

## 1. Pendahuluan

Pada era modern ini, dengan pesatnya kemajuan teknologi, berbagai sektor mengalami dampak signifikan, termasuk sektor perbankan. Peran utama teknologi informasi sangat terlihat dalam menyederhanakan pekerjaan dan memenuhi kebutuhan hidup. Berkat kemajuan teknologi informasi, setiap individu dapat dengan mudah melakukan transaksi keuangan yang beragam.

Dalam menghadapi era revolusi industri 5.0, perusahaan yang ingin tumbuh harus mampu menyediakan produk dan layanan unggulan dengan kualitas yang tinggi. Sebagai contoh, dalam sektor perbankan, terdapat berbagai produk berbasis teknologi seperti layanan perbankan seluler (m-banking), internet banking, kartu kredit, dan ATM. Penggunaan teknologi ini diharapkan memberikan manfaat baik bagi nasabah maupun bank itu sendiri. Perbankan di Indonesia juga mengadopsi kemajuan teknologi untuk mempermudah nasabah dalam melakukan transaksi melalui media elektronik seperti mobile banking dan internet banking.

Mobile banking, sebagai salah satu layanan perbankan, memungkinkan nasabah untuk berkomunikasi, mendapatkan informasi, dan melakukan berbagai transaksi perbankan melalui internet. Untuk bersaing dalam pasar, bank-bank mulai mengembangkan layanan mobile banking mereka (Nur Lelasari, 2023). Sebagai contoh, BNI Mobile Banking merupakan aplikasi yang diperkenalkan oleh Bank BNI dengan tujuan memberikan kemudahan akses layanan kepada nasabahnya.

Tabel 1 top brand index (TBI) mobile banking tahun 2023

Nama Brand	TBI (persen)
m-BCA	47.9
BRI Mobile	19.8
m-Banking Mandiri	13.0
BNI Mobile	11.3
CIMB Niaga Mobile	4.2

Sumber [ww.topbrand-award.com/en/2023](http://ww.topbrand-award.com/en/2023)

Berdasarkan analisis Top Brand Index dari hasil survei, terlihat bahwa ada lima kategori bank dan mobile banking yang dinilai terbaik. Mobile banking dari Bank BCA menduduki posisi teratas dengan persentase tertinggi mencapai 47.9 persen, diikuti oleh penyedia mobile banking lainnya. Meskipun demikian, BNI Mobile berada pada peringkat keempat sebagai mobile banking yang paling banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia. Namun, BNI Mobile belum mampu menyaingi BCA Mobile yang tetap berada di posisi teratas dengan jumlah pengguna terbanyak. Saat pengembangan aplikasi BNI Mobile Banking, terdapat banyak permasalahan yang muncul, seperti keluhan nasabah yang terungkap di platform Playstore. Beberapa keluhan mencakup kesulitan nasabah dalam mengaktifkan login dan melakukan transaksi, kegagalan transaksi yang tetap mengurangkan saldo meskipun transaksi tidak berhasil, atau adanya pengguna yang hanya mengontrol saldo rekening tanpa menggunakan fitur lainnya. Komentar negatif yang signifikan pada Playstore menunjukkan ketidakpuasan nasabah terhadap kinerja BNI Mobile Banking. Dengan adanya tantangan tersebut, penelitian bertujuan untuk mengkaji sejauh mana kepuasan nasabah mempengaruhi loyalitas dalam menggunakan layanan mobile banking BNI di kalangan

masyarakat Indonesia. Melalui penelitian ini, diharapkan dapat ditemukan solusi untuk meningkatkan kualitas dan kepuasan nasabah terhadap layanan mobile banking yang ditawarkan oleh Bank BNI.

Dalam sebuah kasus pada [trustnews.id](https://trustnews.id) "Sering ketika saya datang ke desa-desa dan beberapa daerah menemukan bahwa ketika masyarakat memiliki kebutuhan untuk melaksanakan kegiatan tertentu, gaya dulu gengsi diutamakan tapi tidak tahu asalnya dari pinjaman online atau paylater, sehingga tidak sedikit masyarakat yang terjerat pinjaman berbunga tinggi atau sering disebut lintah darat. Hal inilah yang tidak kita inginkan dan harus dihindari" ujar I Gusti Nyoman Dharma Putra, Pemimpin BNI Kantor Wilayah 05 Semarang. Dari kasus diatas dapat disimpulkan bahwa pimpinan BNI Kantor Wilayah 05 Semarang menemukan bahwa masyarakat mengalami kesulitan dalam merencanakan kesulitan untuk kegiatan tertentu. Oleh karena itu, semua kebutuhan dan harapan dapat direncanakan melalui BNI Tapenas Gemi yang terdapat dalam BNI Mobile Banking, bertujuan untuk mempermudah masyarakat.

Dengan ini juga peneliti melakukan pra survey terhadap responden yang menggunakan aplikasi BNI Mobile Banking di Kota Semarang, salah satunya nasabah Bank BNI KC Gayamsari yang bernama Ibu Suciati yang mengatakan bahwa terdapat kesulitan dalam login pada aplikasi BNI Mobile Banking. Dari beberapa responden nasabah lain juga menyatakan bahwa terdapat error setiap kali membuka aplikasi, dengan ini dapat disimpulkan bahwa kualitas layanannya kurang baik sehingga terjadi kesulitan dalam login dan mengakses aplikasi yang kemudian menimbulkan ketidaknyamanan nasabah Bank BNI di Kota Semarang dalam bertransaksi menggunakan aplikasi BNI Mobile Banking.

Hal ini didasarkan pada penelitian sebelumnya yang terkait dengan kualitas Layanan, kemudahan, dan kenyamanan. Dari hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Octavia, 2019) pernyataan tersebut menyatakan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah. Namun, kualitas layanan tidak memiliki pengaruh langsung terhadap loyalitas nasabah. Sebaliknya, kepuasan nasabah memiliki pengaruh terhadap loyalitas nasabah. Dengan kata lain, tingkat kepuasan pelanggan menjadi penghubung antara kualitas layanan dan loyalitas pelanggan. (Veonnita & Rojuaniah, 2022) menjelaskan bahwa kemudahan tidak memiliki pengaruh terhadap loyalitas. Dan penelitian yang dilakukan oleh (Nur Lelasari, 2023) menyatakan bahwa kenyamanan memiliki pengaruh paling besar terhadap peningkatan kepuasan pelanggan. Berdasarkan latar belakang masalah ini peneliti tertarik untuk melakukan penelitian "PENGARUH KUALITAS LAYANAN, KEMUDAHAN, DAN KENYAMANAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH YANG DIMEDIASI OLEH KEPUASAN PENGGUNA APLIKASI BNI MOBILE"

Berdasarkan literatur review diatas, ada perbedaan temuan penelitian yang memicu minat peneliti untuk meneliti kepuasan terhadap loyalitas nasabah. penelitian ini mengkaji tentang daya tanggap, keamanan, dan kenyamanan terhadap kepuasan nasabah dalam penggunaan aplikasi BNI Mobile Banking yang mempengaruhi loyalitas nasabah. Analisis ini dilakukan agar nantinya dapat dijadikan pertimbangan dalam penggunaan transaksi keuangan digital dimasa mendatang. Penelitian ini dilakukan di Kota Semarang yang merupakan ibukota Semarang yang mayoritas masyarakatnya berasal dari beberapa daerah. Ini adalah salah satu indikator ekonomi secara otomatis memainkan peran yang sangat penting dalam perekonomian.

Berdasarkan fenomena yang telah dijelaskan diatas, penelitian ini dilakukan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan investasi di pasar modal dengan mengajukan beberapa pertanyaan penelitian (1) Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah dalam penggunaan aplikasi BNI Mobile Banking? (2) Apakah kualitas Layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan? (3) Apakah kualitas Layanan berpengaruh

terhadap loyalitas nasabah? (4) Apakah kemudahan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan? (5) Apakah kemudahan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah? (6) Apakah kenyamanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan? (7) Apakah kenyamanan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah? (8) Apakah kepuasan berpengaruh dalam memediasi kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah? (9) Apakah kepuasan berpengaruh dalam memediasi kemudahan terhadap loyalitas nasabah? (10) Apakah kepuasan berpengaruh dalam memediasi kenyamanan terhadap loyalitas nasabah?

## **2. Kajian Pustaka**

### **2.1 Grand Theory**

#### **2.2.1 Teori Perilaku Konsumen**

Perilaku Konsumen adalah kajian tentang cara individu, kelompok, dan organisasi, memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana jasa, barang, ide, atau pengalaman guna memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Mewujudkan hubungan yang solid dan akrab dengan pelanggan merupakan aspirasi setiap pemasar dan hal ini menjadi kunci 5 keberhasilan pemasaran jangka panjang. Perusahaan yang ingin membentuk ikatan pelanggan yang kuat harus memperhatikan pelanggan Philip Kotler (2009).

- Pengaruh Kualitas Layanan: Bagaimana persepsi kualitas layanan mempengaruhi kepuasan konsumen dan bagaimana kepuasan ini mempengaruhi keputusan pembelian berikutnya dan loyalitas.
- Kemudahan: Bagaimana kemudahan dalam proses pembelian atau penggunaan layanan berkontribusi terhadap pengalaman konsumen secara keseluruhan dan bagaimana kepuasan ini mempengaruhi keputusan pembelian berikutnya dan loyalitas.
- Kenyamanan : Bagaimana kenyamanan dalam proses pembelian atau penggunaan layanan berkontribusi terhadap pengalaman konsumen secara keseluruhan dan bagaimana kepuasan ini mempengaruhi keputusan pembelian berikutnya dan loyalitas.
- Kepuasan: Bagaimana kepuasan konsumen terhadap produk atau layanan berperan sebagai mediator penting antara pengalaman kemudahan dan kenyamanan serta loyalitas terhadap merek atau penyedia layanan.

Dalam menerapkan teori ini, penting untuk mempertimbangkan bahwa perilaku konsumen dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk budaya, faktor sosial, pribadi, dan psikologis. Oleh karena itu, pendekatan holistik yang mempertimbangkan faktor-faktor ini akan membantu dalam memahami secara lebih mendalam bagaimana dan mengapa konsumen bereaksi terhadap kualitas layanan, kemudahan, kenyamanan, dan bagaimana ini mempengaruhi kepuasan serta loyalitas mereka

#### **2.2.2 Kualitas Layanan**

Kualitas layanan diartikan sebagai upaya pemenuhan terhadap apa yang diperlukan dan diinginkan oleh konsumen yang diikuti oleh kecermatan dalam menyampaikannya supaya dapat menyamai apa yang menjadi hasrat konsumen (Di et al., 2023). Sedangkan menurut (Satria & Diah Astarini, 2023) menyatakan bahwa kualitas layanan yaitu perbuatan ataupun performa pada satu pihak atas nama pihak lainnya yang tidak berwujud dan bukan merupakan properti.

#### **2.2.3 Kemudahan**

Menurut (Veonnita & Rojuaniah, 2022) kemudahan menjelaskan Bahwa aplikasi yang simpel dipahami dan memiliki tampilan yang sederhana akan meningkatkan persepsi kemudahan

pengguna dalam menggunakan aplikasi.. Menurut (Kamarudin et al., 2022) Kemudahan adalah sejauh mana pengguna mobile banking percaya apabila kemudahan penggunaan dapat meminimalisir upaya pengguna baik itu tenaga ataupun waktu dalam pemakaian suatu sistem tertentu. Dari penjelasan ini bisa ditarik kesimpulan bahwa sebuah sistem dirancang untuk mempermudah bagi pengguna dengan tampilan yang sederhana dan menghemat waktu maupun tenaga.

#### 2.2.4 Kenyamanan

(Octavia, 2019) Kenyamanan didefinisikan sebagai kecepatan dan kemudahan, dimana fleksibilitas ruang, fleksibilitas website, dan ketersediaan barang melalui platform online menjadi hal yang utama untuk menciptakan kenyamanan pelanggan. Menurut (Journal, 2022) kenyamanan dalam bertransaksi penting untuk nasabah dalam mempertimbangkan mobile banking sebagai faktor utama dalam penggunaan layanan perbankan. Sehingga bisa disimpulkan bahwa kenyamanan adalah bentuk kemudahan bagi nasabah untuk melakukan transaksi melalui platform online yang menjadi penentu bagi pelanggan untuk menggunakan layanan perbankan.

#### 2.2.5 Kepuasan pelanggan

Kepuasan pelanggan yaitu tingkat keadaan yang dirasakan leih dari harapan pelanggan yang dihasilkan dari membandingkan produk atau kinerja (Nur Lelasari, 2023). Sedangkan menurut (Husni et al., 2023) menjelaskan bahwa ungkapan perasaan senang maupun kecewa sebagai dampak dari membandingkan kapasitas yang dirasakan suatu jasa atau produk yang diinginkannya. Dari penjelasan ini bisa ditarik kesimpulan bahwa kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa yang dirasakan melebihi dari harapan yang disebabkan karena membandingkan produk atau jasa yang diinginkannya.

#### 2.2.6 Loyalitas Nasabah

Loyalitas pelanggan didefinisikan tindakan pembelian kembali secara berulang-ulang pada suatu merek yang sama yang disebabkan karena harga yang murah, hanya satu merek yang ada, dan lain-lain (Di et al., 2023). (Nur Lelasari, 2023) menyatakan bahwa loyalitas nasabah dalam penggunaan mobile banking sangat penting karena nasabah dapat dengan mudah memperoleh layanan yang sama dari pesaing, sehingga loyalitas memiliki peran yang penting dalam upaya peningkatan kualitas dengan meningkatkan kebutuhan nasabahnya.

### 2.2 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1 Rangkuman Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul	Variabel	Hasil
1.	Nur Lelasari & Innocentius Bernarto (2023)	<i>The Impact Of Customer Satisfaction On Customer Loyalty Of BCA Mobile</i>	Variabel independen: <i>Expense</i> (pengeluaran), <i>security</i> (keamanan), <i>relatif advantage</i> (keunggulan relatif), <i>responsiveness</i> (daya tanggap), <i>convenience</i> (kenyamanan) Variabel dependen:	Kenyamanan memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan & loyalitas, daya tanggap memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan & berpengaruh negatif terhadap loyalitas, keuntungan relatif memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan, kemanan memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan,

No	Peneliti	Judul	Variabel	Hasil
			Loyalitas nasabah Variabel intervening: Kepuasan nasabah	biaya berpengaruh negatif terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah, kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah.
2.	Ria Octavia (2019)	Pengaruh kualitas Layanan dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah PT. Bank Index Lampung	Variabel independen: Kualitas Layanan dan kepuasan nasabah Variabel dependen: Loyalitas nasabah	Kualitas Layanan memiliki pengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah, kepuasan pelanggan memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah dan kualitas Layanan tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah bank index KC Lampung.
3.	Rona Veonnita (2022)	pengaruh persepsi kemudahan, kegunaan dan kepuasan terhadap loyalitas melalui kepercayaan nasabah pengguna mobile banking BCA	Variabel independen: Persepsi kemudahan, kegunaan, dan kepuasan Variabel dependen: Loyalitas nasabah Variabel intervening: kepercayaan	Persepsi kegunaan dan kepuasan berpengaruh terhadap kepercayaan nasabah, persepsi kemudahan tidak berpengaruh terhadap loyalitas, kepuasan dan persepsi kegunaan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas, kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas, persepsi kemudahan secara langsung/tidak langsung tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas, persepsi kegunaan dan kepuasan memengaruhi loyalitas lebih besar secara langsung.
4.	Jamaludin Kamarudin, Nursinah & Melisa Novianti (2022)	pengaruh faktor kemudahan, keamanan, dan resiko terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan mobile banking	Variabel independen: Kemudahan, keamanan, dan resiko Variabel dependen: Kepuasan nasabah	Kemudahan dan keamanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan, sedangkan resiko tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.
5.	Zakaria Harahap (2020)	pengaruh Layanan m-banking terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah	Variabel independen: Layanan m-banking Variabel dependen:	Layanan Mobile Banking memiliki pengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah.

No	Peneliti	Judul	Variabel	Hasil
		Mandiri Kota Prabumulih	Kepuasan nasabah	

Sumber: dari berbagai jurnal acuan, 2024

## 2.3 Pengembangan Hipotesis

### 2.3.1 Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah

Menurut (Husni et al., 2023) menjelaskan bahwa ungkapan perasaan senang maupun kecewa sebagai dampak dari membandingkan kapasitas yang dirasakan sebuah produk dan layanan yang diinginkannya. Kepuasan pelanggan merupakan tingkat keadaan yang dirasakan melebihi harapan pelanggan yang timbul dari perbandingan produk atau kinerja (Nur Lelasari, 2023). Dari penjelasan ini bisa ditarik kesimpulan bahwa kepuasan pelanggan merupakan perasaan senang atau kecewa yang dirasakan melebihi dari harapan yang disebabkan karena membandingkan produk atau jasa yang diinginkannya. Hal ini sesuai dengan kajian dari (Nur Lelasari, 2023) yang membuktikan bahwa kepuasan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah, jika kepuasan meningkat maka loyalitas juga akan meningkat.

H1: Kepuasan nasabah berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah

### 2.3.2 Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah

Kualitas layanan diartikan sebagai upaya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen yang diikuti kecermatan dalam menyampaikannya supaya dapat menyamai apa yang menjadi hasrat konsumen (Di et al., 2023). Sedangkan menurut (Satria & Diah Astarini, 2023) menjelaskan bahwa kualitas layanan merupakan perbuatan ataupun performa pada satu pihak atas nama pihak lainnya yang tidak berwujud dan bukan merupakan properti. Dari penjelasan ini bisa ditarik kesimpulan bahwa kualitas layanan merupakan usaha yang dilakukan dalam upaya untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen. Hal ini sejalan dengan penelitian (Husni et al., 2023) bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan, semakin baik Layanan dan bantuan yang diberikan maka akan semakin meningkatkan kepuasan nasabah.

H2 : Kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah

### 2.3.3 Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah

Kualitas layanan diartikan sebagai upaya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen yang diikuti kecermatan dalam menyampaikannya supaya dapat menyamai apa yang menjadi hasrat konsumen (Di et al., 2023). Sedangkan menurut (Satria & Diah Astarini, 2023) menyatakan bahwa kualitas layanan merupakan perbuatan ataupun performa pada satu pihak atas nama pihak lainnya yang tidak berwujud dan bukan merupakan properti. Dari penjelasan ini bisa ditarik kesimpulan bahwa kualitas layanan merupakan usaha yang dilakukan dalam upaya untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggan. Kualitas layanan ditentukan oleh kemampuan perusahaan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan sesuai dengan harapan pelanggan. Ketika pelanggan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan, mereka cenderung menjadi pelanggan yang setia. Konsep ini sejalan dengan temuan dalam penelitian dari (Wiguna et al., 2023) kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, didukung.

H3 : Kualitas layanan berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah

#### **2.3.4 Pengaruh Kemudahan Terhadap Kepuasan Nasabah**

Menurut (Veonnita & Rojuaniah, 2022) kemudahan menjelaskan bahwa aplikasi yang mudah dipahami dan mempunyai tampilan yang sederhana dapat meningkatkan persepsi kemudahan pengguna terhadap penggunaan aplikasi. Menurut (Kamarudin et al., 2022) Kemudahan merupakan sejauh mana pengguna mobile banking percaya apabila kemudahan penggunaan dapat meminimalisir upaya pengguna baik itu tenaga ataupun waktu dalam pemakaian suatu sistem tertentu. Dari penjelasan ini bisa ditarik kesimpulan bahwa sebuah sistem dirancang untuk mempermudah bagi pengguna dengan tampilan yang sederhana dan menghemat waktu maupun tenaga. konsep ini sejalan dengan penelitian (Kamarudin et al., 2022) bahwa kemudahan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

H4 : Kemudahan berpengaruh positif terhadap kepuasan

#### **2.3.5 Pengaruh Kemudahan Terhadap Loyalitas Nasabah**

Menurut (Veonnita & Rojuaniah, 2022) kemudahan menjelaskan bahwa aplikasi yang mudah untuk dipahami dan mempunyai tampilan yang sederhana dapat meningkatkan persepsi kemudahan pengguna terhadap penggunaan aplikasi. Menurut (Kamarudin et al., 2022) Kemudahan merupakan sejauh mana pengguna mobile banking percaya apabila kemudahan penggunaan dapat meminimalisir upaya pengguna baik itu tenaga ataupun waktu dalam pemakaian suatu sistem tertentu. Dari penjelasan ini bisa ditarik kesimpulan bahwa sebuah sistem dirancang untuk mempermudah bagi pengguna dengan tampilan yang sederhana dan menghemat waktu maupun tenaga. Hal ini sesuai dengan penelitian dari (Diana et al., 2023) bahwa variabel kemudahan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas dan bertolak belakang dengan penelitian (Veonnita & Rojuaniah, 2022) bahwa kemudahan tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah.

H5 : Kemudahan berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah

#### **2.3.6 Pengaruh Kenyamanan Terhadap Kepuasan Nasabah**

Menurut (Journal, 2022) kenyamanan dalam bertransaksi penting untuk nasabah dalam mempertimbangkan mobile banking sebagai faktor utama dalam penggunaan layanan perbankan. Kenyamanan dalam mengaplikasikan layanan mobile banking berkaitan dengan kemudahan menggunakan banking. Karena, jika semakin tinggi pandangan kemudahan maka semakin tinggi juga kenyamanan untuk nasabah dalam bertransaksi melalui mobile banking. Sehingga bisa ditarik kesimpulan bahwa kenyamanan adalah bentuk kemudahan bagi nasabah untuk melakukan transaksi melalui platform online yang menjadi penentu bagi pelanggan dalam penggunaan layanan perbankan. Hal ini sejalan dengan penelitian (Lelasari & Bernarto, 2023) bahwa kenyamanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

H6 : Kenyamanan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah

#### **2.3.7 Pengaruh Kenyamanan Terhadap Loyalitas Nasabah**

Menurut (Journal, 2022) kenyamanan dalam bertransaksi penting untuk nasabah dalam mempertimbangkan mobile banking sebagai faktor utama dalam penggunaan layanan perbankan. Kenyamanan telah dibahas sebagai hal yang penting yang bisa mempengaruhi adopsi teknologi karena kenyamanan berarti pengguna percaya pada teknologi atau sistem baru mampu membantu

mereka menyelesaikan tugas dan memenuhi apa yang mereka inginkan. Sehingga bisa ditarik kesimpulan bahwa kenyamanan adalah bentuk kemudahan bagi pelanggan dalam melakukan transaksi melalui platform online yang menjadi penentu bagi nasabah dalam penggunaan layanan perbankan. Hal ini sesuai dengan kajian dari (Nur Lelasari, 2023) bahwa kenyamanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah.

H7 : Kenyamanan berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah

### **2.3.8 Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah Yang Dimediasi Oleh Kepuasan**

Pelanggan setia adalah mereka yang akan kembali lagi untuk menggunakan jasa tersebut. Akan tetapi, sebelum perusahaan menuju tingkat kepuasan serta kesetiaan konsumen, perusahaan perlu membagikan atensi pada kualitas Layanan. Kualitas layanan optimal mewujudkan kepuasan pelanggan, yang nantinya bakal mewujudkan loyalitas pelanggan (Satria & Diah Astarini, 2023). Hal ini sesuai dengan kajian dari (Wiguna et al., 2023) kepuasan pelanggan mampu memediasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan. Artinya Kepuasan Pelanggan berpengaruh positif dan signifikan memediasi Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan. Kepuasan pelanggan berperan dalam memediasi pengaruh kualitas Layanan terhadap kesetiaan nasabah.

H8 : Kualitas layanan berpengaruh positif terhadap loyalitas yang dimediasi oleh kepuasan

### **2.3.9 Pengaruh Kemudahan Terhadap Loyalitas Nasabah Yang Dimediasi Oleh Kepuasan**

Menurut (Veonita & Rojuaniah, 2022) kemudahan menjelaskan bahwa aplikasi yang mudah dipahami dan mempunyai tampilan yang sederhana akan meningkatkan persepsi kemudahan pengguna pada penggunaan aplikasi. Hal ini sesuai dengan kajian dari (Ismi & Abdilla, 2023) yang menjelaskan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh positif atau signifikan terhadap loyalitas konsumen yang di mediasi oleh kepuasan konsumen Mahasiswa FEB Universitas Dharma Andalas Konsumen Shopee. Hasil kajian ini menjelaskan bahwa kepuasan konsumen memediasi sebagian pengaruh kemudahan penggunaan terhadap kesetiaan konsumen (Ismi & Abdilla, 2023).

H9 : Kemudahan berpengaruh positif terhadap loyalitas yang dimediasi oleh kepuasan

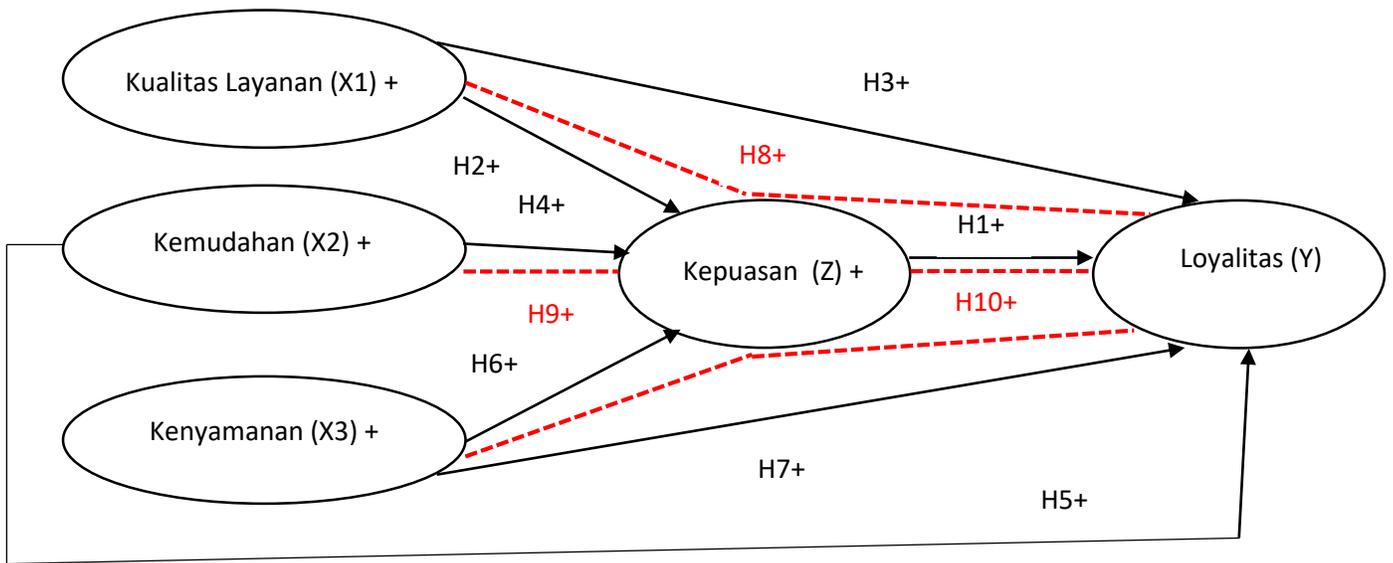
### **2.3.10 Pengaruh Kenyamanan Terhadap Loyalitas Nasabah Yang Dimediasi Oleh Kepuasan**

(Journal, 2022) Kenyamanan dalam mengaplikasikan layanan mobile banking berkaitan dengan kemudahan menggunakan banking. Karena, jika semakin tinggi persepsi kemudahan maka semakin tinggi pula kenyamanan untuk pelanggan dalam bertransaksi melalui mobile banking. Hal ini sesuai dengan kajian dari (Herman et al., 2023) pernyataan tersebut menjelaskan bahwa adanya hubungan tidak langsung antara kenyamanan layanan dan kesetiaan nasabah melalui kepuasan nasabah sebagai variabel penengah. Hubungan ini berpengaruh signifikan dan dapat meningkatkan kesetiaan pelanggan. Pelanggan merasakan kenyamanan dan kepuasan pada layanan yang diperoleh, dan ini dianggap sebagai salah satu kriteria penting dalam meningkatkan tingkat loyalitas pelanggan.

H10 : Kenyamanan berpengaruh positif terhadap loyalitas yang dimediasi oleh kepuasan

Berdasarkan uraian diatas, maka model penelitian dalam penelitian ini dapat dilihat dalam gambar sebagai berikut :

Gambar 2.1 Model Penelitian



### 3. Metode Penelitian

#### 3.1 Jenis Dan Sumber Data

Data kuantitatif menurut Sugiyono (2018) yaitu metode penelitian berbasis positivistik (data konkrit), data penelitian yang berupa angka-angka yang akan diukur menggunakan statistika sebagai alat uji perhitungan, terkait dengan isu yang diteliti dalam menghasilkan suatu kesimpulan. Penelitian ini adalah jenis penelitian yang menggunakan analisis kuantitatif yang akan menjelaskan terkait pengaruh variabel kepuasan nasabah terhadap kesetiaan nasabah. Karena pengaruh yang dihasilkan oleh variabel-variabel penelitian baru akan dapat diketahui setelah melakukan perhitungan secara kuantitatif. Pada penelitian data kuantitatif diperlukan diantaranya hasil kuesioner dari responden.

#### 3.2 Populasi Dan Sampel

##### a) Populasi

Populasi menurut Sugiyono (2018) merupakan area generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditentukan oleh peneliti untuk bisa dipelajari dan kemudian dapat disimpulkan. Dalam melakukan penelitian tidak harus menggunakan keseluruhan populasi yang ada (Harahap, 2020). Populasi penelitian ini yaitu nasabah yang sudah menggunakan aplikasi BNI Mobile Banking Kota Semarang dengan jumlah pengguna yang tidak diketahui.

##### b) Sampel

Sampel untuk penelitian ini yaitu sebagian kecil yang diambil dari populasi, pada sampel penelitian ini adalah pengguna atau nasabah aplikasi BNI Mobile Banking di Kota Semarang yang jumlah populasinya besar dan tidak diketahui. Yang dapat ditentukan menggunakan rumus Lameshow (Sugiyono, 2021) sebagai berikut:

$$n = \frac{z^2 - P(1-P)}{d^2}$$

Keterangan:

n : Seluruh jumlah responden

P : Proposi populasi (0.5)

z : Nilai standar 95% (1.96)

d : Alpha (0.1)/ *sampling error* (10%)

Melalui perhitungan rumus Lemeshow diatas sampel yang harus didapat sebanyak 96 orang sehingga dibulatkan menjadi 100 orang responden.

c) Teknik Sampling

Teknik sampling pengambilan data yang digunakan pada penelitian ini adalah non-probability sampling yaitu purposive sampling. Metode yang digunakan metode pengambilan sampel yang dilakukan dengan cara memberikan kriteria yang telah ditentukan untuk menjadi sampel penelitian (Amin et al., 2023).

### 3.3 Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data menurut Sugiyono (2018) dapat diperoleh dengan cara observasi, dokumentasi, wawancara, dan triangulasi. Teknik pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner yang dibagikan melalui *personal chat*, grup atau sosial media. Kuesioner yang digunakan berisi pertanyaan-pertanyaan mengenai kualitas layanan, kemudahan dan kenyamanan sebagai variabel independen, kesetiaan pelanggan sebagai variabel dependen dan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening. Responden akan mengisi jawaban dari pertanyaan yang dibuat oleh peneliti dengan skala interval dalam rentangan nilai sebagai berikut :

- 1 = sangat tidak setuju
- 2 = tidak setuju
- 3 = kurang setuju
- 4 = setuju
- 5 = sangat setuju

### 3.4 Definisi Operasional Variabel

Dalam penelitian ini, definisi operasional variabel penelitian adalah sebagai berikut :

Tabel 2.2 Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Skala Pengukuran
kualitas layanan (X1)	Kualitas layanan diartikan sebagai usaha pemenuhan atas apa yang dibutuhkan dan diinginkan konsumen yang diikuti kecermatan dalam menyampaikannya supaya dapat menyamai apa yang menjadi hasrat konsumen (Di et al., 2023)	1. Kehandalan ( <i>reliability</i> ) 2. Daya tanggap ( <i>responsiveness</i> ) 3. Jaminan ( <i>assurance</i> ) 4. Empaty ( <i>emphy</i> ) 5. Bukti fisik ( <i>tengible</i> ) (Harahap, 2020)	interval
kemudahan (X2)	kemudahan menjelaskan bahwa aplikasi yang mudah untuk dipahami dan mempunyai tampilan yang sederhana akan meningkatkan persepsi	1. Individu mudah dan terampil dalam menggunakan suatu teknologi 2. Teknologi mudah dipelajari	interval

Variabel	Definisi	Indikator	Skala Pengukuran
	kemudahan pengguna terhadap penggunaan aplikasi (Veonnita & Rojuaniah, 2022)	3. Teknologi mudah dioperasikan 4. Responsif (Husni et al., 2023)	
kenyamanan (X3)	Kenyamanan didefinisikan sebagai kecepatan dan kemudahan, dimana fleksibilitas ruang, fleksibilitas website, dan ketersediaan produk melalui platform online menjadi hal yang utama untuk menciptakan kenyamanan pelanggan (Octavia, 2019)	1. Kenyamanan akses 2. Kenyamanan transaksi 3. Kenyamanan setelah memperoleh manfaat (Journal, 2022)	interval
kepuasan nasabah (Z)	Kepuasan menjelaskan bahwa ungkapan perasaan senang maupun kecewa sebagai dampak dari membandingkan kapasitas yang dirasakan suatu produk atau jasa yang diinginkannya (Husni et al., 2023)	1. Kesesuaian harapan pengguna 2. Hasil kinerja layanan yang diterima 3. Penilaian keseluruhan layanan dari pengguna yang diterima (Indrasari, 2019)	interval
loyalitas nasabah (Y)	Loyalitas pelanggan didefinisikan tindakan pembelian kembali secara berulang-ulang pada suatu merek yang sama yang disebabkan karena harga yang murah, satu-satunya merek yang ada, dan lain-lain (Di et al., 2023)	1. <i>Refferal</i> 2. <i>Retention</i> 3. <i>Repeat</i> (Di et al., 2023)	interval

Sumber: dari berbagai jurnal acuan, 2024

### 3.5 Teknik Analisis Data

Pada kajian ini, analisis pengaruh antar variabel menggunakan teknik *Partial Least Square* (PLS). PLS sendiri merupakan suatu metode analisis regresi dan pengujian korelasi kanonikal yang menghilangkan asumsi-asumsi OLS (*Ordinary Least Aquares*) dengan memerlukan distribusi data normal (Setiaman, 2020). Berdasarkan definisi variabel operasional penelitian,

kualitas layanan dengan 4 indikator, variabel kemudahan diukur dengan 4 indikator, variabel kenyamanan diukur dengan 3 indikator, variabel kepuasan diukur dengan 3 indikator, dan kesetiaan diukur dengan 4 indikator.

### 3.5.1 Pengujian *Outer Model*

Tahap pengujian model pengukuran terdiri dari pengujian *Convergent Validity*, *Discriminant Validity* dan *Composite Reliability*. Hasil analisis PLS dapat digunakan untuk menguji hipotesis apabila semua indikator dalam model PLS telah memenuhi syarat validitas konvergen, validitas diskriminan, dan reliabilitas komposit (Trisnawati, 2021).

#### a) Pengujian Validitas Konvergen (*Convergen Validity*)

Setiaman (2020) menjelaskan uji *validitas convergent* berhubungan dengan prinsip bahwa pengukur dari suatu konstruk harus berkorelasi tinggi. Karena penelitian ini merupakan penelitian konfirmatori, maka limit *loading factor* yang digunakan adalah 0,7. Validitas konvergen juga harus dinilai dari nilai AVE tiap konstruk, nilai AVE harus lebih tinggi. Ketika nilai AVE dibawah 0,50 maka akan dianggap memiliki error yang tinggi (Setiaman, 2020).

#### b) Pengujian Validitas Diskriminant (*Discriminant Validity*)

Setiaman (2020) mengungkapkan validitas diskriminan berkaitan dengan prinsip bahwa pengukur konstruksi yang berbeda tidak boleh dikorelasikan. Model validitas diskriminan baik apabila nilai kuadrat AVE di setiap konstruk eksogen (nilai pada diagonal) melebihi korelasi diantara konstruksinya (nilai di bawah diagonal).

#### c) Pengujian Reliabilitas Komposit (*Composite Reliability*)

Reliabilitas komposit digunakan sebagai alternatif dari *cronbachs alpha* dan untuk mengukur *convergent validity* (Setiaman, 2020). Nilai *composite reliability* dan *cronbachs alpha* yang direkomendasikan lebih dari 0,7, namun dalam penelitian pengembangan, dengan rendahnya batas *loading factor* yang digunakan (0,5) maka nilai *composite reliability* dan *cronbachs alpha* yang rendah masih dapat diterima selama memenuhi syarat validitas konvergen dan validitas diskriminan sudah terpenuhi.

### 3.5.2 Pengujian *Inner Model*

Pengujian *inner model* atau model struktural meliputi uji signifikansi pengaruh langsung, pengaruh tidak langsung, dan pengukuran besar mempengaruhi variabel eksogen terhadap variabel endogen dalam penelitian (Trisnawati, 2021). Semua pengujian ini akan digunakan untuk menguji hipotesis penelitian.

#### a) Pengujian Pengaruh Langsung

Trisnawati (2021) menjelaskan uji signifikansi pengaruh langsung diterapkan dalam menguji pengaruh variabel eksogen terhadap variabel endogen. Hipotesis yang diterapkan dalam pengujian ini adalah sebagai berikut:

Ho : variabel eksogen tidak berpengaruh positif terhadap variabel endogen

Ha : variabel eksogen berpengaruh positif terhadap variabel endogen

Karena hipotesis penelitian merupakan hipotesis satu arah, maka Ho ditolak dan disimpulkan bahwa variabel eksogen berpengaruh signifikan terhadap variabel endogen jika  $P\ value < 0,05$  dan  $t\ hitung > 1,65$ , sedangkan jika  $p\ value > 0,05$  dan  $t\ hitung < 1,65$  maka Ho tidak ditolak dan disimpulkan bahwa variabel eksogen tidak mempengaruhi variabel endogen.

#### b) Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi menggambarkan besar pengaruh variabel eksogen pada variabel endogen. Pada analisis PLS, koefisien determinasi dilihat dari *R-Square* dengan nilai 0-1. Semakin tinggi *R-Square* semakin tinggi juga kontribusi variabel eksogen pada endogen (Trisnawati, 2021).

d) Pengujian Pengaruh Tidak Langsung

Pada *calculate bootstrapping* di *Spesific Indirect Effect*. Secara otomatis SmartPLS bisa menghasilkan nilai T Statistik dan P value yang diharapkan untuk menguji ditolak atau diterimanya suatu hipotesis penelitian (Darwin & Umam, 2020)