

Pengaruh Kualitas Layanan *Mobile Banking* Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. Bank Negara Indonesia (BNI) KCP Palattae Kab. Bone

Asti Syahrani^{1✉}, Abdul Muttalib², Sahabuddin Nanda³

^{1,2,3} Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Makassar, Indonesia

Abstrak

Penelitian ini merupakan jenis penelitian bersifat kuantitatif dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan mobile banking terhadap loyalitas nasabah pada PT. bank negara indonesia (BNI) kantor cabang sengkang KCP Palattae. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif yang diperoleh dari kuesioner. Dalam penelitian ini sumber data yang digunakan dalam pengumpulan data mencakup data primer. Instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode skala likert. Berdasarkan hasil penelitian data dengan menggunakan perhitungan statistik melalui aplikasi Statistical Package for the Social Science (SPSS) versi 25 mengenai pengaruh kualitas layanan mobile banking terhadap loyalitas nasabah pada PT. bank negara indonesia (BNI) kantor cabang sengkang KCP Palattae, kesimpulan pada penelitian ini yaitu kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah pada PT. bank negara Indonesia (BNI) kantor cabang sengkang KCP Palattae.

Kata Kunci: Kualitas Layanan, Loyalitas Nasabah, Mobile Banking.

Abstract

This research is a quantitative research type with the aim of determining the effect of mobile banking service quality on customer loyalty at PT. Bank Negara Indonesia (BNI) Sengkang Branch Office, Palattae Branch Office. The type of data used in this study is quantitative data obtained from questionnaires. In this study, the data sources used in data collection include primary data. The research instrument used in this study uses the Likert scale method. Based on the results of data research using statistical calculations through the Statistical Package for the Social Science (SPSS) version 25 application regarding the effect of mobile banking service quality on customer loyalty at PT. Bank Negara Indonesia (BNI) Sengkang Branch Office, Palattae Branch Office, the conclusion of this study is that service quality has a positive and significant effect on customer loyalty at PT. Bank Negara Indonesia (BNI) Sengkang Branch Office, Palattae Branch Office.

Keywords: Service Quality, Customer Loyalty, Mobile Banking.

Copyright (c) 2025 Asti Syahrani

✉ Corresponding author : syahraniasti@gmail.com

Email Address : abdmuttalib@unismuh.ac.id², sahabuddin.nanda@unismuh.ac.id³

PENDAHULUAN

Di era globalisasi saat ini, produk dan jasa bersaing dalam pasar yang semakin luas dan beragam, mendorong para produsen untuk memenuhi kebutuhan konsumen dan memberikan kepuasan pelanggan secara optimal. Salah satu strategi yang digunakan oleh sektor perbankan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan adalah melalui perkembangan teknologi informasi dan internet.

Salah satu fasilitas yang mendukung layanan mandiri adalah mobile banking. Layanan ini memungkinkan nasabah untuk melakukan berbagai transaksi perbankan langsung melalui ponsel atau smartphone. Dengan mobile banking, nasabah dapat menjalankan berbagai aktivitas keuangan, seperti transfer dana, pengisian pulsa, pembelian token listrik, dan banyak lagi, serupa dengan layanan yang tersedia di ATM.

Menurut Kotler (2008) dalam (Sari et al., 2021) mendefinisikan kualitas juga sebagai tingkat kualitas yang diharapkan dan pengendalian variasi untuk mencapai kualitas tersebut untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Layanan dapat didefinisikan sebagai setiap tindakan atau aktivitas yang dapat dilakukan oleh satu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak ada di sekitar kita dan tidak mengklaim memiliki sesuatu. Pelayanan adalah perilaku produsen untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan dengan tujuan untuk membuat pelanggan puas dan mendorong lebih banyak pelanggan untuk membeli produk lain.

Menurut oleh SharingVision, jumlah pengguna sekitar 21,86 juta. Hal ini menunjukkan perubahan signifikan dalam perilaku konsumen dalam bertransaksi. Selain itu, keterbatasan pada sistem yang terkadang menyebabkan gangguan atau eror telah mendorong layanan transaksi menjadi lebih cepat dan efisien, dapat diakses kapan saja selama 24 jam. Dengan demikian, nasabah tidak perlu lagi mengantri di depan teller untuk melakukan transaksi, karena mereka dapat dilayani dan bertransaksi di mana pun mereka berada.

Dengan hadirnya layanan Mobile Banking, nasabah kini memiliki lebih banyak opsi untuk melakukan transaksi. Sistem Mobile Banking memungkinkan transaksi perbankan dilakukan secara digital (dalam dunia maya) oleh pengguna layanan tanpa keterlibatan langsung dari petugas bank. Konsumen sangat menghargai kemudahan, efektivitas, efisiensi, serta kesederhanaan yang ditawarkan oleh layanan ini.

Menurut Bowen Dan Chen (2001) dalam Marnovita (2020), kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Penilaian yang baik dari pelanggan terhadap pelayanan perusahaan sesuai dengan tingkat harapan yang diharapkan. Sangat penting bagi pelanggan untuk merasa puas dengan layanan yang mereka terima. Sebaliknya, jika layanan yang diberikan oleh perusahaan kepada pelanggan tidak sesuai dengan ekspektasi pelanggan, pelanggan akan lebih cenderung menjadi tidak puas dan ini akan berdampak negatif pada perusahaan.

Layanan Mobile Banking memungkinkan transaksi perbankan dilakukan dengan mudah di mana saja menggunakan ponsel. Fasilitas ini memberikan kemudahan bagi nasabah untuk melakukan berbagai aktivitas, seperti isi ulang pulsa, transfer dana, hingga pembayaran tagihan kartu kredit, semudah mengirim pesan singkat kepada keluarga atau teman. Teknologi komunikasi, sebagai salah satu hasil perkembangan teknologi, kini dimanfaatkan secara luas oleh sektor perbankan. Nasabah dapat mengakses berbagai layanan perbankan kapan saja dan di mana saja.

Berdasarkan penelitian Vahlevi & Indra Vitaharsa (2022) dengan judul penelitian Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah

Bank BUMN Di Makassar dengan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa kualitas layanan mobile banking berpengaruh positif terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah, sedangkan kepuasan nasabah berpengaruh signifikan terhadap loyalitas yang dimensi oleh kepuasan nasabah. Begitupun dengan penelitian yang dilakukan oleh Adolph (2016) dengan judul penelitian Pengaruh Citra Perusahaan, Kualitas Layanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Penggunaan BNI Mobile Banking dengan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa semua variabel independen secara bersama – sama berpengaruh positif dan signifikan secara individual terhadap loyalitas pengguna mobile banking.

Saat ini, banyak bank yang telah menyediakan layanan mobile untuk mendukung kebutuhan nasabah, termasuk Bank BNI yang menawarkan akses melalui internet banking, mobile banking, dan SMS banking. Fasilitas ini merupakan bentuk peningkatan layanan, karena kenyataannya, transaksi perbankan di bank membutuhkan waktu antre minimal 10 menit. Situasi ini dapat merugikan nasabah jika waktu dan peluang bisnis mereka terbuang hanya untuk menyelesaikan transaksi di bank.

Meskipun telah banyak penelitian yang menghubungkan kualitas layanan dengan loyalitas nasabah, penelitian yang spesifik mengenai pengaruh kualitas layanan Mobile Banking terhadap loyalitas nasabah di PT. Bank Negara Indonesia (BNI), khususnya di Kcp Palattae, masih terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengisi kesenjangan pengetahuan ini dengan mengidentifikasi faktor-faktor kualitas layanan Mobile Banking yang paling mempengaruhi loyalitas nasabah di PT. Bank Negara Indonesia (BNI) Kcp Palattae Kab. Bone.

Dengan memahami lebih dalam bagaimana kualitas layanan Mobile Banking mempengaruhi perilaku dan keputusan nasabah di Kcp Palattae, penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi yang berharga bagi manajemen bank dalam meningkatkan strategi pelayanan dan mempertahankan loyalitas nasabah di tengah persaingan yang semakin ketat di industri perbankan.

METODOLOGI

Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini termasuk penelitian kuantitatif, yaitu metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada pengumpulan data menggunakan instrument penelitian dan data lainya yang berhubungan dengan pembahasan, serta yang digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah diterapkan.

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di PT Bank Negara Indonesia (BNI) Kcp Palattae yang beralamat di Palattae, Kec. Kahu, Kabupaten Bone, Sulawesi Selatan. Penelitian ini dilaksanakan kurang lebih dua bulan mulai dari bulan Januari – Februari 2025.

Jenis dan sumber Data

- 1) Jenis Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Data Kuantitatif Yaitu data dalam bentuk angka yang dapat dihitung, yang diperoleh dari perhitungan kuesioner yang akan dilakukan yang berhubungan dengan masalah yang dibahas.
- 2) Sumber Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Data primer, yaitu data yang diperoleh langsung dari penelitian di lapangan, yang sumbernya

dari responden, dan hasil wawancara dengan pimpinan perusahaan dan staf yang bersangkutan dengan masalah yang diteliti.

Populasi dan Sampel

Populasi menurut (Sugiyono, 2016) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian diambil kesimpulannya. Populasi yang diambil dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah PT. Bank Negara Indonesia (BNI) Kantor Cabang Sengkang yang menggunakan layanan Mobile Banking di Kcp Palattae.

Sampel adalah sebagian dari populasi yang dijadikan objek dalam melakukan penelitian. Sugiyono (2017:81) sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Sampel penelitian akan diambil menggunakan teknik purposive sampling dengan jumlah sampel sebanyak 103 responden. Jadi jumlah sampel adalah 51 orang

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kegiatan mengumpulkan data dengan cara menyebarkan kuesioner yang berisi pertanyaan secara tertulis atau secara online dengan menggunakan google forms kepada para nasabah Mobile Banking pada Bank BNI Kantor Cabang Sengkang di Kcp Palattae

Metode Analisis Data

Untuk membuktikan hipotesis yang telah dikemukakan maka dalam penelitian ini digunakan :

- 1) Analisis Deskripti Kuantitatif, analisis deskriptif kuantitatif merupakan metode yang bertujuan mengubah kumpulan data mentah menjadi bentuk yang mudah dipahami, dalam bentuk informasi yang ringkas tentang deskripsi responden dan variabel penelitian. Sugiyono (2007) mengatakan bahwa analisis deskripti digunakan untuk menganalisis data yang telah terkumpul dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan obyek yang diteliti melalui sampel atau populasi sebagaimana adanya tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku umum yang meliputi analisis mengenai karakteristik dari responden yang terdiri dari jenis kelamin, dan usia.
- 2) Uji Kualitas Data, uji kualitas data merupakan uji yang disyaratkan dalam penelitian dengan instrument kuesioner, tujuannya agar data yang diperoleh dapat dipertanggung jawabkan kebenarannya. Uji ini terdiri atas uji validitas dan reliabilitas.
 - a. Uji Validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan dalam kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Apabila r hitung $>$ r tabel, kesimpulannya item koesioner tersebut valid. Apabila r hitung $<$ r tabel, kesimpulannya item koesioner tersebut tidak valid.
 - b. Uji Realibilitas dimaksudkan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Realibilitas diukur dengan uji

statistik Cronbach Alpha (α). Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha $> 0,60$.

- 3) Analisis Regresi Linear Sederhana, analisis regresi linear sederhana adalah analisis untuk mengetahui hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen dengan menggunakan linear namun dalam penelitian ini hanya digunakan saat variabel dependen sehingga disebut regresi linear sederhana. Adapun persamaan regresi linear sederhana adalah sebagai berikut:

$$Y = a + bX + e$$

Keterangan:

Y = kepuasan nasabah

a = konstanta yaitu nilai Y jika X=0

b = koefisien regresi yaitu nilai peningkatan atau penurunan variabel Y yang didasarkan variabel X

X = kualitas layanan mobile banking

e = error

Uji Hipotesis

Secara Parsial (Uji t) bertujuan menganalisis besarnya pengaruh masing-masing variabel independen secara individual (parsial) terhadap variabel dependen. Hasil dari uji t menunjukkan masing-masing pengaruh independen terhadap variabel dependen jika p-value lebih kecil dari nyata yang ditentukan atau $t_{hitung} > t_{tabel}$. Hipotesis nol dan hipotesis alternatif yang di usulkan dan diuji t adalah :

- a. $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau P-value $< \alpha$, ditolak H_0 , yang berarti bahwa suatu faktor X memiliki pengaruh terhadap faktor Y.
- b. $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau P-value $> \alpha$, diterima H_0 , yang berarti bahwa suatu faktor X tidak mempunyai pengaruh terhadap faktor Y.

Koefisien determinasi R pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Jika R berkisar hampir satu, berarti semakin kuat kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen dan sebaliknya, jika nilai R semakin mendekati angka nol, berarti semakin lemah kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin

Karakteristik dari jenis kelamin responden dapat dikelompokkan menjadi 2 yaitu laki-laki dan perempuan, agar lebih jelasnya maka disajikan dalam bentuk tabel 1. di bawah ini :

Tabel 1. Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Frekuensi (%)
1	Laki-Laki	20	39.2
2	Perempuan	31	60.8
Jumlah		51	100%

Berdasarkan tabel 1. diatas maka dapat disimpulkan bahwa karakteristik responden jenis kelamin laki-laki yang berada pada angka 20 responden dengan presentase 39.2%, sedangkan jenis kelamin perempuan berada pada angka 31 responden dengan presentase 60.8% atau berada pada posisi teratas dari jenis kelamin laki-laki.

Karakteristik Responden menurut Umur

Sebagaimana penetapan karakteristik responden, maka peneliti menyajikan karakteristik ini dalam bentuk sebagaimana berikut :

Tabel 2. Karakteristik Responden Menurut Usia/Umur

No	Umur Responden	Frekuensi	Frekuensi (%)
1	20-25	13	25.5%
2	26-30	8	15.7%
3	31-35	11	21.6%
4	36-40	6	11.8%
5	41-45	13	25.5%
Jumlah		51	100%

Berdasarkan tabel 2. diatas, maka diperoleh hasil dari karakteristik responden dari segi umur, maka dapat diasumsikan bahwa yang berusia 20-25 tahun sebanyak 13 orang dengan presentase sebesar 25.5% , 26-30 tahun sebanyak 8 orang dengan presentase sebesar 15.7%, 31-35 tahun sebanyak 11 orang dengan presentase sebesar 21.6%, 36-40 tahun sebanyak 6 orang dengan presentase sebesar 11.8%, 41-45 tahun sebanyak 13 orang dengan presentase sebesar 25.5%. Berdasarkan data diatas maka dapat disimpulkan bahwa Nasabah di PT Bank Negara Indonesia (BNI) Kantor Cabang sengkang Kcp Palattae di dominasi oleh Nasabah yang berusia 20-25 dan 41-45 tahun yang berjumlah 13 orang.

Karakteristik Responden Menurut Pendidikan

Jenis pendidikan responden menjelaskan latar belakang pendidikan responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini, maka pendidikan reponden dapat diklasifikasikan. Oleh karena itulah dalam pengelompokkan pendidikan responden dapat dilihat pada tabel 4.3 :

Tabel 3. Karakteristik Responden Menurut Tingkat Pendidikan Terakhir

No	Pendidikan Terakhir	frekuensi	Frekuensi %
1	SD-SMP	10	19.6%
2	SMA/SEDERAJAT	17	33.3%
3	D-III/D-IV	2	3.9%
4	S-1	21	41.2%
5	S-2	1	2.0%
TOTAL		51	100%

Berdasarkan tabel 3. di atas, dapat dianalisa dimana karakteristik reponden pendidikan SD-SMP berjumlah 10 orang dengan presentase sebesar 19.6%, SMA-SEDERAJAT sebanyak 17 orang dengan presentase sebesar 33.3%, D-III/D-IV

sebanyak 2 orang dengan presentase sebesar 3.9%, S-1 sebanyak 21 orang dengan presentase 41.2% dan S-2 sebanyak 1 orang dengan presentase 2.0%. Berdasarkan data di atas dapat disimpulkan bahwa nasabah pada PT Bank Negara Indonesia (BNI) Kantor Cabang Sengkang Kcp Palattae di dominasi oleh nasabah yang berpendidikan terakhir S-1 dengan jumlah 21 orang dengan presentase 41.2%.

Analisis Deskriptif Variabel

Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Layanan (X1)

Data dikumpulkan dari nasabah di PT Bank Negara Indonesia (BNI) Kantor Cabang Sengkang Kcp Palattae dengan menggunakan Kuesioner/angket tertutup dengan alternatif jawaban “Sangat Setuju,Setuju,Netral,Tidak Setuju,Sangat Tidak Sejutu”. Sebanyak 13 pertanyaan di gunakan dalam angket ini, yang dijawab oleh 51 responden, maka diperoleh data dalam tabel berikut :

Tabel 4. Hasil Pengukuran Variabel Kualitas Layanan

No	Indikator	SS	S	N	TS	STS	Total	Mean
1	X.1	35	13	3	0	0	51	4.63
2	X.2	37	11	3	0	0	51	4.67
3	X.3	37	11	3	0	0	51	4.67
4	X.4	34	15	2	0	0	51	4.63
5	X.5	35	14	2	0	0	51	4.65
6	X.6	38	11	2	0	0	51	4.71

Berdasarkan tabel 4. diatas mengenai tanggapan responden yang menunjukkan pernyataan dan nilai rata-rata tertinggi berada pada X.6, dengan nilai 4.71,dan pernyataan dengan nilai rata-rata terendah berada pada X.1 dan X4 dengan nilai 4.63.

Uji Kualitas Data

1) Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Kriteria yang digunakan untuk menyatakan suatu instrument dianggap valid atau layak digunakan dalam pengujian hipotesis apabila *Corrected Item-Total Correlation* lebih besar dari r-tabel atau $df = (N-2) = 0.21$.

Tabel 5. Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	Nilai r-Hitung	Nilai r-Tabel	Sig.	Keterangan
Kualitas Layanan (X)	X.1	0.924	0.2759	0.000	Valid
	X.2	0.909	0.2759	0.000	Valid
	X.3	0.909	0.2759	0.000	Valid
	X.4	0.857	0.2759	0.000	Valid
	X.5	0.945	0.2759	0.000	Valid
	X.6	0.933	0.2759	0.000	Valid
Loyalitas Nasabah (Y)	Y.1	0.704	0.2759	0.000	Valid
	Y.2	0.845	0.2759	0.000	Valid
	Y.3	0.968	0.2759	0.000	Valid
	Y.4	0.923	0.2759	0.000	Valid

	Y.5	0.872	0.2759	0.000	Valid
	Y.6	0.883	0.2759	0.000	Valid
	Y.7	0.940	0.2759	0.000	Valid

Menurut tabel 5. Uji Validasi dilakukan untuk membandingkan nilai r-hitung dengan nilai r-tabel. Jika nilai r-hitung < dari nilai r-tabel, indikator dianggap valid, tetapi jika nilai r-hitung lebih rendah dari nilai r-tabel, indikator dianggap tidak valid. Semua variabel kualitas layanan (X), dan Loyalitas Nasabah (Y) memiliki nilai r-hitung yang diperoleh berdasarkan data diatas. Karena nilai r-hitung lebih besar dari nilai r-tabel sebesar 0.2759, semua variabel.

2) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dimaksudkan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Reliabilitas diukur dengan uji statistik *cronbach's alpha* >0.60. Hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 6. Hasil Uji Reliabilitas

variabel	Nilai Cronbach's Alphah	Standar Reliabilitas	Keterangan
Kualitas Layanan (X)	0.960	> 0.60	Reliabel
Loyalitas Nasabah (Y)	0.935	> 0.60	Reliabel

Berdasarkan dari hasil uji reliabilitas diatas dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas layanan (X), dan Loyalitas Nasabah (Y) masing-masing memiliki nilai *Cronboach's alpha* lebih besar dari 0.60. Oleh karena itu, semua variabel yang ada di instrumen ini dapat dianggap valid (Anggraeni et al.2022).

Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi linear sederhana adalah analisis regeresi linier yang hanya melibatkan dua variabel, yaitu 1 (satu) satu dependen atau terkait dari 1 (satu) variabel independen atau bebas.

Tabel 7. Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	sig
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.155	1.528		.102	.920
	KualitasLayanan	1.160	.054	.950	21.350	.000

a. Dependent variable : LoyalitasNasabah

Hasil persamaan regresi untuk perhitungan ini, seperti yang ditunjukkan dalam hasil perhitungan yang tercantum di tabel 4. adalah :

$$Y = a + bX + e$$

$$Y = 0.155 + 1.160 X + e$$

Persamaan di atas dijelaskan sebagai berikut :

- 1) $a = 0.155$ merupakan nilai konstanta, jika nilai X_1 dianggap 0 maka nilai dari loyalitas nasabah adalah sebesar 0.155
- 2) $\beta_x = 1.160$ artinya variabel kualitas layanan berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah dan apabila variabel loyalitas nasabah meningkat satu satuan, maka kualitas layanan akan meningkat sebesar 1.160 satuan.

Uji Hipotesis

a. Uji Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Diketahui t_{tabel} sebesar **1.677**. nilai ini ditetapkan dari rumus $df = n - k = 1.677$. Hasil Uji t pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 8. Hasil Uji Parsial (Uji t)

coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	sig
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.155	1.582		.102	.920
	Kualitas Layanan	1.160	.054	.950	21.350	.000
a. Dependent Variable : Loyalitas Nasabah						

Berdasarkan tabel 8. diatas diperoleh dari nilai koefisien pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah diperoleh nilai t_{hitung} **21.350** > t_{tabel} **1.677** dan nilai signifikan = **0.000** < **0.05**. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank Negara Indonesia (BNI) Kantor Cabang Sengkang Kcp Palattae.

b. Uji Koefisien Determinasi R²

Tabel 9. Hasil Analisis Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.950 ^a	.903	.901	1.206

Berdasarkan tabel 9. di atas dijelaskan bahwa R memiliki nilai sebesar 0.950 yang menunjukkan bahwa loyalitas nasabah dengan variabel independen yang kuat, karena memiliki definisi yang jelas dengan nilai antara 0,5 – 0.8. namun nilai R Square sebesar 0.903 atau 90.3%, menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan (X) sebesar 90.3% bertanggungjawab atas variabel Loyalitas Nasabah (Y). Variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini dapat bertanggungjawab atas sisa 0.097%.

Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Loyalitas Nasabah

Berdasarkan teori (Kotler, P & Keller, 2016) mengungkapkan bahwa kualitas pelayanan adalah suatu cara kerja perusahaan yang berusaha mengadakan perbaikan mutu secara terus - menerus terhadap proses, produk dan service yang dihasilkan perusahaan. Loyalitas berasal dari kata bahasa Inggris, yaitu *loyalty* dan dalam bahasa Indonesia bermakna kesetiaan atau kepatuhan (Anom & Saffi, 2021). Secara umum, hasil pemeriksaan variabel kualitas layanan menunjukkan bahwa loyalitas nasabah pada PT. Bank Negara Indonesia (BNI) Kantor Cabang Sengkang Kcp Palattae sangat dipengaruhi.

Berdasarkan informasi yang ada di lapangan atau tempat penelitian, ditemukan bahwa kehandalan karyawan di Bank Negara Indonesia (BNI) Kantor Cabang Sengkang Kcp Palattae adalah faktor utama yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Semakin tinggi kehandalan karyawan, semakin tinggi kepuasan pelanggan, dan tingkat jaminan dan empati karyawan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, yang pada gilirannya menghasilkan layanan yang lebih baik dan lebih akurat.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Bela Eka Juliana, Suprpto, dan Susilowati Rahayu (2022) dengan judul "Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Loyalitas Nasabah Di Bank BNI Kantor Kas Baureno Kabupaten Bojonegoro". Dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan mobile banking memengaruhi loyalitas nasabah di Bank BNI Kantor Kas Baureno Kabupaten Bojonegoro secara signifikan.

SIMPULAN

Hasil penelitian dan diskusi menunjukkan bahwa kualitas layanan mobile banking pada PT. Bank Negara Indonesia (BNI) Kcp Palattae Kab. Bone berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Dengan nilai $t_{hitung} 21.350 > t_{tabel} 1.677$ dan nilai signifikan $= 0.000 < 0.05$. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Dengan kata lain, semakin baik layanan mobile banking di PT. Bank Negara Indonesia (BNI) Kcp Palattae Kab. Bone, maka kepuasan nasabah akan meningkat, dan jumlah pelanggan atau nasabah yang akan datang juga akan meningkat.

Referensi:

- Akuntansi, P. S. (2022). 1* , 2 1,2. 20(1), 105-123.
- Amin.M. (2016). . Kualitas Layanan Perbankan Internet Dan Implikasinya Terhadap Kepuasan Nasabah Elektronik Dan Loyalitas Nasabah Elektronik.
- Griffin, J. (2022). . Customer Loyalty: How to Earn It, How to Keep It. Lexington Books.
- Kotler, P & Keller, K. . (2016). . Marketing Management.
- Parasuraman, A. Zeithaml, dan B. (2022). . SERVQUAL : A Multiple - Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality.
- Pavlou, P. A. (2003). "Consumer acceptance of electronic commerce : Integrating trust and risk with the technology acceptance model." International.
- Sari, D. M., Fasa, M. I., & Suharto, S. (2021). Manfaat Dan Risiko Penggunaan Layanan Perbankan Melalui Aplikasi Mobile Banking. Al-Infaq: Jurnal Ekonomi Islam, 12(2), 170. <https://doi.org/10.32507/ajei.v12i2.892>
- Siswadi, F., Ahmad, M., & Sarmigi, E. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan,

- Kepercayaan, dan Religiusitas terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Pt. Bank Nagari. *JBEE : Journal Business Economics and Entrepreneurship*, 4(1), 49–62. <https://journal.shantibhuana.ac.id/index.php/bee/article/view/411>
- Sugiyono. (2007). *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). . PT. Alfabet.
- Suryanto, D., & Aziz, N. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah SMS Banking Pada Bank Nagari Cabang Pembantu RSUP DR M Djamil Padang. 1–13.
- Susanto, A., Lee, H., & Zo, H. (2016). . Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Mobile Banking Secara Terus-Menerus Di Kalangan Masyarakat Indonesia.
- Utami, C. W. (2015). *Manajemen Ritel Strategi dan Implementasi Ritel Modern*. Salemba empat.
- Vahlevi, R., & Indra Vitaharsa, L. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Di Bank Bni Kcu Daan Mogot. *Jurnal Sosial Sains*, 2(9), 1060–1069. <https://doi.org/10.36418/jurnalsosains.v2i9.480>