 64.782 pada Agustus 2020. Hal ini dikatakan langsung oleh Irmayanti Sulthan selaku Direktur Operasional dan TI Bank Sulselbar dalam suatu podcast di channel Terkinidotid, Jumat 13/11/2020. Irmayanti juga mengatakan;

"Pada data transaksi digital sebelum pandemi pada Januari 2020 hanya 230.178 per-bulan, naik menjadi 523.238 pada puncak pandemi April hingga Juli 2020 dan per September 2020 meningkat 100%".

Dan hingga sekarang Sulselbar mobile didownload 100 ribu lebih di Playstore.

Maka dari itu penelitian ini dilakukan untuk menganalisis seberapa besar pengaruh dari layanan mobile banking terhadap kesetiaan atau loyalitas nasabah Bank Sulselbar

Cabang Utama Makassar. Dan harapan peneliti dalam penelitian ini dapat menjadi Pedoman Bagi Bank Sulselbar Cabang Utama Makassar dalam hal pelayanan eletronik,

METODOLOGI

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif, karena peneliti ingin mengetahui pendapat nasabah Bank Sulselbar Cabang Utama Makassar yang menggunakan aplikasi Sulselbar Mobile tentang seberapa efektif layanan mobile banking bagi mereka. Maka data yang diperoleh dapat dipahami sehingga tujuan penelitian ini dapat tercapai.

Penelitian ini dilakukan pada Bank Sulselbar Cabang Utama Makassar di Jl. Ratulangi No. 16 Mangkura, Kec. Makassar, Kota Makassar, Sulawesi Selatan. Populasi dari penelitian ini yaitu nasabah bank Sulselbar cabang utama makassar yang menggunakan aplikasi Sulselbar Mobile sebanyak yaitu 165.957 nasabah. Dan penentuan sampel menggunakan rumus slovin diperoleh sampel sebanyak 100 orang yang telah mengisi kuesioner. Cara mengukur variabel dalam penelitian ini dirangkum dalam tabel di bawah:

Tabel 1. Definisi Operasional

Variable	Definisi Variable	Indikator
Layanan Mobile Banking (X)	Layanan <i>Mobile Banking</i> merupakan suatu inovasi layanan yang ditawarkan oleh Bank dengan memanfaatkan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang disesuaikan dengan kebutuhan nasabah untuk mempermudah transaksi.	1. Kehandalan (<i>Realibility</i>). 2. Daya Tangkap (<i>Responsiveness</i>). 3. Jaminan (<i>Assurance</i>). 4. Empati (<i>Empathy</i>). 5. Bukti Fisik (<i>Tangibles</i>). 6. Efisiensi (<i>eficiency</i>).
Loyalitas Nasabah (Y)	Loyalitas nasabah adalah suatu transaksi ulang yang dilakukan oleh seorang nasabah karena komitmen pada suatu bank.	1. Kepuasan pelanggan. 2. Kualitas jasa. 3. Citra. 4. Rintangan untuk berpindah.

Sumber: Berbagai Jurnal Yang Telah Di Rangkum

Tehnik pengumpulan data yaitu dengan menggunakan kuesioner berupa pernyataan yang dibuat peneliti untuk diisi oleh responden. Melakukan wawancara pada responden serta study pustaka dengan mencari data dari artikel-artikel dan sumber media cetak maupun elektronik yang berkaitan dengan tema skripsi.

Teknik analisa data menggunakan program spss, dengan instrumen yang digunakan yaitu instrumen validasi bertujuan mengetahui sejauh mana kuisisioner tersebut mampu mengukur variabel yang diinginkan peneliti dan instrumen realibilitas untuk mengetahui tingkat keandalan kusioner. Dan melalui uji regresi sederhana dan uji Hipotesis (Uji t).

Penelitian ini juga menggunakan analisis deskriptif guna untuk mendeskripsikan karakteristik responden, serta distribusi item masing-masing variabel dan keadaan responden yang diteliti.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh layanan mobile banking terhadap loyalitas nasabah pada Bank SULSELBAR Cabang Utama Makassar, dengan menggunakan 100 sampel. Dengan responden laki-laki berjumlah 48 orang dan perempuan berjumlah 52 orang. Mayoritas nasabah sudah menggunakan Sulselbar Mobile selama lebih dari 3 tahun yaitu 44 orang, Artinya nasabah tersebut masi setia menggunakan Sulselbar Mobile.

Hasil Uji Validasi

Tabel 2. Uji Validasi

Variabel		Nilai r.hitung	Nilai r.tabel	Keterangan
Layanan Mobile Banking (X)	X1.1	0,714	0,195	Valid
	X1.2	0,724	0,195	Valid
	X2.1	0,782	0,195	Valid
	X2.2	0,706	0,195	Valid
	X3.1	0,749	0,195	Valid
	X3.2	0,735	0,195	Valid
	X4.1	0,685	0,195	Valid
	X4.2	0,741	0,195	Valid
	X5.1	0,744	0,195	Valid
	X5.2	0,698	0,195	Valid
	X6.1	0,682	0,195	Valid
	X6.2	0,628	0,195	Valid
Loyalitas Nasabah (Y)	Y1.1	0,706	0,195	Valid
	Y1.2	0,703	0,195	Valid
	Y2.1	0,766	0,195	Valid
	Y2.2	0,743	0,195	Valid
	Y3.1	0,729	0,195	Valid
	Y3.2	0,720	0,195	Valid
	Y4.1	0,769	0,195	Valid
	Y4.2	0,816	0,195	Valid

Sumber : Hasil Olah Data IBM SPSS Statistics 25, 2022

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa semua pernyataan yang diajukan valid karena $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$, berarti $r \text{ hitung}$ lebih besar dari $r \text{ tabel}$, maka dalam penelitian ini semua pernyataan kuesioner dapat digunakan untuk mengumpulkan data.

Hasil Uji Realibilitas

Tabel 3. Uji Realibilitas

Variabel	Cronbach's	Kriteria	Keterangan
----------	------------	----------	------------

Alpha			
Layanan Mobile Banking (X)	0,906	0,70	reliabel
Loyalitas Nasabah (Y)	0,952	0,70	reliabel

Sumber : Hasil Olah Data IBM SPSS Statistics 25, 2022

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa setiap variabel dapat dikatakan reliabel karena nilai cronbach's alpha lebih besar dari 0,70.

Hasil Regresi Linear Sederhana

Tabel 4. Uji Regresi linear Sederhana

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	T	Sig.
1	(Constant)	8,019	2,575		3,114	0,002
	Layanan mobile banking	0,513	0,048	0,733	10,663	0,000

a. *Dependent Variable:* Loyalitas Nasabah

Sumber : Hasil Olah Data IBM SPSS Statistics 25, 2022

Dari tabel diatas diketahui bahwa nilai constant (a) sebesar 8,019 sedangkan nilai layanan mobile banking (b / koefisien regresi) sebesar 0,513, sehingga persamaan regresinya dapat ditulis:

$$Y = a + bX \qquad Y = 8,019 + 0,513X$$

Persamaan tersebut dapat diterjemahkan:

- Nilai konstanta (a) = 8.019 ini menunjukkan nilai konstan, berarti bahwa nilai koefisien variabel Layanan Mobile Banking adalah 8.019.
- Koefisien regresi X sebesar 0,513 menyatakan bahwa setiap peningkatan 1% nilai Layanan Mobile Banking, maka nilai Loyalitas Nasabah meningkat sebesar 0,513. Koefisien regresi tersebut bernilai positif, sehingga dapat dikatakan bahwa arah pengaruh variabel X terhadap Y adalah positif.

Hasil Uji Hipotesis (Uji t)

Tabel 5. Uji t

Coefficients ^a		
Model	T	Sig.

	(Constant)	3,114	0,002
1	Layanan Mobile Banking	10,663	0.000

a. *Dependent Variable:* Loyalitas Nasabah

Sumber : Hasil Olah Data IBM SPSS Statistics 25, 2022

Berdasarkan tabel hasil pengujian variabel independen Layanan Mobile Banking (X) terhadap variabel dependen Loyalitas Nasabah (Y) adalah sebagai berikut :
Variabel Layanan Mobile Banking (X) menunjukkan nilai t- hitung (10,663) > t tabel (1.660), atau $\text{sig } 0.000 \leq 0.05$ yang berarti variabel Layanan Mobile Banking berpengaruh.

Pembahasan

Di era modern seperti sekarang, konsumen atau nasabah memiliki kebutuhan dan tuntutan yang lebih kompleks dalam menyediakan layanan perbankan secara mobile. Banyak sekali aspek-aspek yang harus dipenuhi seperti indikator dalam penelitian ini, merupakan dimensi layanan Mobile Banking yaitu realibility, responsiveness, assurance, empathy, tangibles, dan efficiency. Semua indikator-indikator tersebut harus dipenuhi jika ingin memberikan pelayanan yang terbaik.

Berdasarkan hasil Uji t, variabel layanan mobile banking (X) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah (Y) pada Bank SULSELBAR Cabang Makassar. Dimana dibuktikan dari hasil nilai t hitung lebih besar dari t tabel ($10,663 > t \text{ tabel } 1.660$) dan nilai sig = 0.000 lebih kecil dari probability yaitu 0.05, atau $0,000 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga hipotesis yang menyatakan terdapat pengaruh Layanan Mobile Banking terhadap Loyalitas Nasabah secara persial diterima.

Dengan demikian variabel layanan Mobile Banking berpengaruh positif signifikan terhadap Loyalitas Nasabah. Artinya nasabah Bank Sulselbar Cabang Utama Makassar merasa puas dengan layanan Sulselbar Mobile dan nasabah bank Sulselbar cabang utama makassar merasa bahwa layanan Sulselbar Mobile telah memenuhi harapan mereka. Hal ini dapat terlihat pada kuesioner yang diajukan untuk responden yang mayoritas responden setuju dengan pernyataan yang diajukan oleh peneliti. Hal ini juga menegaskan bahwa layanan mobile banking sangat berpengaruh terhadap loyalitas nasabah bank Sulselbar cabang utama makassar.

Implikasi dalam penelitian ini adalah bank Sulselbar cabang utama makassar sudah memberikan kualitas pelayanan mobile yang baik. Alasannya karena nasabah memberikan persepsi yang positif terhadap layanan yang diberikan dari bank Sulselbar cabang utama makassar sehingga membuat nasabah loyal terhadap bank. Dari hasil obsevasi nasabah juga mengatakan Sulselbar Mobile sangat membantu mereka dalam bertransaksi. Hal ini memungkinkan nasabah merekomendasikan aplikasi Sulselbar Mobile kepada orang lain. Berdasarkan hasil kuesioner yang diajukan, dari 100 orang yang dijadikan sampel, mayoritas nasabah memilih “kapan saja dan dimana saja (24 Jam)” sebagai alasan utama yang membuat nasabah menggunakan layanan Sulselbar Mobile. Sehingga nasabah akan terus

menggunakan Sulselbar Mobile dan melakukan pertimbangan khusus untuk menikmati layanan bank yang lain. Berdasarkan indikator dari variabel layanan Mobile Banking:

1. Realibility

Dari hasil observasi, nasabah yang menggunakan Sulselbar Mobile memberikan respon positif terhadap layanan Sulselbar Mobile yang memberikan pelayanan secara akurat dan terpercaya sesuai yang dijanjikan.

2. Responsiveness

Dari hasil observasi, layanan Sulselbar Mobile membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat, menyampaikan informasi yang jelas kepada nasabah dan tidak membiarkan nasabah menunggu tanpa memberikan alasan.

3. Assurance

Dari hasil observasi, Sulselbar Mobile memberikan jaminan terhadap nasabah, hal ini menumbuhkan rasa percaya yang tinggi dan nasabah tidak ragu-ragu menggunakan Sulselbar Mobile.

4. Empathy

Dari hasil observasi, Bank Sulselbar Cabang Utama Makassar memberikan perhatian yang tulus bagi nasabah khususnya pengguna Sulselbar Mobile dengan pengoprasian yang nyaman bagi nasabah.

5. Tangibles

Dari hasil obsevasi, Bank Sulselbar cabang Utama makassar membuktikan eksistensinya bagi nasabah karena memberikan layanan elektronik yang dapat bersaing pada era sekarang.

6. Efficiency

Dari hasil obsevasi, aplikasi Sulselbar Mobile sangat membantu nasabah Bank Sulselbar Cabang Utama Makassar dalam bertransaksi. Nasabah dapat bertransaksi dimana saja, dan kapan saja (24 jam).

Berdasarkan variabel Loyalitas Nasabah:

1. Kepuasan pelanggan

Dari hasil obsevasi, nasabah sangat puas dengan layanan yang diberikan dan telah memenuhi harapan mereka. Hal ini dibuktikan dari hasil kuesioner yang dibagikan, mayoritas nasabah memberikan tanggapan positif.

2. Kualitas Jasa

Dari hasil obsevasi, nasabah merasa sangat terbantu dalam bertransaksi dan nasabah ingin merekomendasikan Sulsebar Mobile kepada orang lain. Hal ini dibuktikan dari hasil kuesioner yang dibagikan, nasabah memberikan tanggapan positif.

3. Citra

Dari hasil obsevasi, nasabah sangat menyukai fitur-fitur layanan yang diberikan dan menyukai grafik dari aplikasi Sulselbar Mobile. Hal ini dibuktikan dari hasil kuesioner yang dibagikan, nasabah memberikan tanggapan positif.

4. Rintangan Untuk Berpindah

Dari hasil obsevasi, dilihat dari kuesioner yang dijawab nasabah. Mayoritas menjawab mereka hanya akan menggunakan Sulselbar Mobile dan melakukan pertimbangan khusus untuk menikmati layanan bank lain.

Dapat dilihat dari hasil penelitian yang diperoleh peneliti dari setiap indikator variabel independen atau variabel bebas berpengaruh secara positif dengan variabel dependen atau variabel terikat.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil Pembahasan yang telah dilakukan maka dapat diambil kesimpulan, sebagai berikut:

Hasil uji hipotesis terbukti bahwa Layanan Mobile Banking berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah. Yang artinya kedua variabel searah, atau variabel Layanan Mobile Banking (X) meningkat dan variabel Loyalitas Nasabah juga meningkat. Dari hasil observasi, berdasarkan tanggapan nasabah yang menggunakan Sulselbar Mobile memberikan respon positif. Dengan menggunakan layanan Sulselbar Mobile nasabah lebih memudahkan bertransaksi dan membuat nasabah merasa puas terhadap layanan Mobile banking dan nasabah akan mempertahankan loyalitas mereka. Hal ini juga berdasarkan hasil perhitungan analisa regresi sederhana (X) ($10,663 > t \text{ tabel } 1,660$), atau $\text{sig } 0,000 \leq 0,05$. Oleh karena itu, perusahaan harus memberikan fitur-fitur yang menarik yang berdampak positif dalam meningkatkan layanan Sulselbar Mobile. Dengan kata lain bahwa semakin baik layanan yang disediakan maka nasabah Bank Sulselbar Cabang Utama Makassar akan semakin loyal.

Diharapkan pada peneliti selanjutnya dapat meneliti pada fokus penelitian dengan variabel-variabel yang berkaitan dengan kualitas pelayanan pada layanan online. Juga menggunakan metode dan alat uji yang lebih lengkap dan akurat sehingga memberikan kesimpulan yang lebih valid.

Referensi:

- Adila, M. (2017). Pengaruh Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah (Study Pada PT Bank BRI Syariah KC Margonda Depok).
- Assael, Henry. (2010). Perilaku Konsumen. Jakarta: Binapura Aksara.
- Bahtiar, Buyung R, Muchriady M. (2021). Pengaruh E- Service Quality Terhadap Customer Satifation Melalui Perceivet Value Pelanggan Aplikasi Grab Food di Kota Makassar. Pancasarjana Manajemen Universitas Muhammadiyah Makassar.
- Tan A, P Sukpto, C Sitompul. (2014). Pengembangan Dimensi Kualitas Layanan e-banking dan hubungannya Dengan Kepuasan Serta Loyalitas Konsumen. publikasi.ilmia.ums.ac.id.
- Hermana, B. (2011). Pengukuran Kualitas Layanan Internet Banking. ejournal.gunadarma.ac.id.
- Chaffey, Chadwick. (2016). Digital Marketing Strategy, Implementation, and Practice.
- Fadhilah, N. (2019). Pengaruh layanan ATM dan Mobile Banking Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Sulselbar Cabang Sinjai. Central Library Of State Of Islamic Institute Parepare.
- Gea, Martinus. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Mediasi (Studi Kasus pada Caritas Market Gunungsitoli).

- Griffin, Jill. (2006). *Customer Loyalty, Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Jakarta: Erlangga.
- Hurriyati, Ratih. (2010). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta.
- Permana H, TDjatkiko. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik (e-service quality) Terhadap Kepuasan Pelanggan Shopee Di Bandung. *Journal.unla.ac.id*.
- Indah Mayasary Rinaldy, P. H. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Mobile Banking Bni Di Banda Aceh Dengan Kepercayaan Nasabah, Kepuasan Nasabah, Komitmen Nasabah, Dan Nilai Nasabah Sebagai Variabel Mediasi . *Jurnal Perspektif Manajemen dan Perbankan* , 14-48.
- Indah, D. R. (2016). Pengaruh E-Banking dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah pada PT. Bank BNI'46 Cabang Langsa . *JURNAL MANAJEMEN DAN KEUANGAN*, 545-554.
- Kannan, P. K., & hongshuang, L. (2016). Digital Marketing; A framework, Review and Research Agenda. *International Jurnal of research in Marketing*.
- Kotler, Kharisma. (2016). *Pengertian Pemasaran*.
- Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga. Jilid 13. Edisi 1.
- Kotler, P. & Keller K. I. (2012). *Manajemen Pemasaran..* Jakarta: PT. Prenhalindo. Edisi 14, h 83.
- Kotler, Philip, dan Gary Armstrong. (2016). *Prinsip - Prinsip Pemasaran*. Jakarta : Erlangga.
- Mardalis, Ahmad. (2007). *Meraih Loyalitas Pelanggan*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Mowen, John C., dan Minor M. (2007). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga.
- Nasution. (2003). *Metode Penelitian Naturalistik Kualitatif*. Bandung: Tarsito.
- Nurdin Nurdin, I. M. (2020). Pengaruh Pelayanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Palu) *Jurnal Ilmu Perbankan dan Keuangan Syariah* , 88-104.
- Hadi S. (2011). faktor-faktor yang memengaruhi penggunaan layanan mobile banking. *dspace.uui.ac.id*.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori Dan Implementasi*. Yogyakarta: ANDI
- Sugiyono. (2004). *Metode Penelitan*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif Kuantitatif Kombinasi Mixed Methods*. Cetakan Keempat. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&B*. Bandung: Alfabeta,CV.
- Sukandi, A. (2019). *Implementasi Digital Marketing Untuk Meningkatkan Kepuasan Nasabah Dan Berdampak Terhadap Citra Industri Perbankan*.
- Sulfiana, E. (2020). *Penerapan Sistem Mobile Banking Dalam Peningkatan Pelayanan Nasabah Bank Sulselbar cabang Barru*. Central Library Of State Of Islamic Institute Parepare.
- Tjiptono, Fandy, Gregorius C. (2012). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta : CV. Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. (2014). *Pemasaran Jasa - Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*, Andi Offset, Yogyakarta.
- Tjiptono Fandy & Gregorius Chandra. (2011). *Service Quality & Satisfaction*. Edisi 3. Yokyakarta: Penerbit ANDI

- Wardana A. (2015). Strategi Marketing Dan Implikasinya Pada Keunggulan Bersaing Pada Keunggulan Bersaing UKM Di Indonesia.
- Zeithalm, et Al. (2002). Service Quality Delivery Through web Sites: A Critical Review of Extant Knowledge. Academy Of Marketing Science.
- <https://apjii.or.id/> . Diakses pada tahun 2022.
- <https://www.kabarmakassar.com/posts/view/12498/transaksi-digital-bank-sulselbar-naik-127-persen-meski-di-tengah-pandemi.html>. Diakses pada tahun 2022.
- https://id.m.wikipedia.org/wiki/Bank_Sulselbar. Bank Sulselbar. Diakses pada tahun 2022.
- <https://banksulselbar.co.id>. Diakses pada tahun 2022.