

Persepsi Nasabah Terhadap Penerapan *Mobile Banking* dalam Meningkatkan Pelayanan dengan Menggunakan Metode *Technology Acceptance Model*: Studi Kasus Bank Rakyat Indonesia Unit Simpong Kota Luwuk, Sulawesi Tengah

Safira Nindita Datu Adam, Tri Handayani Amaliah, Ayu Rakhma Wuryandini
Universitas Negeri Gorontalo
sninditaa@gmail.com, tri.handayani.amaliah@gmail.com, ayurakhma@ung.ac.id

ABSTRACT

This research aims to determine customer perceptions regarding the application of mobile banking in improving bank services. This research method uses quantitative descriptive research methods and uses the Technology Acceptance Model (TAM) theory. The data collection method is carried out by distributing questionnaires online (google form) and documentation in the form. The location of this research is BRI Simpang Unit, Luwuk Banggai, Central Sulawesi. The results of the research show that: 1) Customer perceptions have an influence on improving the services of Bank Rakyat Indonesia Simpang Unit Luwuk City, Central Sulawesi. Thus, the better the perception given by customers, the more it will support the improvement of services at Bank Rakyat Indonesia Simpang Unit Luwuk City, Central Sulawesi; 2) Customer perceptions influence the implementation of mobile banking at Bank Rakyat Indonesia Simpang Unit, Luwuk City, Central Sulawesi. Thus, the better the perception given by customers, the more it will encourage them to use service applications via mobile banking from Bank Rakyat Indonesia Simpang Unit Luwuk City, Central Sulawesi; 3) The implementation of mobile banking has an effect on improving the services of the Bank Rakyat Indonesia Simpang Unit, Luwuk City, Central Sulawesi. Thus, the higher the number of customers who use mobile banking for financial transactions, the more it will reflect the improvement in the service quality of Bank Rakyat Indonesia Simpang Unit Luwuk City, Central Sulawesi; 4) The implementation of mobile banking is able to mediate the influence of customer perceptions on improving services at Bank Rakyat Indonesia Simpang Unit, Luwuk City, Central Sulawesi.

Keywords: *Customer Perception; Implementation of Mobile Banking; Service; Technology Acceptance Model*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi nasabah terhadap penerapan mobile banking dalam meningkatkan layanan bank. Metode penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kuantitatif dan menggunakan teori Technology Acceptance Model (TAM). Metode pengumpulan data dilakukan dengan membagikan kuesioner secara online (google form) dan dokumentasi berupa. Lokasi penelitian ini yaitu BRI Unit Simpong, Luwuk Banggai, Sulawesi Tengah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) Persepsi nasabah berpengaruh terhadap peningkatan pelayanan Bank Rakyat Indonesia Unit Simpong Kota Luwuk, Sulawesi Tengah. Dengan demikian, semakin baik persepsi yang diberikan nasabah, maka akan semakin mendukung adanya peningkatan pelayanan Bank Rakyat Indonesia Unit Simpong Kota Luwuk, Sulawesi Tengah; 2) Persepsi nasabah berpengaruh terhadap penerapan mobile banking Bank Rakyat Indonesia Unit Simpong Kota Luwuk, Sulawesi Tengah. Dengan demikian, semakin baik persepsi yang diberikan nasabah, maka akan semakin

mendorong mereka untuk menggunakan aplikasi pelayanan melalui mobile banking dari Bank Rakyat Indonesia Unit Simpang Kota Luwuk, Sulawesi Tengah; 3) Penerapan mobile banking berpengaruh terhadap peningkatan pelayanan Bank Rakyat Indonesia Unit Simpang Kota Luwuk, Sulawesi Tengah. Dengan demikian, semakin tinggi nasabah menggunakan mobile banking untuk bertransaksi keuangan, maka akan semakin mencerminkan peningkatan kualitas pelayanan Bank Rakyat Indonesia Unit Simpang Kota Luwuk, Sulawesi Tengah; 4) Penerapan mobile banking mampu memediasi pengaruh persepsi nasabah terhadap peningkatan pelayanan Bank Rakyat Indonesia Unit Simpang Kota Luwuk, Sulawesi Tengah.

Kata kunci: Persepsi Nasabah; Penerapan Mobile Banking; Pelayanan; Technology Acceptance Model

PENDAHULUAN

Perubahan teknologi informasi, terutama di bidang telekomunikasi, telah terjadi secara besar-besaran. Perubahan ini banyak dipicu oleh tekanan dan intensitas kompetisi di industri perbankan. Kemajuan terus meningkat dengan pesat dari waktu ke waktu. Jumlah pengguna internet yang besar di Indonesia juga telah mendorong kemajuan dan perkembangan dunia bisnis. Internet menjadi media utama untuk melakukan transaksi jual beli, serta menjadi platform untuk mencari dan bertukar informasi. Pemanfaatan teknologi informasi juga mendorong sektor perbankan untuk turut berperan dalam memanfaatkan internet. Hal ini tidak hanya mencakup aspek kecepatan dalam melakukan transaksi, melainkan juga kenyamanan dan kemudahan bagi nasabah untuk melakukan berbagai transaksi, baik keuangan maupun non-keuangan, secara online tanpa perlu datang dan mengantri di bank atau ATM. Fasilitas kemudahan dan kenyamanan ini ditawarkan oleh perbankan melalui layanan *Mobile Banking*.

Mobile Banking merupakan layanan perbankan yang berfungsi untuk memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi perbankan. Keunggulan *Mobile Banking* yaitu nasabah dapat melakukan transaksi dimana saja dan kapan saja tanpa batasan waktu. Nasabah bisa melakukan transaksi seperti cek saldo, membayar tagihan listrik, membeli pulsa, transfer, dan lain sebagainya hanya dengan menggunakan mobile banking (Iriani, 2018). Dengan adanya layanan mobile banking diharapkan dapat memberikan kemudahan dan manfaat bagi para nasabah dalam melakukan akses ke bank tanpa harus datang langsung ke bank (Kurniawati et al., 2017). Penggunaan layanan *mobile banking* pada telepon seluler memungkinkan para nasabah dapat lebih mudah untuk menjalankan aktivitas perbankannya tanpa batas ruang dan waktu. Layanan *mbanking* membuka kesempatan bagi nasabah untuk melakukan transaksi perbankan melalui perangkat ponsel atau Personal Data Asistent (PDA) (Wardhana, 2015).

Pelayanan adalah suatu bentuk layanan yang diselenggarakan oleh penyedia jasa kepada pengguna layanan tersebut. Layanan dapat berupa barang yang dihasilkan dari suatu proses produksi atau dapat pula berupa pelayanan yang ditawarkan. Kualitas pelayanan dapat diukur dengan cara membandingkan antara apa yang diharapkan oleh pengguna layanan dan apa yang diterima oleh pengguna layanan. Kualitas pelayanan (*service quality*) di bangun atas adanya perbandingan

antara dua faktor utama yaitu persepsi pelanggan atas pelayanan yang nyata mereka terima (perceived service) dengan pelayanan yang sesungguhnya diharapkan atau diinginkan (expected service). Dengan kata lain, kualitas pelayanan adalah seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas pelayanan yang mereka terima atau peroleh. kualitas pelayanan bank adalah tingkat keunggulan yang diharapkan nasabah dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan nasabah, dengan kata lain ada dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan bank yaitu harapan nasabah (expectation) dan kinerja bank yang dirasakan nasabah (performance) (Iffah, 2018).

Menurut Sangadji & Sopiah 2013, Persepsi merupakan suatu proses yang timbul akibat adanya sensasi, di mana sensasi adalah aktivitas merasakan atau penyebab keadaan emosi yang menggembirakan. Persepsi pemakai dalam memandang teknologi informasi semakin baik, hal ini ditandai dengan sistem yang dibangun dianggap memberikan manfaat dalam membantu perusahaan secara internal dan eksternal. Internal mencakup aktivitas dalam proses bisnis semisal membuat faktur, surat jalan dan lainnya. Sementara faktor eksternal mencakup strategi bisnis perusahaan yang dibantu oleh teknologi informasi untuk menang dari pesaingnya, termasuk untuk mengikat pelanggan. Persepsi kegunaan berkaitan dengan keefektifan dan kebutuhan. Dengan adanya internet banking, nasabah dapat memperoleh informasi-informasi yang dibutuhkan serta meningkatkan efisiensi karena mengurangi waktu yang dibutuhkan bila langsung ke bank (Setiawan, 2016).

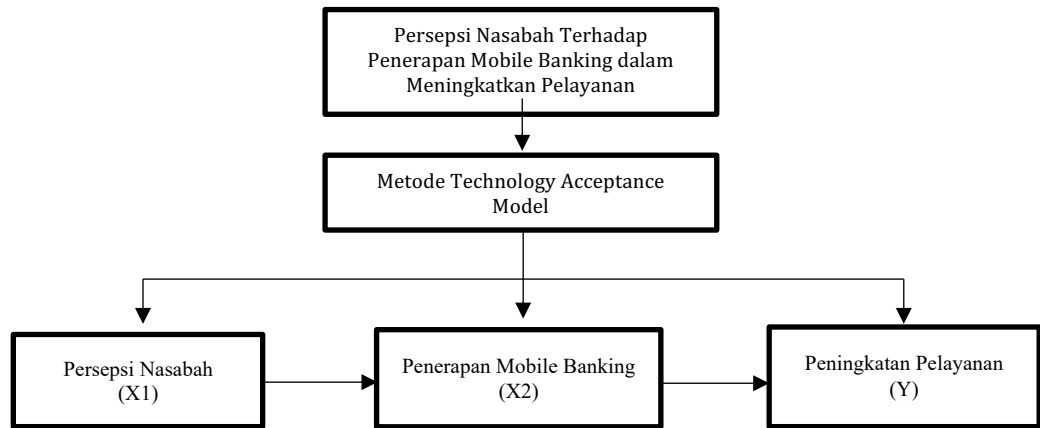
Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk, sebagai bank milik negara yang besar, sangat memprioritaskan peningkatan kualitas layanan perbankan mengikuti perkembangan zaman. Dalam upaya ini, mereka memperkenalkan layanan perbankan berbasis teknologi yang dikenal sebagai BRI Mobile atau BRI_{mo}. Berdasarkan analisis, bank yang menawarkan layanan internet banking terbukti lebih menguntungkan dan efisien dari segi operasionalnya jika dibandingkan dengan bank yang tidak mengadopsi internet banking. Tingkat pemanfaatan yang dirasakan oleh nasabah juga menjadi faktor kunci yang diinginkan dalam penggunaan layanan m-banking BRI. Manfaat yang dirasakan dan kemudahan penggunaan mempengaruhi sikap individu menggunakan mobile banking. Semakin banyak manfaat yang dirasakan oleh nasabah, semakin sering pula mereka menggunakan layanan tersebut. Sebaliknya, jika nasabah merasa manfaat yang diperoleh terbatas, maka penggunaan layanan m-banking BRI menjadi lebih jarang. Oleh karena itu, BRI Cabang Simpong harus terus meningkatkan kualitas dan fasilitas dalam layanan m-banking mereka.

Berdasarkan fenomena maka memotivasi dan melatarbelakangi peneliti menyusun penelitian ini. Penelitian ini akan mengkaji serta menguji pengaruh persepsi nasabah dan penerapan *mobile banking* terhadap peningkatan pelayanan kepada para nasabah Bank Rakyat Indonesia Unit Simpong Kota Luwuk, Sulawesi Tengah sebagai sampel dalam penelitian.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh persepsi nasabah dan penerapan *mobile banking* terhadap peningkatan pelayanan kepada para nasabah

Bank Rakyat Indonesia Unit Simpong Kota Luwuk, Sulawesi. Penelitian dilakukan terhadap nasabah Bank Rakyat Indonesia di Desa Simpong Kota Luwuk, Sulawesi Tengah pada bulan Mei 2024. Metode yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan penggunaan metode survei dan teknik pengumpulan data melalui kuesioner dari *googleform*. Sampel penelitian diambil menggunakan *purposive sampling* dengan jumlah minimal responden sebanyak 100 nasabah. Hasil data kuesioner dianalisis menggunakan analisis regresi dengan aplikasi SPSS 24. Kerangka pemikiran dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut.



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Sumber: Diolah peneliti, 2024

TAM adalah model yang digunakan untuk menjelaskan bagaimana pengguna menerima dan menggunakan teknologi. Model ini pertama kali diperkenalkan oleh Davis pada tahun 1989. Theory of Reasoned Action (TRA) adalah dasar dari TAM dan berpendapat bahwa perilaku seseorang ditentukan oleh niat mereka untuk melakukan perilaku tersebut, yang pada gilirannya dipengaruhi oleh sikap dan norma subjektif. TAM menyatakan bahwa behavioral intention to use ditentukan oleh dua keyakinan yaitu *perceived usefulness* (Sayekti & Putarta, 2016). Persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) *Perceived usefulness* didefinisikan sebagai suatu ukuran dimana penggunaan suatu teknologi dipercaya akan mendatangkan manfaat bagi orang yang menggunakannya. Persepsi terhadap kemanfaatan sebagai kemampuan subjektif pengguna di masa yang akan datang di mana dengan menggunakan sistem aplikasi yang spesifik akan meningkatkan kinerja dalam konteks organisasi. Persepsi kemanfaatan merupakan definisi dimana seseorang percaya dengan menggunakan suatu sistem dapat meningkatkan kinerja mereka. *Perceived usefulness* diukur melalui indikator seperti meningkatkan kinerja pekerjaan, menjadikan pekerjaan lebih mudah serta secara keseluruhan teknologi yang digunakan dirasakan bermanfaat. Selanjutnya *perceived usefulness* dapat diukur dengan indikator meningkatkan produktivitas, menjadikan kerja lebih efektif, dan pekerjaan menjadi lebih cepat (Fadlan, n.d.). Dalam konteks penelitian ini, TAM digunakan untuk memahami bagaimana persepsi nasabah terhadap mobile banking mempengaruhi peningkatan pelayanan. Persepsi nasabah mencakup persepsi nasabah terhadap manfaat dan

kemudahan penggunaan mobile banking. Penerapan mobile banking mencerminkan sejauh mana mobile banking telah diimplementasikan dan digunakan oleh nasabah.

Kerangka pemikiran dijelaskan secara mendalam dan relevan dengan permasalahan yang diteliti, sehingga dapat dijadikan dasar untuk menjawab permasalahan penelitian (Syahputri et al., 2023). Kerangka penelitian ini memungkinkan untuk menguji bagaimana persepsi nasabah terhadap mobile banking mempengaruhi penerapan teknologi tersebut dan bagaimana penerapan ini, pada gilirannya, mempengaruhi peningkatan pelayanan bank. Menggunakan TAM sebagai dasar teoretis memberikan kerangka kerja yang solid untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan teknologi oleh pengguna.

Hipotesis pada penelitian ini yaitu :

1. Di duga Persepsi Nasabah berpengaruh terhadap peningkatan pelayanan
2. Di duga Persepsi Nasabah berpengaruh terhadap penerapan mobile banking
3. Di duga Penerapan mobile banking berpengaruh terhadap peningkatan pelayanan
4. Di duga Penerapan mobile banking mampu memediasi berpengaruh terhadap peningkatan pelayanan

Tahapan analisis data dalam penelitian ini meliputi analisis statistik deskriptif, uji validitas reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji hipotesis, dan uji mediasi. Analisis statistik deskriptif diukur melalui nilai *arithmetic mean* dan standar deviasi. Uji validitas dilakukan dengan ketentuan r hitung $>$ r tabel dan reliability test dengan ketentuan diatas nilai 0,7. Uji asumsi klasik terdiri dari uji normalitas dengan ketentuan nilai sig. harus lebih besar dari 0,05, uji multikolinearitas dengan ketentuan nilai VIF $<$ 10 atau tolerance $>$ 0,10, serta uji heteroskedastisitas dimana nilai sig harus lebih besar dari 0,05. Analisis regresi diaplikasikan untuk mencari tahu arah dan seberapa besar variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat. Uji hipotesis dapat diukur melalui statistik t , nilai statistik F , dan koefisien determinasinya. Sedangkan uji mediasi diukur dengan metode kausal step.

Dengan demikian, penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan teknik analisis yang terstruktur untuk menguji hubungan antara persepsi nasabah terhadap peningkatan pelayanan dengan penerapan *mobile banking* sebagai variabel mediasi. Analisis data yang dilakukan bertujuan untuk memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang faktor-faktor yang memengaruhi peningkatan pelayanan sehingga dapat memberikan kontribusi yang signifikan bagi pengembangan strategi evaluasi pengembangan teknologi dan informasi di perusahaan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Deskriptif Responden

Responden penelitian ini adalah nasabah Bank Rakyat Indonesia Unit Simpong Kota Luwuk, Sulawesi dengan jumlah 100 orang. Peneliti mengumpulkan data dengan menyebarkan secara pribadi. Pada bagian ini memberikan pemaparan

dan penjelasan terhadap profil 100 orang yang turut iku serta dalam penelitian ini. Analisis dengan mempertimbangkan karakteristik jenis kelamin dan usia.

Dari 100 responden penelitian, sebanyak 62% responden adalah perempuan kemudian yang kedua responden dengan jenis kelamin sebesar 38%, selain itu berdasarkan usia, nasabah yang berusia 31-40 tahun dengan jumlah responden sebanyak 31 orang atau 31%. Sedangkan nasabah yang berusia 20-25 tahun sebanyak 15 orang atau 15%, usia 26-30 tahun sebanyak 26 orang atau 26%, dan usia dari 41-50 tahun sebanyak 17 orang atau 17%, sedangkan diatas 50 tahun sebanyak 11 orang atau 11%.

Hasil Analisis Data

Hasil analisis data dari subjek penelitian yaitu nasabah Bank Rakyat Indonesia Unit Simpong Kota Luwuk, Sulawesi dilakukan dengan menggunakan bantuan software SPSS melalui 4 uji utama yang ada pada metode analisis regresi, yaitu uji validitas & reliabilitas, uji asumsi klasik, uji hipotesis, dan uji mediasi.

Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu prosedur yang digunakan untuk mengetahui sejauh mana suatu alat ukur, seperti kuesioner, dapat mengukur apa yang seharusnya diukur. Tujuan uji validitas adalah untuk menilai apakah suatu instrumen penelitian dapat mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh instrumen tersebut. Uji validitas dilakukan dengan mengkorelasikan skor masing-masing item dengan skor totalnya dan membandingkan nilai koefisien korelasi dengan nilai koefisien korelasi tabel (r-tabel) untuk menentukan apakah instrumen tersebut valid atau tidak (Rofifah, 2020).

Dalam pengujian validitas ini nilai r tabel dengan $\alpha = 0,05$ adalah 0,165. Apabila terdapat hasil koefisien yang kurang dari 0,165 maka item pertanyaan tidak valid.

Tabel 1. Uji Validitas

Variabel	Item	r Hitung	r Tabel
Persepsi Nasabah	X1.1	0,854	0,165
	X1.2	0,922	0,165
	X1.3	0,796	0,165
Penerapan <i>Mobile Banking</i>	X2.1	0,859	0,165
	X2.2	0,818	0,165
	X2.3	0,760	0,165
	X2.4	0,757	0,165
	X2.5	0,770	0,165
	X2.6	0,677	0,165
	X2.7	0,648	0,165
Peningkatan Pelayanan	Y.1	0,845	0,165
	Y.2	0,845	0,165
	Y.3	0,834	0,165
	Y.4	0,776	0,165

Sumber: Data diolah SPSS, 2024

Tabel 1 memperlihatkan bahwa seluruh item pertanyaan pada ketiga variabel peningkatan pelayanan dinyatakan valid karena nilai r hitung pada setiap pertanyaan > dari nilai r tabel yaitu 0,165.

Uji Reliabilitas

Uji reabilitas adalah suatu prosedur statistik yang digunakan untuk mengetahui seberapa baik suatu instrumen pengukuran (seperti kuesioner) dapat memprediksi nilai yang diukur. Dalam penelitian, uji reabilitas dilakukan untuk memastikan bahwa instrumen pengukuran yang digunakan dapat dengan akurat mengukur variabel yang diteliti. Proses uji reabilitas melibatkan penghitungan korelasi antara skor instrumen dengan skor yang dianggap sebagai standar atau "benar" untuk variabel yang diteliti. Hasil uji reabilitas yang signifikan menunjukkan bahwa instrumen pengukuran tersebut dapat dengan akurat mengukur variabel yang diteliti, sehingga dapat dipercaya sebagai alat pengukuran yang efektif (Rapii & Reza Harpiana, 2022).

Dalam melakukan analisa, peneliti menggunakan teknik Alpha Cronbach, syarat variabel dinyatakan reliabel apabila nilai cronbach alpha > 0,6.

Tabel 2. Uji Reliabilitas

Variabel	Cornbach's Alpha	Nilai Penerimaan	Keterangan
Persepsi Nasabah (X1)	0,820	0,6	Reliabel
Penerapan <i>Mobile Banking</i> (X2)	0,876	0,6	Reliabel
Peningkatan Pelayanan (Y)	0,841	0,6	Reliabel

Sumber: Data diolah SPSS, 2024

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa nilai Cronbach's Alpha dari variabel persepsi nasabah (X1), penerapan mobile banking (X2), dan peningkatan pelayanan (Y) dinyatakan reliabel dan dapat digunakan sebagai alat pengumpulan data. Hal itu dapat terjadi karena nilai koefisien Cronbach's Alpha > nilai penerimaan (0,6).

Uji Asumsi Klasik

Normalitas merupakan pengujian yang bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal

**Tabel 3. Hasil Uji Normalitas
 One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.25010639
	Absolute	.043

Most Extreme Differences	Positive	.043
	Negative	-.042
Test Statistic		.043
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Data diolah SPSS, 2024

Berdasarkan output uji normalitas data maka dapat diketahui nilai Asymp. Sig. (2-tailed) dari uji Kolmogorov-smirnov Z untuk unstandardized residual variabel adalah 0,200 > 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang digunakan terdistribusi normal.

Uji multikolinearitas digunakan untuk menguji ada tidaknya korelasi antar variabel bebas di dalam model regresi. Sebuah model regresi yang baik tidak akan terjadi korelasi antara variabel bebas yang satu dengan lainnya. Untuk mengetahui apakah terdapat multikolinearitas adalah melihat nilai tolerance > 0,10 dan nilai Variance Inflation Faktor (VIF) < 10.

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinearitas Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	-1.181	.697		-1.696	.093		
PERSEPSI_NASABAH	.390	.065	.324	5.995	.000	.550	1.818
PENERAPAN_MOBILE_BANKING	.425	.034	.669	12.369	.000	.550	1.818

a. Dependent Variable: PENINGKATAN_PELAYANAN

Sumber: Data diolah SPSS, 2024

Berdasarkan hasil penelitian maka dapat diketahui bahwa variabel memiliki nilai tolerance > 0,10 dan nilai Variance Inflation Faktor (VIF) < 10. Sehingga dapat disimpulkan bahwa disimpulkan tidak terdapat gejala multikolinearitas.

Uji heteroskedastisitas merupakan pengujian yang ditujukan untuk mengetahui apakah model dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain.

Tabel 5. Hasil Uji Heterokedastisitas Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.112	.420		2.646	.010
PERSEPSI_NASABAH	-.027	.039	-.094	-.689	.492
PENERAPAN_MOBILE_BANKING	.007	.021	.046	.337	.737

a. Dependent Variable: abs

Sumber: Data diolah SPSS, 2024

Berdasarkan hasil tersebut dapat diketahui bahwa variabel persepsi nasabah memiliki nilai sig. sebesar 0,492 > 0,05 dan penerapan mobile banking memiliki nilai sig. sebesar 0,737 > 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel tidak mengalami gejala heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 6. Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-1.181	.697		-1.696	.093
PERSEPSI_NASABAH	.390	.065	.324	5.995	.000
PENERAPAN_MOBILE_BANKING	.425	.034	.669	12.369	.000

a. Dependent Variable: PENINGKATAN_PELAYANAN

Sumber: Data diolah SPSS, 2024

Dari hasil regresi linear berganda yang dilakukan pada variabel persepsi nasabah dan penerapan mobile banking terhadap peningkatan Pelayanan dengan alat analisis SPSS, maka didapatkan koefisien regresi yang dapat dilihat sebagai berikut:

$$Y = -1,181 + 0,390X_1 + 0,425X_2 + e$$

Persamaan diatas dapat dijabarkan sebagai berikut:

- a. Konstanta a sebesar -1,181 memiliki arti apabila persepsi nasabah dan penerapan mobile banking sama dengan 0, maka peningkatan Pelayanan memiliki nilai sebesar -1,181.
- b. Koefisien regresi variabel persepsi nasabah bernilai 0,390 dan menunjukkan nilai positif, maka apabila variabel persepsi nasabah mengalami kenaikan sebesar 1 satuan maka nilai peningkatan Pelayanan akan meningkat sebesar 0,390 dengan asumsi variabel penerapan mobile banking bersifat tetap.
- c. Koefisien regresi variabel penerapan mobile banking bernilai 0,425 dan menunjukkan nilai positif, maka apabila variabel penerapan mobile banking

mengalami kenaikan sebesar 1 satuan maka nilai peningkatan Pelayanan akan meningkat sebesar 0,425 dengan asumsi variabel persepsi nasabah bersifat tetap.

Uji R-Square

Koefisien Determinasi (R²) bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model yang dibentuk dalam rangka menerapkan atau menjelaskan variansi variabel dependen.

Tabel 7. Hasil Uji R Square Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.919 ^a	.844	.841	1.263

a. Predictors: (Constant), PENERAPAN_MOBILE_BANKING, PERSEPSI_NASABAH

Sumber: Data diolah SPSS, 2024

Nilai koefisien determinasi dengan R Square sebesar 0,841, sehingga dapat disimpulkan bahwa sebesar 84,1% dari peningkatan pelayanan dapat dijelaskan oleh variabel persepsi nasabah dan penerapan mobile banking, sedangkan sisanya sebesar 15,9% dijelaskan oleh variabel lain.

Uji Hipotesis Parsial

Uji statistik t pada dasarnya bertujuan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan atau menjelaskan variasi variabel dependen.

Tabel 8. Hasil Uji Parsial Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-1.181	.697		-1.696	.093
PERSEPSI_NASABAH	.390	.065	.324	5.995	.000
PENERAPAN_MOBILE_BANKING	.425	.034	.669	12.369	.000

a. Dependent Variable: PENINGKATAN PELAYANAN

Sumber: Data diolah SPSS, 2024

Berdasarkan analisis data dan perhitungan pada pengaruh variabel independen dan dependen dihasilkan penjabaran sebagai berikut. Hasil analisis regresi diketahui nilai t hitung variabel persepsi nasabah sebesar 5,995 > t tabel 1,660 dan sig. (0,000) < α (0,05) serta B bernilai 0,390. Hasil dari pengujian statistik ini memperlihatkan bahwa variabel persepsi nasabah berpengaruh terhadap peningkatan pelayanan sehingga hipotesis alternatif diterima. Hasil analisis regresi diketahui nilai t hitung variabel penerapan mobile banking sebesar 12,369 > t tabel 1,660 dan sig. (0,000) < α (0,05) serta B bernilai 0,425. Hasil dari pengujian statistik

ini memperlihatkan bahwa variabel penerapan mobile banking berpengaruh terhadap peningkatan pelayanan sehingga hipotesis alternatif diterima.

Uji Hipotesis Simultan

Uji F digunakan untuk menguji akurasi model atau goodness of fit yang ditujukan untuk menyimpulkan apakah model persamaan regresi termasuk kategori cocok atau tidak. Untuk mencocokkannya dapat melakukan perbandingan antara nilai F hitung dan nilai F tabel.

Tabel 9. Hasil Uji Simultan ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	836.126	2	418.063	262.110	.000 ^b
Residual	154.714	97	1.595		
Total	990.840	99			

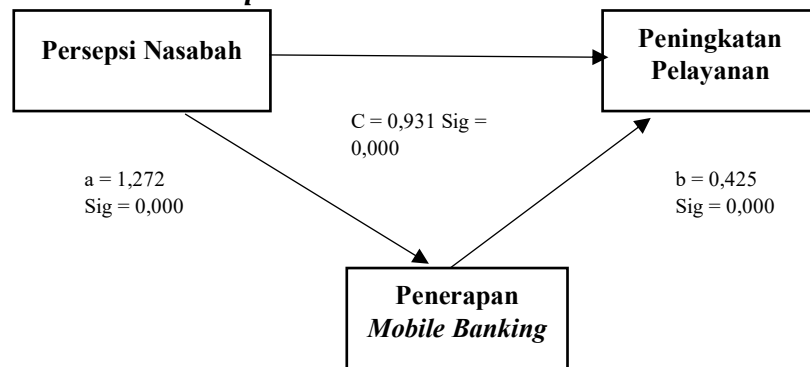
a. Dependent Variable: PENINGKATAN_PELAYANAN

b. Predictors: (Constant), PENERAPAN_MOBILE_BANKING, PERSEPSI_NASABAH

Sumber: Data diolah SPSS, 2024

Berdasarkan Uji F pada persamaan regresi, diperoleh nilai F hitung sebesar 262,110. Hal ini menunjukkan bahwa F hitung 262,110 > nilai F tabel, yakni 3,94 atau sig. (0,000) ≤ α (0,05). Hasil uji F tersebut menunjukkan bahwa variabel persepsi nasabah dan penerapan mobile banking secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap peningkatan pelayanan, atau dapat dikatakan bahwa model regresi memiliki ketepatan atau kecocokan dengan data penelitian (goodness of fit).

Uji Mediasi Metode Kausal Step



Gambar 2. Pengujian Mediasi

Sumber: Diolah peneliti, 2024

Sesuai dengan hasil ketiga persamaan dan menurut kriteria yang ada, dapat disimpulkan bahwa variabel X2 dinyatakan sebagai variabel mediasi karena setelah memasukkan variabel X2, pengaruh variabel X1 terhadap Y yang tadinya signifikan (sebelum memasukkan variabel X2) menjadi tetap signifikan setelah memasukkan variabel X2 ke dalam model persamaan regresi.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan pengujian dan analisis data yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa persepsi nasabah berpengaruh terhadap peningkatan pelayanan Bank Rakyat Indonesia Unit Simpong Kota Luwuk, Sulawesi Tengah. Dengan demikian, semakin baik persepsi yang diberikan nasabah, maka akan semakin mendukung adanya peningkatan pelayanan Bank Rakyat Indonesia Unit Simpong Kota Luwuk, Sulawesi Tengah. Persepsi nasabah juga berdampak terhadap penerapan mobile banking Bank Rakyat Indonesia Unit Simpong Kota Luwuk, Sulawesi Tengah. Apabila persepsi yang diberikan nasabah positif, maka tingkat penggunaan aplikasi pelayanan melalui mobile banking dari Bank Rakyat Indonesia Unit Simpong Kota Luwuk, Sulawesi Tengah akan semakin tinggi. Peningkatan pelayanan Bank Rakyat Indonesia Unit Simpong Kota Luwuk, Sulawesi Tengah turut didukung oleh adanya peran dari tinggi rendahnya penerapan mobile banking. Semakin banyak nasabah menggunakan mobile banking untuk bertransaksi keuangan, maka akan semakin mencerminkan peningkatan kualitas pelayanan Bank Rakyat Indonesia Unit Simpong Kota Luwuk, Sulawesi Tengah. Penerapan mobile banking mampu memediasi pengaruh persepsi nasabah terhadap peningkatan pelayanan Bank Rakyat Indonesia Unit Simpong Kota Luwuk, Sulawesi Tengah. Tingginya persepsi positif yang diberikan nasabah, maka akan semakin mendukung nasabah menggunakan fasilitas mobile banking dan menjadikan bukti adanya peningkatan pelayanan Bank Rakyat Indonesia Unit Simpong Kota Luwuk, Sulawesi Tengah.

Adanya peran dari positifnya persepsi dan tingkat penggunaan *mobile banking* oleh nasabah, maka perusahaan perlu dilakukan edukasi tambahan kepada nasabah mereka khususnya kepada nasabah lama untuk memperbarui informasi perbankan mereka melalui mobile banking. Perusahaan juga diharapkan dapat melakukan evaluasi rutin dan lebih mendalam terkait persepsi nasabah atas pelayanan yang telah diberikan pihak atau karyawan bank kepada mereka untuk menjadikan kualitas layanan perusahaan menjadi lebih baik. Nasabah juga perlu mempelajari informasi terbaru terkait penggunaan teknologi perbankan seperti pemakaian aplikasi mobile banking untuk mempermudah mereka dalam bertransaksi keuangan dengan keamanan yang lebih baik. Sedangkan melalui hasil pengujian data dari penelitian ini, maka diharapkan pada penelitian selanjutnya dapat dilakukan modifikasi variabel agar dapat memperoleh hasil yang lebih mendalam dengan topik yang sama atau dengan menggunakan sektor yang berbeda maupun masih dapat dilakukan perluasan objek penelitian agar hasil dapat menggeneralisasi kondisi.

DAFTAR PUSTAKA

- Fadlan, A. (n.d.). *PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN DAN PERSEPSI KEGUNAAN TERHADAP PENGGUNAAN MOBILE BANKING (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Mobile Banking Universitas Brawijaya)*. 62(1).
- Iffah, L. (2018). Persepsi Nasabah Terhadap Tingkat Kualitas Pelayanan Bank Syariah

Cabang Malang. *FALAH: Jurnal Ekonomi Syariah*, 3(1), 79.
<https://doi.org/10.22219/jes.v3i1.5836>

Iriani, A. F. (2018). *MINAT NASABAH DALAM PENGGUNAAN MOBILE BANKING PADA NASABAH BANK SYARIAH*. 2(2), 99–111.

Kurniawati, H. A., Winarno, W. A., Arif, A., Ekonomi, F., & Unej, U. J. (2017). *Analisis Minat Penggunaan Mobile Banking Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) Yang Telah Dimodifikasi (Analysis Behavioral Intention to Uses of Mobile Banking Technology Acceptance Model (TAM) Approach Modified)*. IV(1), 24–29.

Rapii, M. R., & Reza Harpiana. (2022). Analisis Faktor-Faktor Penyebab Terjadinya Kredit Macet Pada Permodalan Nasional Madani (Pnm) Mekar. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Bisnis Dan Kewirausahaan*, 2(2), 62–69.
<https://doi.org/10.55606/jurimbik.v2i2.141>

Rofifah, D. (2020). Reliabilitas artinya kestabilan pengukuran. *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 12–26.

Sayekti, F., & Putarta, P. (2016). *PENERAPAN TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM) DALAM PENGUJIAN MODEL PENERIMAAN SISTEM INFORMASI KEUANGAN DAERAH*. 3, 196–209.

Setiawan, H. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan, Persepsi Nilai Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pengguna Layanan Mobile Banking. *Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, 20(3), 518–528.
<https://doi.org/10.26905/jkdp.v20i3.269>

Syahputri, A. Z., Fallenia, F. Della, & Syafitri, R. (2023). Kerangka berfikir penelitian kuantitatif. *Tarbiyah: Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Pengajaran*, 2(1), 160–166.

Wardhana, A. (2015). Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking (M-Banking) Terhadap Kepuasan Nasabah di Indonesia. In *DeReMa (Development Research of Management) Jurnal Manajemen* (Vol. 10, Issue 2, pp. 273–284).
<https://doi.org/10.19166/derema.v10i2.164>