ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN NASABAH MENGGUNAKAN *MOBILE BANKING* (STUDI KASUS PADA PENGGUNA *MOBILE BANKING* LIVIN DI BANK MANDIRI KCP PALU IMAM BONJOL)

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar sarjana Ekonomi (S.E) Pada Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Datokarama Palu

Oleh :

ABDUL HAYYI
20.5.15.0047

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) DATOKARAMA PALU
2025

PERNYATAAN KEASLIAN

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Dengan penuh kesadaran, penyusun yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bahwa Skripsi yang berjudul **"Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Menggunakan *Mobile banking* (Studi Kasus Pada Pengguna *Mobile banking* Livin Di Bank Mandiri Kcp Palu Imam Bonjol)"** benar adalah hasil karya penyusun sendiri. Jika dikemudian hari terbukti bahwa skripsi ini merupakan duplikat, tiruan atau plagiat, maka Skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Palu, 23 Januari 2025

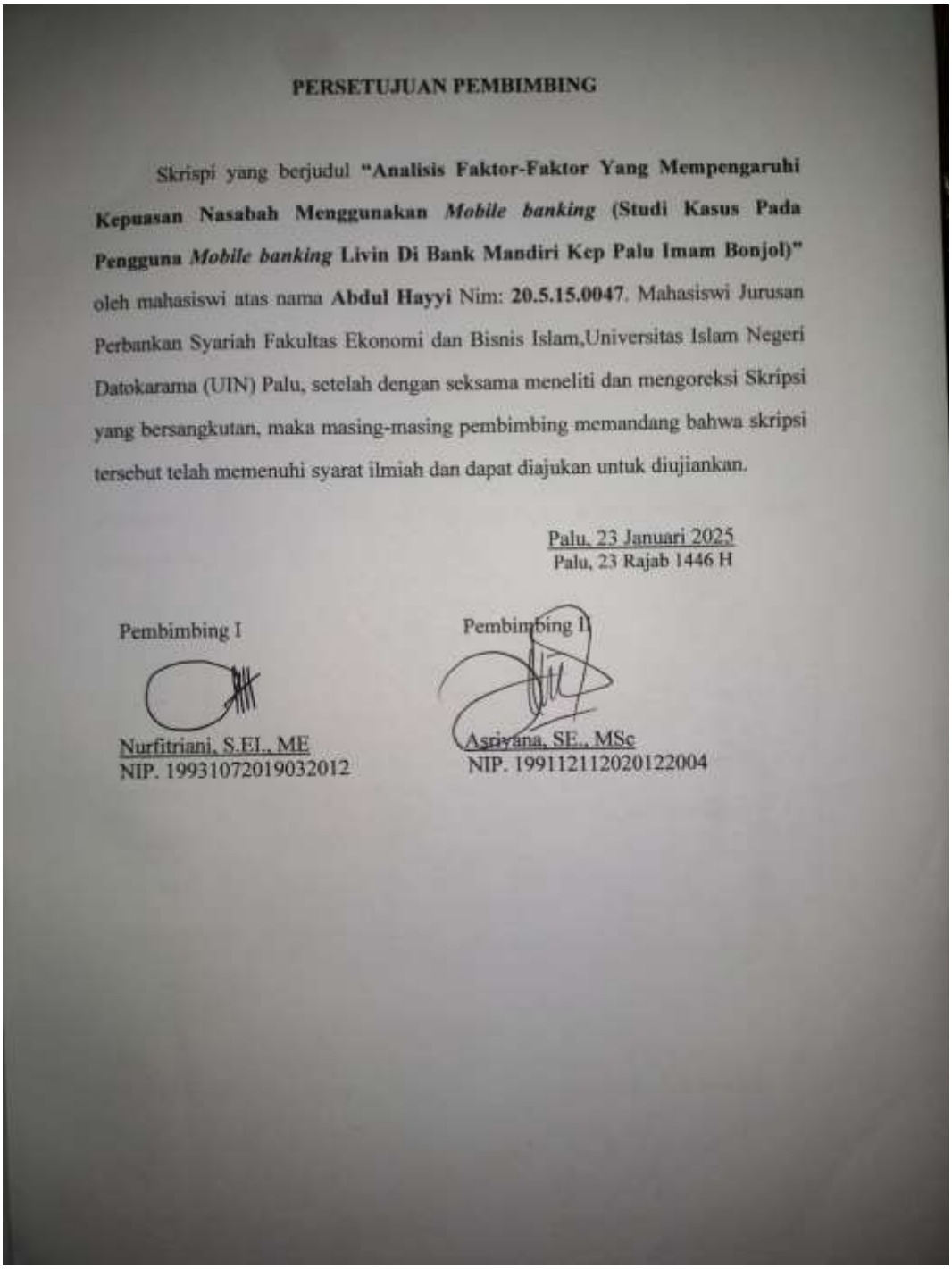
Penulis,

METERAI TEMPEL

ABDUL HAYYI

NIM:20.5.15.0047

PERSETUJUAN PEMBIMBING



PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skrispi yang berjudul **"Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Menggunakan *Mobile banking* (Studi Kasus Pada Pengguna *Mobile banking* Livin Di Bank Mandiri Kcp Palu Imam Bonjol)"** oleh mahasiswi atas nama **Abdul Hayyi** Nim: **20.5.15.0047**. Mahasiswi Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam,Universitas Islam Negeri Datokarama (UIN) Palu, setelah dengan seksama meneliti dan mengoreksi Skripsi yang bersangkutan, maka masing-masing pembimbing memandang bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat ilmiah dan dapat diajukan untuk diujiankan.

Palu, 23 Januari 2025
Palu, 23 Rajab 1446 H

Pembimbing I

Nurfitriani, S.EI., ME
NIP. 19931072019032012

Pembimbing II

Aspiyana, SE., MSc
NIP. 199112112020122004

PENGESAHAN SKRIPSI

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi Saudara Abdul Hayyi Nim: 20.5.15.0047dengan judul **"Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Menggunakan *Mobile banking* (Studi Kasus Pada Pengguna *Mobile banking* Livin Di Bank Mandiri Kcp Palu Imam Bonjol)"** yang telah diujikan di hadapan Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Datokarama Palu pada tanggal 13 Februari 2025 M, yang bertepatan dengan tanggal 14 *Syaban* 1446 H, dipandang bahwa skripsi tersebut telah memenuhi kriteria penulisan karya ilmiah yang dapat diterima sebagai persyaratan guna memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Program Studi Perbankan Syariah dengan beberapa perbaikan.

DEWAN PENGUJI

Jabatan	Nama	Tanda Tangan
Ketua Sidang	Abdul Jalil, S.E., M.M.	
Munaqisy I	Dewi Salmita, S.Ak.,M.Ak.	
Munaqisy II	Fatma, S.E., M.M.	
Pembimbing I	Nurfitriani, S.EI., M.E.	
Pembimbing II	Asriyana, S,E., M.Sc.	

Mengetahui :

Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dr. Sagir Muhammad Amin, M.Pd.I
NIP. 19650612 199203 1 004

Ketua
Prodi Perbankan Syariah

Abdul Jalil, S.E., M.M.
NIP. 19871110 201903 1 006

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيْم
اَلْحَمْدُ للهِ رَبِّ العَالَمِيْنَ وَالصَّلاَةُ وَالسَّلاَمُ عَلَىَ اَشْرَفِ اْللأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِيْنَ سَيِّدِناَ وَمَوْلٰنَا مُحَمَّدٍ وَعَلَى اٰلِهِ وَصَحْبِهِ اَجْمَعِيْنَ، اَمَّا بَعْدُ.

Puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadirat Allah Swt, karena berkat rahmat dan hidayah-Nya, sehingga skripsi ini berhasil diselesaikan sesuai dengan target waktu yang telah di rencanakan. Shalawat serta salam penulis sampaikan kepada Nabi besar Muhammad saw, beserta segenap keluarga dan para sahabatnya yang telah mewariskan berbagai macam hukum sebagai pedoman umat-nya.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penyusunan skripsi ini banyak mendapatkan bantuan moral maupun moril dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengungkapkan banyak terima kasih kepada:

1. Kedua orang tua penulis ayahanda Takdir yang telah membekali penulis pengetahuan akan pentingnya pendidikan dan ibunda Awalina yang telah mengandung, melahirkan, dan merawat penulis dengan penuh cinta dan kasih sayang, saudara penulis Anum yang selalu memberi semangat penulis hingga penulis dapat menyelesaikan studi di perguruan tinggi, serta keluarga yang telah memberi dukungan dalam berbagai hal.
2. Prof. Dr. H. Lukman S. Thahir, M.Ag Selaku Rektor Universitas Islam Negeri Datokarama Palu, beserta segenap unsur pimpinan UIN Datokarama Palu, Dr. Hamka, S.Ag., M.Ag Selaku wakil Rektor 1 dalam Bidang Akademik dan Pengembangan lembaga, Prof Dr. Hamlan, M.Ag Selaku wakil Rektor 2 di Bidang Administrasi Umum Perencanaan dan keuangan, dan Dr. H. Faisal

Attamimi, S.Ag.,M.Fil.I Selaku wakil Rektor 3 dalam Bidang Kemahasiswaan dan kerja sama beserta jajarannya, yang telah mendorong dan member kebijakan kepada penulis dalam segala hal.

3. Dr. Sagir Muhammad Amin, M.Pd.I, Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Dr. Syakir Sofyan, S.E.I.,M.E. Selaku Wakil Dekan Akademik Dan Kelembagaan, Dr. Sitti Aisyah, S.E.I.,M.E.I. Selaku Wakil Dekan Kemahasiswaan Dan Kerjasama, Dr. Malkan,M.Ag. Selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan, Dan Keuangan.
4. Abdul Jalil, S.E.,M.M, Selaku ketua Prodi Perbankan Syariah sekaligus sebagai dosen penasehat akademik, dan Ahmad Haekal, S.Hum., M.Si Selaku Sekretaris Program Studi Perbankan Syariah yang telah banyak mengarahkan penulis dalam proses perkuliahan.
5. Nurfitriani, S.EI., ME Selaku pembimbing 1 dan Asriyana, SE.,MSc Selaku pembimbing 2, yang dengan ikhlas telah membimbing penulis dalam membimbing penulis dalam menyusun skripsi ini sampai selesai.
6. Segenap Dosen dan Karyawan Fakultas-Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Datokarama Palu, yang juga telah banyak membantu Penulis dalam penyelesaian studi, baik menyangkut pemberian materi mata kuliah maupun pelayanan administrasi.
7. Kepala perpustakaan Rifai, SE. M.M. UIN Datokarama Palu dan semua stafnya yang telah melayani dan memberikan berbagai kemudahan dalam proses pencarian buku.
8. Terima kasih banyak kepada seluruh responden yang telah bersedia membantu dan meluangkan waktu dalam pengisian kuesioner.

9. Ponakan dan kakak terbaik penulis, anum Paramita, Aldi Rifaldi , faizal Magfira dan Nazhirotul Fajria yang telah banyak memberikan masukan, nasehat, motivasi untuk terus berjuang hingga sampai pada akhir penyelesaian.
10. Sahabat-sahabat terbaik penulis Hardiansyah, Hairul agim, Sahrul aksa, dan muhammad ari bofandi, yang selalu memberikan motivasi, dukungan, kebahagiaan, canda tawa, bantuan, dan segala bentuk keceriaan yang telah dilalui bersama tidak akan pernah penulis lupakan sampai kapanpun.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan, untuk itu kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan. Atas do'a, dukungan, dorongan, dan keikhlasan yang diberikan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini akan mendapatkan balasan yang setimpal dari Allah Swt. *Aamiin ya rabbal allamin.*

Palu, 23 Januari 2025
Palu, 23 Rajab 1446 H
Penyusun

ABDUL HAYYI
Nim :20.5.15.0047

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL ..... **i**

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI ..... **ii**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING ..... **iii**

PENGESAHAN SKRIPSI ..... **iv**

KATA PENGANTAR ..... **v**

DAFTAR ISI ..... **viii**

DAFTAR TABEL ..... **xiii**

DAFTAR GAMBAR ..... **xi**

DAFTAR LAMPIRAN ..... **xv**

ABSTRAK ..... **xvi**

BAB I PENDAHULUAN **1**

A. Latar Belakang 1
B. Rumusan Masalah 4
C. Tujuan Dan Kegunaan Penelitian 5
D. Garis-Garis Besar Isi 7

BAB II KAJIAN PUSTAKA **8**

A. Penelitian Terdahulu 8
B. Kajian Teori 11
C. Kerangka Pemikiran 28
D. Hipotesis 2

BAB III METODE PENELITIAN **31**

A. Jenis Dan Pendekatan Penelitian 31
B. Lokasi Penelitian 31
C. Variabel Dan Defenisi Oprasional Variabel Penelitian 33
D. Populasi Dan Sampel 34
E. Teknik Pengumpulan Data 37
F. Uji Validitas Dan Reavilitas 38
G. Uji Asumsi Klasik 39
H. Teknik Analisis Data 38

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN **31**

A. Deskripsi Hasil Penelitian **39**
B. Pembahasan hasil Peneltian **55**

BAB V PENUTUP
A. Kesimpualan **60**
B. Implikasi Penelitian..... **62**

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

2.1 Tabel persamaan dan perbedaan dengan penelitian terdahulu, dengan indikator untuk setiap variabel yang relevan..... 10

3.1 Definisi operasional variabel yang sudah ditambahkan dengan indikator sesuai dengan penjelasan sebelumnya..... 30

4.1 Data Informan 46

4.2 Distribusi frekuensi H1 47

4.3 Distribusi frekuensi H2 49

4.4 Distribusi frekuensi H3 51

4.5 Distribusi frekuensi H4 53

4.6 Distribusi frekuensi Y 55

4.7 Hasil uji deskriptif 57

4.8 Hasil Uji validitas H1..... 59

4.9 Hasil Uji validitas H2..... 60

4.10 Hasil uji validitas H3 60

4.11 Hasil Uji validitas H4..... 61

4.12 Hasil uji validitas Y..... 62

4.13 Hasil Uji Reliabilitas 63

4.14 Hasil Uji normalitas 64

4.15 Hasil Uji heteroskedasitas..... 66

4.16 Hasil Uji multikolinearitas..... 67

4.17 Hasil Uji t (parsial)..... 68

4.18 Hasil Uji R^2 (determinan)..... 69

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran 27

Gambar 4.1 Grafik Normsl Q-Q Plot 49

Gambar 4.2 Grafik Scatterplot 51

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Keputusan (SK) Pembimbing

Lampiran 2. Surat Keterangan Izin Penelitian dari kampus

Lampiran 3. Surat Keterangan Telah Melaksanakan Penelitian

Lampiran 4. Instrumen Penelitian (kuesioner)

Lampiran 6. Hasil Kuesioner

Lampiran 7. Hasil SPSS

Lampiran 8. Dokumentasi Hasil Penelitian

ABSTRAK

Nama Penulis : Abdul Hayyi
NIM : 20.5.15.0047
Judul Skrpsi : Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Menggunakan *Mobile Banking* (Studi Kasus Pada Pengguna *Mobile Banking* Livin Di Bank Mandiri Kcp Palu Imam Bonjol)

Peneltian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempegaruhi Kepuasan Nasabah terhadap penggunaan aplikasi *Mobile Banking* Livin baik secara Parsial maupun simultan. Penelitian ini menggunakan metode pedekatan kuantitatif, teknik pengumpulan data melalui observasi dan kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis statistik.

Berdasarkan Hasil penelitian menunjukkan bahwa Variabel Kualitas layanan (H1), persepsi resiko (H3) dan Faktor layanan (H4) berpegaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y). Hal ini dapat dilihat dari hasil uji t (parsial) pada variabel (H1) diperoleh nilai sig 0,043 < 0,05 dan hasil uji t (H3) diperoleh nilai sig 0,006 < 0,05 dan hasil Uji t (H4) diperoleh nilai sig 0,049 < 0,05 sedangkan Pada Variabel Kemudahan Pengguna (H2) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y). Hal ini dapat dilihat dari hasil uji t (parsial) Pada variabel (H2) diperoleh nilai signifikan 0,603 > 0,05 hal ini menujukan bahwa variabel (H2) tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah (Y). Secara uji Simultan Variabel H1,H2,H3 dan H4 berpengaruh terhadap variabel (Y) hal ini dibuktikan dengan hasil uji F (simultan) dengan Nilai sig 0,001 < 0,05 nilai signifikansi lebih kecil dibanding 0,05. Secara Determinan pada penelitian ini diperoleh nilai sebesar 0,145 yang artinya pengaruh variabel dependen (Y) terhadap Variabel independent (H) sebesar 14,5%,yang berarti terdapat pengaruh variabel Y terhadap Variabel H1,H2,H3 dan H4.

Dari kesimpulan yang diperoleh disarankan: pertama bagi bank mandiri hendak selalu memberikan pelayanan yang baik serta validasi data guna menjaga keamanan informasi data pribadi nasabah. kedua bagi nasabah bank mandiri hendaknya selalu percaya dengan bank mandiri dengan menggunakan produk yang telah disedikakan oleh bank mandiri, salah satunya *aplikasi mobile banking livi*

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi pada era globalisasi ini berkembang sangat pesat, pelayanan perbankan dituntut lebih cepat, mudah, dan *flexible*. Pesatnya perkembangan internet merubah cara perusahaan terhubung dengan konsumennya, tidak terkecuali pada binis perbankan. Dengan berkembang pesatnya perkembangan teknologi informasi, pihak bank menyediakan layanan untuk mempermudah nasabah dalam melakukan proses transaksi dengan meluncurkan layanan *electronik banking* atau yang lebih dikenal dengan nama *e-banking*.[1]

Menurut Veithzal dan Rifki, dalam Ni Putu Arini Indiawati Electronic Banking adalah layanan yang memungkinkan nasabah bank untuk memperoleh informasi, melakukan komunikasi, dan melakukan transaksi, perbankan melalui media electronic seperti *Automatic Teller Machine (ATM*), *Phone Banking*, *Electronik Fund Transfer (EFT), Electronik Dat Capture (EDC)/ Point Of Sales (POS),* Internet Banking dan *Mobile Banking*[2]

Mobile banking adalah fasilitas layanan yang dirancang untuk memudahkan nasabah dalam mengakses informasi dan melakukan transaksi finansial secara cepat dan *real-time* melalui perangkat *smartphone*. Dengan

---

[1] Lut,fi Nuraini*,"Aplikasi Tec,nology Acceptance Model (Tam) Ter,adap Pengguna Layanan Internet Banking di Kota Tangerang",* Jurnal Ekonomi Bisnis, Tangerang, Volume 26, Nomor 2, Tahun 2020,2

[2] Ni Putu Rita Arini Indiawati, *"Kepuasan Pengguna E-Banking Ole, Ma,asiswa Universitas Pendidikan Ganesa Sebagai Nasaba, Pt. Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk Kantor Cabang Singaraja"*, Jurnal Pendidikan Ekonomi, Vol. 3, No. 1, Juni 2019, 3

mobile banking, nasabah tidak lagi terbatas oleh jam operasional atau lokasi fisik bank, karena layanan ini dapat diakses selama 24 jam dari mana saja asalkan terhubung dengan internet. *Mobile banking* memberikan banyak keuntungan, baik bagi nasabah maupun bagi pihak bank itu sendiri.

Bagi nasabah, salah satu keunggulan utama *mobile banking* adalah kemudahan dan efisiensi yang ditawarkan. Nasabah dapat menghemat waktu, tenaga, dan biaya transportasi, karena berbagai transaksi dapat dilakukan hanya dengan beberapa sentuhan pada layar ponsel. Misalnya, nasabah dapat melihat saldo rekening, memeriksa riwayat transaksi, mentransfer dana ke rekening lain, membayar tagihan, membeli pulsa, dan melakukan berbagai transaksi lainnya secara online. Dengan demikian, layanan ini sangat praktis, terutama bagi mereka yang memiliki jadwal yang padat atau tidak memiliki akses mudah ke cabang bank. Selain itu, *mobile banking* memungkinkan akses kapan saja dan di mana saja selama terhubung dengan internet, menjadikannya solusi yang sangat fleksibel dalam memenuhi kebutuhan perbankan modern.[3]

Di sisi lain, *mobile banking* juga memberikan manfaat yang signifikan bagi pihak bank. Dengan adanya layanan ini, bank dapat menghemat biaya infrastruktur, seperti pembangunan dan pemeliharaan ATM serta pengoperasian cabang fisik. Peningkatan kecepatan dan jangkauan layanan melalui *mobile banking* juga memungkinkan bank menjangkau lebih banyak nasabah di berbagai wilayah, termasuk di daerah-daerah yang mungkin jauh

[3] Anisa Septri Ananda, *kemudahan dan efisiensi M- Banking sebagai solusi praktis di era digital*, Jurnal intelek dan cendekiawan Nusantara, Vol 1, No. 5, Oktober-novenver 2024, 7725

dari cabang atau ATM. Selain itu, *mobile banking* berfungsi sebagai strategi *kompetitif*, karena dengan menyediakan layanan ini, bank dapat memberikan nilai tambah (*value-added*) kepada nasabah, meningkatkan kepuasan mereka, dan menarik lebih banyak pengguna baru yang menginginkan kemudahan dalam mengakses layanan perbankan.[4]

Namun, seperti halnya teknologi lainnya, *mobile banking* tidak terlepas dari risiko dan tantangan, terutama terkait dengan keamanan. Salah satu kelemahan utama adalah potensi risiko peretasan atau serangan siber. *Hacker* atau peretas yang memiliki keahlian tertentu dapat mencoba untuk mendapatkan akses ke informasi pribadi nasabah, seperti data kartu kredit, detail akun, atau riwayat transaksi. Selain itu, pesan atau notifikasi yang dikirimkan oleh bank kepada pengguna terkadang tidak dienkripsi dengan baik, sehingga ada kemungkinan informasi ini disalahgunakan jika jatuh ke tangan yang salah. Risiko lainnya adalah kehilangan atau pencurian ponsel nasabah. Jika ponsel yang digunakan untuk *mobile banking* jatuh ke tangan yang tidak berwenang, akun nasabah dapat terancam. Selain itu, ada keterbatasan bahwa layanan ini tidak bisa digunakan tanpa koneksi internet atau pulsa yang cukup. Juga, *mobile banking* tidak memungkinkan transaksi tunai, yang masih menjadi kebutuhan beberapa nasabah, khususnya yang lebih nyaman dengan penarikan fisik.

Untuk memanfaatkan layanan *mobile banking*, nasabah perlu menginstal aplikasi resmi yang disediakan oleh bank terkait dan memastikan

[4] Putri Mandasari, *Analisis Faktor Layanan M-Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Di Bank Syariah Indonesia KC Mamuju*, Institut Agama Islam Negeri pare-pare, 2024, 3.

bahwa perangkat yang digunakan memenuhi syarat minimum. Penggunaan *smartphone* dengan koneksi internet menjadi syarat utama untuk mengakses aplikasi ini, berbeda dengan SMS banking yang hanya memerlukan pulsa untuk setiap transaksi. Meski demikian, *mobile banking* telah menjadi pilihan utama bagi banyak nasabah karena memberikan akses yang lebih luas dan fleksibilitas yang lebih besar dibandingkan SMS banking.

Dengan menyediakan layanan *mobile banking*, bank berharap dapat membantu nasabah memenuhi kebutuhan perbankan mereka dengan lebih mudah, kapan pun dan di mana pun tanpa harus mendatangi cabang. Layanan ini memungkinkan nasabah untuk menghindari antrian panjang di bank, sehingga mereka dapat melakukan transaksi seperti pembayaran tagihan, transfer uang, atau cek saldo secara instan tanpa menghabiskan waktu menunggu di lokasi fisik bank. *Mobile banking* telah menjadi salah satu solusi utama dalam transformasi layanan perbankan, mendekatkan bank kepada nasabahnya dengan cara yang lebih efisien dan adaptif terhadap kebutuhan digital.

Faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen terbagi menjadi dua yaitu faktor internal dan eksternel. Faktor internal terdiri dari motivasi, persepsi, pembelajaran, kepribadian, dan sikap. sedangkan faktor eksternal terdiri dari budaya, demografi, status *social*, referensi kelompok, dan keluarga. Maka berdasarkan faktor yang dijelaskan maka dapat dipahami sesuai dengan faktor diatas maka dapat meningkatkan minat pada seseorang.[5]

[5] Gempa Gunawan, *Manfaat M-Banking Terhadap Sistem Informasi Diera Digital, Journal Pusat Studi Pendidikan Rakyat,* Vol 2, No. 4, November 2022. 72

Adapun faktor utama yang mempengaruhi kepuasan nasabah yaitu kualitas layanan, kualitas produk, harga produk, sikap terhadap produk, biaya dan kemudahan mendapatkan produk. Kualitas layanan (*service quality*) sendiri merupakan perbandingan layanan antara kenyataan dan harapan nasabah, jika kenyataan yang diterima lebih darsi yang diharapkan, maka layanan dapat dikatakan bermutu dan nasabah akan puas, sebaliknya jika kenyataan kurang dari yang diharapkan, maka layanan dikatakan tidak bermutu dan nasabah akan kecewa atau tidak puas.[6]

Faktor efektivitas, fitur layanan serta keamanan layanan sangat berpengaruh terhadap kepuasan nasabah, kualitas layanan yang baik dapat menciptakan kepuasan nasabah sehingga akan menjadikan mereka loyal kepada bank tersebut. Faktor efektivitas menjadi salah satu faktor penting dalam kepuasan nasabah karena kualitas layanan, waktu respon, kemudahan pengguna serta keterampilan pengguna menjadi hal penting dalam meningkatkan kepuasan nasabah, selain itu fitur layanan yang disediakan oleh pihak bank juga menjadi salah satu faktor penting dalam meningkatkan kepuasan nasabah serta loyalitas nasabah. Keamanan juga menjadi faktor penting dalam kepuasan nasabah karena keamanan layanan yang baik dapat melindungi informasi pribadi nasabah dari pencurian online, sabotase data online dan tindak jahat dunia maya. Dengan demikian nasabah merasa aman dan puas dengan layanan yang diberikan. Ketiga faktor tersebut menjadi faktor terpenting dalam hal ini agar tetap bertahan dalam dunia persaingan.

[6] ,astuti, Rizka dan Aditya Ward,ana. "Kualitas Layanan Mobile Banking Bank Syaria, Mandiri Terhadap Kepuasan Nasaba,." E-Proceeding of Management. Vol. 5. No. 2. 2018.

Perbankan yang telah berjaya, jauh lebih produktif dan proaktif dalam memperoleh, mempertahankan dan menumbuhkan nasabah untuk mencapai sebuah loyalitas tinggi.

Kepuasan nasabah sendiri merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk terhadap ekspektasi mereka. Setelah menggunakan produk, nasabah akan merasakan puas atau kecewa. Kepuasan akan mendorong nasabah untuk menggunakan ulang produk. Sebaliknya, jika kecewa nasabah tidak akan menggunakan produk yang sama lagi dikemudian hari. Secara umum, kepuasan nasabah dapat diartikan sebagai adanya kesamaan antara kinerja produk dan pelayanan yang diterima dengan kinerja produk dan pelayanan yang diharapkan nasabah.[7]

Berdasarkan uraian diatas serta hasil observasi awal yang dilakukan terhadap salah satu pegawai Bank Mandiri diketahui bahwa banyak nasabah Bank mandiri KCP Imam Bonjol yang menggunakan aplikasi *mobile banking* livin dengan salah satu alasanya karena agar mempermudah proses transaksi dan lain-lain. Selain itu berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang dilakukan terhadap salah satu nasabah bank mandiri yang menjadi pengguna aplikasi *mobile banking* livin alasan mereka hampir sama yaitu karena untuk mempermudah transaksi dimana dan kapanpun dan ada juga beberapa nasabah yang tidak menggunakan aplikasi *mobile banking* livin dengan alasan

[7] A,mad Aminudin, *Latar Belakang Nasabah Di Lingkungan Mahasiswa Febi Dalam Menggunakan E-Banking Di BSI KC 1 Palangka Raya,* Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negri Palang Karaya, 2021, 4

kurang paham terhadap pelayanan yang disajikan oleh aplikasi *mobile banking* livin dan memilih untuk tetap menggunakan ATM.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Menggunakan *Mobile banking* (Studi Kasus Pada Pengguna *Mobile banking* Livin Di Bank Mandiri Kcp Palu Imam Bonjol)"

B. Rumusan Masalah

Dari pemaparan latar belakang di atas, maka pertanyaan yang akan di bahas yaitu:

1. Apakah efektivitas berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan aplikasi *Mobile banking* Livin pada Bank Mandiri KCP Palu?
2. Apakah fitur layanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan aplikasi *Mobile banking* Livin pada Bank Mandiri KCP Palu?
3. Apakah keamanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan aplikasi *Mobile banking* Livin pada Bank Mandiri KCP Palu?
4. Apakah efektivitas, fitur layanan, dan keamanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan aplikasi *Mobile banking* Livin pada Bank Mandiri KCP Palu?

C. Tujuan Dan Kegunaan Penelitian

Adapun Tujuan dari penelitian ini adalah:

Untuk mengetahui apakah faktor efektiktivitas, fitur layanan, dan keamanan terdapat pengaruh yang siginifikan terhadap kepuasan nasabah menggunakan *mobile banking*.

Adapun Kegunaan penelitian :

a. Bagi peneliti, penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan baik teoritis maupun penerapan teori yang diperoleh selama berada dibangku kuliah dengan realita yang ada.
b. Bagi peneliti berikutnya, menjadi salah satu referensi untuk mengembangkan ilmu, serta motivasi bagi peneliti berikutnya.
c. bagi praktisi, untuk mahasiswa penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dan bahan pengetahuan mahasiswa mengenai analisis faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah terhadap penggunaan aplikasi *mobile banking* livin.

C. Garis-garis Besar Isi

Untuk mempermudah pembaca tentang pembahasan skripsi ini, maka penulis menganalisa garis besar menurut ketentuan yang ada didalam komposisi penulis menganalisa garis besar menurut ketentuan yang ada didalam komposisi skripsi ini. Oleh karena itu, garis besar pembahasan ini berupaya menjelaskan seluruh hal yang diungkapkan di dalam materi pembahasan tersebut antara lain, sebagai berikut :

Bab I Bab ini merupakan pengantar menuju penelitian yang menjelaskan tentang latar belakang masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

Bab II Pada bab ini akan dijelaskan tentang landasan teori yang merupakan uraian teori tentang faktor-faktor efektivitas, fitur layanan dan keamanan layanan serta kepuasan nasabah. Pada bab ini juga diuraikan tentang kajian terdahulu dan kerangka penelitian.

Bab III Pada bab ini akan dijelaskan tentang variabel penelitian dan definisi operasional, penentuan sampel, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data dan metode analisis data.

Bab VI berisikan tentang hasil dan pembahasan yang meliputi deskripsi hasil penelitian dan analisis data, dan pembahasan penelitian.

Bab V berisikan tentang kesimpulan dan implikasi penelitian.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Adapun penelitian terdahulu yang menjadi bahan rujukan dan referensi dalam penelitian ini yakni sebagai berikut:

1. Penelitian oleh Prasetya dan Wahyuni (2019) dengan judul "Analisis Kepuasan Nasabah Terhadap Penggunaan *Mobile banking* di Kota Yogyakarta" adapun hasil dari penelitian ini adalah Penelitian ini menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah terhadap penggunaan *mobile banking* di Kota Yogyakarta. Variabel yang diteliti meliputi kualitas layanan, kemudahan penggunaan, dan keamanan.[8]
2. Penelitian oleh Santoso dan Yuliani (2020) dengan judul "Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan, dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Kepuasan Pengguna *Mobile banking* di Jakarta" adapun hasil penelitian ini adalah Studi ini mengevaluasi pengaruh kualitas layanan, kepercayaan, dan kemudahan penggunaan terhadap kepuasan pengguna *mobile banking* di Jakarta. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan analisis regresi berganda[9].
3. Penelitian oleh Sari dan Nugroho (2021), dengan judul "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Menggunakan *Mobile banking*

[8] Prasetya, A., & Wahyuni, S. (2019). *Analisis Kepuasan Nasaba, Terhadap Penggunaan Mobile Banking* di Kota Yogyakarta. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia, 9

[9] Santoso, D., & Yuliani, R. (2020). *Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan, dan Kemuda,an Penggunaan Terhadap Kepuasan Pengguna Mobile Banking* di Jakarta. Jurnal Manajemen dan Bisnis Terapan., 11

di Surabaya" adapun hasil penelitian ini adalah Penelitian ini mengidentifikasi faktor-faktor seperti kualitas layanan, persepsi risiko, dan kecepatan transaksi yang mempengaruhi kepuasan nasabah *mobile banking* di Surabaya.[10]

Tabel 2.1 Berikut adalah tabel persamaan dan perbedaan dengan penelitian terdahulu, dengan indikator untuk setiap variabel yang relevan

No	Peneliti/Judul	Persamaan	Perbedaan	Indikator
1	Prasetya dan Wahyuni (2019) - "Analisis Kepuasan Nasabah Terhadap Penggunaan *Mobile Banking* di Kota Yogyakarta"	1. Menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah mobile banking. 2. Menggunakan variabel kualitas layanan dan kemudahan penggunaan.	1. Lokasi penelitian sebelumnya di Kota Yogyakarta, sedangkan penelitian saat ini di Kota Palu. 2.Tidak fokus pada satu aplikasi tertentu.	**Kualitas Layanan**: - Keandalan - Respon cepat - Kepuasan interaksi **Kemudahan Penggunaan**: - Navigasi antarmuka - Aksesibilitas fitur - Kemudahan melakukan transaksi
2	Santoso dan Yuliani (2020) - "Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan, dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Kepuasan Pengguna *Mobile Banking* di Jakarta"	- Menggunakan metode kuantitatif dan analisis regresi berganda. - Variabel kualitas layanan dan kemudahan penggunaan.	- Menambahkan variabel kepercayaan. - Tidak fokus pada pengguna aplikasi Livin Bank Mandiri. - Lokasi penelitian sebelumnya di Jakarta, sedangkan penelitian saat ini di Kota Palu.	**Kualitas Layanan**: - Keandalan - Respon cepat - Keamanan transaksi **Kemudahan Penggunaan**: - Desain antarmuka - Kecepatan akses - Fleksibilitas

[10] Sarih P., & Nugro,o, A. (2021*). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Menggunakan Mobile Banking* di Surabaya. Jurnal Teknologi Informasi dan Manajemen

				penggunaan **Kepercayaan**: - Keamanan data pribadi - Reputasi aplikasi - Rasa aman saat menggunakan aplikasi
3	Sari dan Nugroho (2021) - "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Menggunakan *Mobile Banking* di Surabaya"	- Menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah *mobile banking.* - Menggunakan variabel kualitas layanan dan persepsi risiko.	- Tidak fokus pada pengguna aplikasi Livin Bank Mandiri. - Lokasi penelitian sebelumnya di Surabaya, sedangkan penelitian saat ini di Kota Palu.	**Kualitas Layanan**: - Kecepatan layanan - Keamanan transaksi - Kemudahan memperoleh bantuan **Persepsi Risiko**: - Risiko keamanan data - Risiko teknis - Risiko privasi

B. Kajian Teori

1. Perilaku Konsumen

Perilaku kosumen merupakan interaksi dinamis antara afeksi dan kognisi, perilaku, dan lingkungannya dimana manusia melakukan kegiatan pertukaran dalam hidup mereka . Perilaku konsumen adalah tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi, dan menghabiskan produk atau jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan menyusuli tindakan ini.[11]

[11] Nugro,o J setiadi, *Perilaku Konsumen konsep dan implikasi untuk strategi dan penelitian pemasaran*, (Jakarta Timur: Prenada Media, 2020), 3

Menurut Loudon dan Della-Bitta dalam Tengku Azni Balqia yaitu perilaku konsumen dirumuskan sebagai proses pengambilan keputusan dan aktivitas fisik dalam mengevaluasi, memperoleh, menggunakan dan membuang barang dan jasa. Sedangkan menurut Mowen dan Minor dalam Tengku Azni Balqia yaitu perilaku konsumen adalah studi mengenai proses pembelian dan pertukaran yang terkait dengan memperoleh, mengkonsumsi, dan membuang barang, jasa, pengalaman, dan ide-ide.[12]

Istilah perilaku konsumen merujuk kepada perilaku yang diperlihatkan oleh konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan menghabiskan produk barang dan produk jasa yangmereka harapkan akan memuaskan kebutuhan mereka. Berdasarkan pendapat para ahli tersebut dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumen ialah segala proses yang dilakukan baik individu, kelompok atau organisasi dalam menggunakan atau membuang barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhaannya termasuk bagaimana proses pengambilan keputusan konsumen.

Konsumen dapat beragam dari sudut usia, jenis kelamin, status sosial, dan lain sebagainya yang akan memengaruhi bagaimana mereka melakukan proses memilih sampai dengan membuang produk yang dikonsumsi. Disamping itu, produk yang dapat dikonsumsi juga beragam. Hal lain yang juga patut dipahami bahwa kebutuhan dan keinginan mereka dalam mengonsumsi produk juga beragam. Hal ini yang membuat

[12] Tengku Ezni Balqia,, Hapsari Setyowardhani, *Perilaku Konsumen*, (Tangerang Selatan: Universitas Terbuka, 2019),1.3

perlunya mempelajari perilaku konsumen sehingga dapat meningkatkan peluang keberhasilan suatu produk di pasar melalui penyediaan produk-produk yang dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen.[13]

2. **Kepuasaan Nasabah**

a. Definisi Kepuasaan Nasabah

Kepuasan nasabah yang diberikan bank akan berimbas sangat luas bagi peningkatan keuntungan bank. Atau dengan kata lain, apabila nasabah puas terhadap pembelian jasa bank, maka nasabah tersebut akan[14]:

1) Loyal pada bank, artinya kemungkinan kecil nasabah akan pindah ke bank yang lain dan akan tetap setia menjadi nasabah yang bersangkutan.
2) Mengulang kembali pembelian produknya, artinya kepuasan terhadap pembelian jasa bank akan menyebabkan nasabah mebeli kembali terhadap jasa yang ditawarkan secara berulang-ulang.
3) Membeli lagi produk lain dalam bank yang sama, dalam hal ini nasabah akan memperluas pembelian jenis jasa yang ditawarkan sehingga pembelian nasabah menjadi makin beragam dalam suatu bank.
4) Nasabah juga akan memberikan promosi gratis mulut ke mulut. Hal inilah yang menjadi keinginanbank karena pembicaraan tentang

[13] Mulyadi Nitisusastro, *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Kewirausaaan*, (Bandung: Alfabeta, 2019), 32

[14] Kasmir. *Manajemen Perbankan*. (Jakarta: Rajawali Pers, 2018), 56

kualitas pelayanan bank ke nasabah lain akan menjadi bukti terhadap kualitas jasa yang ditawarkan

b. Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah itu sendiri, apabila faktor-faktor tersebut dapat dipenuhi dengan baik, maka loyalitas nasabah pun tercipta. Freddy Rangkuti juga mengatakan bahwa kepuasan nasabah dipengaruhi oleh berbagai faktor, yaitu[15]:

1) Kualitas Layanan (*service quality*), yaitu nasabah akan merasa puas apabilamereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan.
2) Kualitas produk (*product quality*), yaitu nasabah akan merasa puas apabila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.
3) Harga (*price*), yaitu produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada nasabah.
4) Faktor situasi (*situational factor*), yaitu keadaaan atau kondisi yang dialami oleh nasabah.
5) Faktor pribadi (*personal factor*), yaitu karakteristik nasabah yang mencakup kebutuhan pribadi.

Ninik Rustanti, menyebutkan faktor-faktor yang mempengaruhi

[15]Freddy Rangkuti. *Customer Service Satisfaction & Call Center Berdasarkan Iso 9001*. (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2017), 7

kepuasan konsumen, meliputi[16]:

1) Kualitas produk, nasabah akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.
2) Harga produk, merupakan nilai yang dapat dikenakan terhadap produk tersebut. Produk yang memiliki kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada nasabahnya.
3) Kualitas layanan, yakni seberapa baik pelayanan yang diterima oleh nasabah. Nasabah akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan.
4) Sikap terhadap produk, yakni berupa sikap yang muncul dari emosi atau rasa dari dalam diri nasabah. Nasabah akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadapnya bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan yang sdiperoleh bukan karena kualitas dari produk tetapi nilai sosial yang membuat nasabah menjadi puas terhadap merek tertentu.
5) Biaya dan kemudahan mendapatkan produk, yaitu apakah dalam memperoleh suatu produk dibutuhkan biaya yang cukup besar atau kecil, termasuk juga nasabah mudah mendapatkannya atau tidak. Nasabah akan merasa puas jika tidak perlu mengeluarkan biaya

[16] Priansa Donni Juni. *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. (Bandung: Alfabeta, 2017), 29

tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa.

c. Indikator Kepuasan Nasabah

indikator kepuasan nasabah adalah perasaan senang atau kecewa nasbah terhadap produk atau layanan yang diterima. Beberapa indikator kepuasan nasabah, antara lain:

a) Kepuasan terhadap pelayanan yang diberikan
b) Minat untuk berkunjung kembali
c) Kenyamanan yang dirasakan nasabah
d) Kinerja karyawa
e) Perasaan puas terhadap produk atau jasa yang digunakan
f) Kualitas produk
g) Harga
h) Faktor emosional.[17]

3. Faktor efektivitas

Efektivitas bisa dilakukan untuk mengukur sejauh mana kelompok organisasi efektif dalam mencapai suatu tujuan, sedangkan efektifitas kerja adalah tingkat sejauh mana seseorang dalam atau kelompok dalam melaksanakan tugas pokoknya untuk mencapai sasaran yang diinginkan.[18]

Efektivitas kerja merupakan salah satu tujuan dari setiap pelaksanaan pekerjaan yang dapat dicapai apabila pelaksanaan kerja sesuai dengan syarat-syarat yang diperlukan oleh pekerjaan tersebut.

[17] Riswandhi Ismail, *Pengaruh kualitas layanan, kualitas produk dan kepuasan nasabah sebagai prediktor dalam meningkatkan loyalitas nasabah*, Jurnal organisasi dan manajemen, Vol 10, No. 2, September 2024, 181.

[18] Dalpiana, *Pengaruh efektifitas kerja dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah*, Universitas islam negeri raden lampung : lampung, Indonesia 2023.

Faktor efektivitas terhadap kepuasan nasabah adalah faktor-faktor yang dapat meningkatkan kepuasan nasabah. Faktor-faktor yang dapat meningkatkan kepuasan nasabah tersebut meliputi :

a. Kualitas produk

Kualitas produk pada faktor efektivitas adalah kemampuan produk untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang tepat dan efisien.

Kualitas produk yang baik dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan menjadi salah satu sarana positoning untuk pemasar. Beberapa indikator kualitas produk yang dapat diukur adalah :

1) Kinerja (performance)
2) Daya tahan (durability)
3) Kemudahan pegguna
4) Kejelasan fungsi
5) Keragaman ukuran produk
6) Kehandalah
7) Ketelitian
8) Kemudahan diperbaiki.[19]

b. Kualitas layanan

Kualitas layanan berpusat pada upaya kebutuhan dan keinginan nasabah serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan nasabah. Menurut Lewis dan Booms yang dikutip oleh Tjiptono, kualitas layanan bisa diartikan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi nasabah[20]. Berdasarkan definisi ini, kualitas layanan ditentukan oleh kemampuan perusahaan memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah sesuai dengan ekspektasi

[19] Ibid, 17
[20] Tjiptono, Fandy. *Manajemen Jasa.* (Yogyakarta: Andi, 2017), 5

nasabah. Menurut Rianto, kualitas layanan (*service quality*) adalah perbandingan layanan antara kenyataan dan harapan nasabah, jika kenyataan yang diterima lebih dari yang diharapkan, maka layanan dapat dikatakan bermutu dan nasabah akan puas, sebaliknya jika kenyataan kurang dari yang diharapkan, maka layanan dikatakan tidak bermutu dan nasabah akan kecewa atau tidak puas. [21]

Service quality (kualitas layanan) merupakan kunci dan faktor yang sangat penting dalam strategi bisnis, karena terbukti dapat meningkatkan profitabibitas, sehingga dapat menjadi alat untuk keunggulan bersaing. Kualitas layanan yang baik dapat menciptakan pembelian berulang, *positive word of mouth, loyalitas* pelanggan, dan diferensiasi produk yang *kompetitif*.[22] Pelayanan dapat dibedakan menjadi tiga kelompok yaitu:

1) *Care service*, adalah pelayanan yang ditawarkan kepada pelanggan yang merupakan produk utamanya. Misalnya perbankan produk utamanya adalah sebagai sarana penyimpanan dana masyarakat
2) *Facilitating service,* adalah fasilitas pelayanan tambahan kepada pelanggan. Pelayanan tambahannya adalah adanya bagi hasil yang diberikan kepada nasabah penabung.
3) *Supporting service*, merupakan pelayanan tambahan (pendukung) untuk meningkatkan nilai pelayanan atau untuk membedakan dengan

[21] Ratminto, dkk. *Pelayanan Prima: Pedoman Penerapan Momen Kritis Pelayanan dari A sampai Z.* (Yogyakarta: UGM Press, 2018). 7

[22]FreddyRangkuti. Customer Service Satisfaction & Call Center Berdasarkan Iso 9001. (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2016). 8

pelayanan pelayanan dari pihak “pesaingnya”. Misalkan fasilitas *mobile banking* dan internet banking.

Menurut Tatik Suryani, indikator kualitas layanan adalah sebagai berikut[23]:

1) Efisiensi (*efficientcy*), yaitu kemudahan dan kecepatan mengakses dalam menggunakan aplikasi, efisiensi dianggap sangat penting karena kemudahan dan penghematan waktu umumnya dianggap sebagai alasan utama untuk bertransaksi.
2) Pemenuhuan janji (*fulfillment*), yaitu kemampuan layanan dalam memenuhi kebutuhan nasabah dan memberikan layanan sesuai dengan apa yang sudah dijanjikan secara akurat dan terpercaya.
3) Kesediaan sistem beroperasi (*system availability*), yaitu kemampuan bank membuat fungsi teknis yang benar pada situs bank agar sistem beroperasi dengan baik dan memberikan informasi layanan bebas dari kesalahan.
4) Privasi (*privacy*), berupa jaminan bahwa data perilaku berbelanja tidak akan diberikan kepadapihak lain manapun dan bahwa informasi kartu kredit pelanggan terjamin keamanannya.

c. Harga

Harga dalam faktor efektivitas adalah harga yang ditetapkan oleh perusahaan untuk menarik minat konsumen dan mencapai target bisnis. Efektivitas harga dan produk merupakan faktor penting dalam mencapai

[23] TatikSuryani. *Manajemen Strategik Bank di Era Global: Menciptakan Nilai Unggul untuk Kepuasan Nasabah,*. (Jakarta: Prenadamedia Group, 2017). 99

target laba perusahaan. Faktor-faktor yang mempengaruhi harga antara lain :

1) Biaya
2) Permintaan dan penawaran
3) Elastisitas permintaan
4) Persaingan
5) Keadaan perekonomian
6) Tujuan perusahaan
7) Pegawasan pemerintah.[24]

d. Faktor emosional

faktor emosional adalah perasaan dan pikiran yang dapat mempengaruhi hasil suatu kegiatan. Faktor emosional dapat mempengaruhi kepercayaan diri, ketahanan, dan pengendalian diri. Indikator faktor emosional meliputi :

1) Rasa senang
2) Rasa bangga
3) Rasa percaya diri
4) Rasa nyaman.[25]

e. Pemahaman pelanggan teknologi

Fungsi utama yang dicakup teknologi untuk layanan pelanggan adalah mengoptimalkan proses standar antara agen layanan pelanggan dan pelanggan mereka.

f. Persepsi kualitas jasa

Persepsi kualitas jasa adalah penilaian konsumen terhadap kualitas layanan yang diberikan oleh penyedia jasa. Persepsi ini mencakup penilaian terhadap keunggulan dan kelemahan layanan tersebut.

---

[24]. Feby Widya Putri, Pengaruh efektivitas, kemudahan dan keamanan layanan terhadap kepuasan nasabah bertransaksi menggunakan Mobile banking bank syariah Indonesia, Universitas islam negeri syarif hidayatullah jakarta, 2022, 30.

[25] Ibid, 35

g. Faktor pribadi

Faktor efektivitas adlaah karakteristik seseorang yang mempengaruhi kemampuannya untuk mencapai tujuan. Faktor pribadi ini meliputi perilaku, keterampilan, pengalaman, dan energi yang dimiliki seseorang.

h. Faktor situasi

faktor situasi adalah salah satu faktor yang mempengaruhi efektivitas suatu hal. Faktor situasi dapat berupa kondisi atau keadaan yang mempegaruhi efektivitas suatu kegiatan.

4. Fitur layanan

Fitur layanan adalah salah satu faktor penting dalam mengambil suatu keputusan, dikarenakan dalam fitur layanan yang lengkap dan memadai cenderung akan meningkatkan minat konsumen untuk menggunakanya begitupun sebaliknya, fitur layanan yang kurang lengkap dan kurang memadai cenderung akan menurunkan minat konsumen untuk menggunakanya. Menurut Suryani dalam Selly marsippa terdapat 4 indikator fitur yaitu:

a. Kelengkapan fitur

Kelengkapan fitu dalam fitur layanan adalah berbagai karakteristik atau kemampuan khusus yang dimiliki oleh suatu layanan. Fitur layanan menjadi sarana kompetitif untuk membedakan layanan perusahaan dengan layanan *peasing.*

b. kebutuhan fitur

Kebutuhan fitu dalam fitu layanan adalah kebutuhan yang dipenuhi oleh fitur-fitur yang disediakan oleh layanan tersebut. Fitur adalah kemampuan khusus yang dimiliki oleh suatu layanan utuk memenuhi kebutuhan pengguna.

c. ketertarikan fitur

Ketertarikan fitur dalam fitur layanan adalah salah satu faktor yang mendorong pengguna untuk memilih suatu produk atau layanan. Fitur layanan yang baik dapat memberikan kemudhan akses informasi, berbagai layanan transaksi, dan inovesi jasa.

d. kemudahan dalam penggunaan/kemudahan pelanggan

Kemudahan penggunaan berdasarkan bahasanya "*ease of use*" berati suatu ukuran keyakinan pengguna suatu teknologi tertentu bahwa dengan menggunakan suatu teknologi dapat memberikan keleluasaan untuk tidak mengeluarkan usaha lebih. Kata *ease* yang berati kemudahan menunjukan kebebasan dari kesulitan atau usaha lebih. Persepsi kemudahan penggunaan merupakan suatu teknologi menyatakan seseorang yang mempercayakan bahwa penggunaan suatu teknologi tersebut mudah untuk dipahami dan juga digunakan, yang dinyatakan dengan suatu ukuran.[26]

Persepsi tentang kemudahan penggunaan sebuah teknologi didefinisikan sebagai suatu ukuran dimana seseorang percaya,

[26] Adisaputro, G. 2019. Manajemen Pemasaran Analisis Untuk Perancangan Strategi Pemasaran. Cetakan Pertama. (Yogyakarta: STIM YKPN)

bahwa komputer dapat dengan mudah dipahami dan digunakan. berdasarkan dengan firman allah yang terdapat dalam Q.S Al-Insyirah ayat 5-6 yaitu sebagai berikut :

﴿فَإِنَّ مَعَ ٱلۡعُسۡرِ يُسۡرًا إِنَّ مَعَ ٱلۡعُسۡرِ يُسۡرٗا﴾

Artinya:

Maka,sesungguhnyabesertakesulitanadakemudahan. sesungguhnya beserta kesulitan ada kemudahan.

Dari ayat di atas Allah S.W.T mengatakan bahwa kesulitan yang diberikan kemudahan penggunaan dapat mengurangi usaha seseorang baik dalam segi waktu maupun tenaga dalam menggunakan suatu sistem. Dalam kehidupan pasti dibaliknya ada kemudahan. Dalam konteks kemudahan, ayat tersebut dapat dikaitkan dengan pengguna *mobile banking*.

Menurut Istiarni persepsi pengguna terhadap kemudahan dalam menggunakan teknologi dipengaruhi beberapa faktor, yaitu[27]:

1. Faktor pertama berfokus pada teknologi, contohnya pengalaman pengguna terhadap penggunaan teknologi yang sejenis.
2. Faktor kedua adalah reputasi akan teknologi tersebut yang diperoleh oleh pengguna. Reputasi yang baik yang didengar oleh pengguna akan mendorong keyakinan pengguna terhadap kemudahan

[27] Sekartajiayati. 2019. *Pengaruh Kualitas Produk tehadap Kepuasan Konsumen di restoran bebek dan ayam goring pak ndut solo*. Jurnal Ilmia, Manajemen Fakultas Ekonomi. Volume 2 No 1, 14

penggunaan teknologi tersebut.

3. Faktor ketiga yang mempengaruhi persepsi pengguna terhadap kemudahan menggunakan teknologi adalah tersedianya mekanisme pendukung yang handal.

4. Faktor Keamanan

Lingkungan yang aman dan bebas resiko itulah yang dimaksud dengan keamanan. Keamanan informasi adalah proses melindungi data dari segala potensi bahaya dalam upaya meminimalkan resiko terhadap bisnis, memaksimalkan peluang investasi dan bisnis, serta menjamin kelangsungan bisnis kerahasiaan transaksi konsumen dan data pribadi terjamin dalam hal ini.

Layanan *mobile bangking* bank mematuhi standar dan menerapkan keamanan yang sangat tinggi. Selain itu, langkah-langkah keamanan dalam pelayanan *mobile banking* terus ditinjau dan ditingkatkan untuk mengikuti kemajuan teknologi saat ini. Nasabah akan merasa aman dan nyaman dalam melakukan transaksi berkat jaminan keamanan yang ditawarkan layanan *mobile banking.* Karena solusi *mobile banking* memenuhi harap mereka, nasabah akan puas.[28]

1) Persepsi Resiko

Menurut Dwi Septi Haryani persepsi risiko merupakan suatu persepsi yang diberikan oleh konsumen terhadap ketidakpastian yang akan diterima dan konsekuensi yang akan dialami oleh konsumen setelah melakukan suatu kegiatan transaksional. Ketidakpastian ini menjadi bahan pertimbangan

[28] Resi Meysa Putri, *Pengaruh faktor kemudahan, kemanan, kualitas layanan dan fitur terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan mobile banking bank sayriah indonesia KCP Magetan,* institut agama islam negeri ponorogi, 2024.

konsumen terhadap kemungkinan-kemungkinan yang dihadapi. Julianto menjelaskan bahwa persepsi risiko adalah risiko yang dipersepsikan oleh konsumen terhadap suatu produk atau jasa yang berhubungan dengan segala ketidakpastian dan segala akibantya terhadap konsumen.[29]

Persepsi risiko menurut Basyar, S. K menyatakan bahwa suatu penilaian yang diberikan individu terhadap anggapan kemungkinan terjadinya hasil yang bersifat positif maupun yang bersifat negatif yang terjadi dalam suatu proses transaksi maupun pada suatu kondisi yang dialami, namun persepsi risiko selalu identik dengan kerugian-kerugian yang akan dihadapi oleh konsumen. persepsi konsumen yang besar terhadap risiko yang terjadi juga berpengaruh terhadap minat menggunakan internet banking itu sendiri maupun terhadap sistem internet banking. Sebelum melakukan transaksi dengan menggunakan fasilitas layanan internet banking yang diketahui sebagai transaksi berbasis online, tentunya memilki risiko yang tidak secara langsung dirasakan, terlebih dahulu nasabah telah mempertimbangkam terhadap kemungkinan kemungkinan yang bisa saja didapatkannya.[30]

6. *Mobile banking*

a. Layanan *Mobile Banking*

Layanan *mobile banking* bank syariah adalah pengembangan dari dua bentuk inovasi bank syariah sebelumnya yaitu sms banking dan internet banking. Terdapat banyak persamaan secara fungsional antara internet

[29] Dwi Septi,aryani. 2019. *Pengaruh Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Online Di Tanjungpinang*. Vol. 8, 9

[30] Basyar, S. K. 2019. *Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Manfaat Ter,adap Niat Beli Ulang Secara Online Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening*. BISMA (Bisnis Dan Manajemen) 8(2).

banking dan *mobile banking*. Kedua bentuk teknologi informasi perbankan ini sama-sama berbasis internet.[31]

Layanan *mobile banking* digunakan dengan perangkat smart phone perangkat seperti blackberry, apple, dan HP dengan sistem operasi berbasis android serta *windows*. Nasabah bank syariah dapat menggunakan layanan *mobile banking* setelah mengunduh aplikasi *mobile banking* melalui aplikasi pendukung smart phone seperti *blackberry world* dan *google play store*. Nasabah bank syariah yang menggunakan aplikasi *mobile banking* tidak dikenakan biaya pulsa HP tetapi menggunakan kuota data internet.Setelah transaksi keuangan nasabah bank syariah hendak digunakan, barulah bank syariah mengenakan *fee* atas penggunaan layanan *mobile banking* seperti biaya transfer ke rekening bank lain, *fee* pembayaran rekening air, telepon, dan *fee* pembelian pulsa HP.

Jenis-jenis layanan perbankan syariah yang terdapat pada *mobile banking* relatif sama dengan internet banking, yaitu:

1) Transfer dana antar rekening atau ke bank lain.
2) Informasi saldo dan mutasi rekening.
3) Pembayaran tagihan kartu kredit, angsuran, asuransi, rekening listrik, air, telepon, TV kabel, zakat, dan lain-lain.
4) Pembelian tiket transportasi, token listrik, pulsa HP, kuota data, dan lain-lain.

[31] M Arif. Nur Rianto Al. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. (Bandung: Alfabeta, 2016)

5) Layanan lainnya seperti informasi notifikasi rekening dan *kurs valuta* asing.

Hal-hal yang perlu diperhatikan untuk keamanan transaksi *mobile banking* adalah sebagai berikut:

1) Wajib mengamankan PIN *mobile banking*.
2) Bebas membuat PIN sendiri. Jika merasa diketahui oleh orang lain segera lakukan penggantian PIN.
3) Bila SIM Card GSM anda hilang/dicuri/dipindah tangankan kepada pihak lain, segera beri tahu bank terdekat atau segera telepon ke *Call Centre* bank tersebut

b. *Mobile banking* Mandiri Livin

Mandiri Livin adalah aplikasi *mobile banking* dari Bank Mandiri yang dirancang untuk memberikan kemudahan dan kenyamanan dalam mengelola keuangan melalui perangkat seluler. Aplikasi ini menawarkan berbagai fitur yang memungkinkan nasabah untuk melakukan berbagai transaksi perbankan kapan saja dan di mana saja. Berikut adalah fitur utama dan manfaat dari Mandiri Livin:

Fitur Utama Mandiri Livin Transfer Dana Transfer Antar Rekening Mandiri: Memungkinkan transfer uang ke sesama rekening Bank Mandiri dengan cepat. Transfer ke Bank Lain: Transfer dana ke rekening bank lain melalui jaringan ATM Bersama, Prima, atau menggunakan RTGS/LLG. Pembayaran Tagihan Pembayaran Listrik dan Air: Membayar tagihan listrik PLN dan air PDAM. Pembayaran Telepon dan Internet: Membayar tagihan

telepon, internet, dan TV kabel. Pembayaran Kartu Kredit: Membayar tagihan kartu kredit Bank Mandiri dan bank lain. Pembelian Pulsa dan Paket Data: Membeli pulsa dan paket data untuk semua operator seluler. Tiket Transportasi: Membeli tiket kereta api dan pesawat. Asuransi dan Reksadana: Membeli produk asuransi dan reksadana. Cek Saldo dan Mutasi Rekening Saldo Rekening: Melihat saldo rekening secara *real-time.* Mutasi Rekening: Melihat riwayat transaksi atau mutasi rekening. Manajemen Keuangan Budgeting: Fitur untuk mengatur anggaran keuangan bulanan.

Laporan Keuangan: Melihat laporan pengeluaran dan pemasukan. Layanan Lainnya Pembukaan Rekening Baru: Membuka rekening baru secara online. Pengajuan Kredit atau Pinjaman: Mengajukan kredit atau pinjaman melalui aplikasi. Customer Service: Mengakses layanan customer service dan chat support. Manfaat Menggunakan Mandiri Livin' Kemudahan Akses Kapan Saja dan Di Mana Saja.

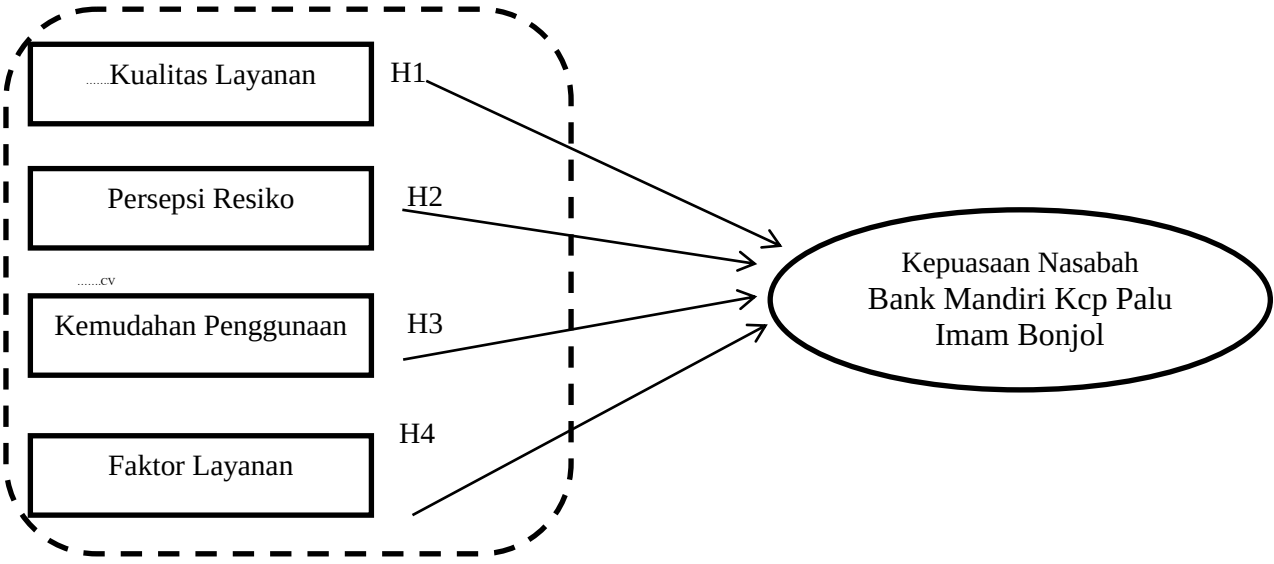
Aplikasi *mobile banking* yang bisa diakses 24/7 dari perangkat seluler. *User-Friendly Interface*: Antarmuka yang mudah digunakan dan intuitif. Efisiensi Waktu Transaksi Cepat: Melakukan transaksi perbankan dengan cepat tanpa perlu pergi ke cabang atau ATM. Notifikasi *Real-Time*: Mendapatkan notifikasi transaksi secara real-time melalui aplikasi. Keamanan Keamanan Berlapis: Fitur keamanan seperti PIN, OTP *(One-Time Password*), dan autentikasi biometrik (sidik jari atau wajah). Notifikasi Keamanan: Notifikasi langsung untuk setiap transaksi yang dilakukan. Fleksibilitas Beragam Layanan dalam Satu Aplikasi: Menggabungkan berbagai layanan

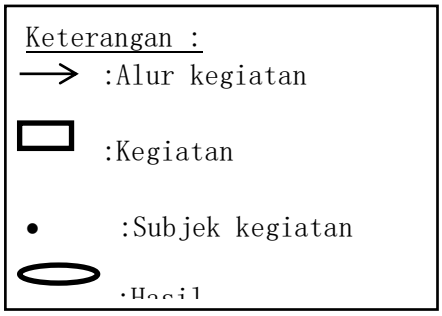
perbankan dalam satu aplikasi. Integrasi dengan *Merchant:* Mendukung berbagai transaksi dengan merchant dan penyedia layanan lainnya. Promosi dan Penawaran Khusus Promosi Eksklusif: Akses ke promosi eksklusif, diskon, dan penawaran khusus dari Bank Mandiri dan mitra kerjasamanya.

C. Kerangka Pemikiran

Kerangka teoretis merupakan model konseptual dari sebuah teori atau kumpulan teori yang memberikan penjelasan logis mengenai hubungan atau beberapa faktor yang berhasil diidentifikasi sebagai faktor penting untuk menjelaskan masalah yang akan diteliti

Berdasarkan landasan teori yang telah dipaparkan sebelumnya mengenai pengaruh kualitas layanan dan Produk *Mobile banking* Livin terhadap kepuasan nasabah Bank Mandiri Kcp Palu Imam Bonjol? maka kerangka berpikir pada penelitian ini adalah sebagai berikut:





Gambar 2.1 Kerangka Berpikir

D. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara peneliti terhadap rumusan masalah pada penelitian. Berdasarkan rumusan masalah diatas maka hipotesis penelitian ini ialah:

1. Kualitas Layanan (H1)

   (H1) Hipotesis Alternatif: Kualitas layanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah menggunakan *mobile banking*.

   (H0) signifikan terhadap kepuasan nasabah menggunakan *mobile banking*.

   Hipotesis Nol: Kualitas layanan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah menggunakan *mobile banking.*

2. Kemudahan Pengguna (H2)

   (H1) Hipotesis Alternatif: Kemudahan pengguna memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah menggunakan *mobile banking.*

   (H0) Hipotesis Nol: Kemudahan pengguna tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah menggunakan *mobile banking.*

3. Persepsi Risiko (H3)

   (H1) Hipotesis Alternatif: Persepsi risiko memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah menggunakan *mobile banking*.

   (H0) Hipotesis Nol: Persepsi risiko tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah menggunakan *mobile banking.*

4. Faktor Layanan (H4)

   (H1) Hipotesis Alternatif: Faktor layanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah menggunakan *mobile banking.*

(H0) Hipotesis Nol: Faktor layanan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah menggunakan *mobile banking.*

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Pendekatan dan Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah suatu pendekatan penelitian bersifat objektif mencakup pengumpulan dan analisis data kuantitatif serta menggunakan metode pengujian statistik.[32] Metode penelitian kuantitatif juga dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan datanya menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan[33].

Adapun Jenis penelitian ini termasuk penelitian asosiatif, yaitu penelitian yang dilakukan untuk menganalisis hubungan atau pengaruh antara dua variabel atau lebih. Asosiatif yang penulis maksud yaitu untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh kualitas layanan kepuasan nasabah menggunakan *mobile banking.*

Pendekatan penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) yaitu penelitian survey yang menggunakan kuesioner sebagai instrument penelitian. Tujuan dan arah penelitian ini adalah penelitian deskriptif. Tujuan penelitian deskriptif untuk membuat pecandraan secara sistematis dan akurat

[32] Asep,ermawan dan ,usna Leila Yusron. *Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif.* (Jakarta: Kencana, 2017). 99

[33] Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. (Bandung: Alfabeta, 2015)

mengenai fakta-fakta dan 40 sifat-sifat populasi atau daerah tertentu.

B. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Bank Mandiri KCP Palu, Jln Imam Bonjol Provinsi Sulawesi Tengah. Adapun alasan pemilihan tempat penelitian ini karena tempat tersebut mudah dijangkau oleh penulis. Selain itu juga didasarkan hasil wawancara dengan Banker Bank Mandiri KCP Palu tersebut bahwa belum pernah dilaksanakan penelitian terkait Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Menggunakan *Mobile banking* (Studi Kasus Pada Pengguna *Mobile banking* Livin Di Bank Mandiri.

C. Variabel dan Defenisi Operasional Variabel

Definisi operasional adalah definisi yang didasarkan atas sifat – sifat hal yang didefinisikan yang dapat diamati (diobservasi).[34] Adapun definisi operasional dari masing – masing variabel adalah sebagai berikut :

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel yang sudah ditambahkan dengan indikator sesuai dengan penjelasan sebelumnya

No.	Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
1	Kualitas Layanan (H1)	Kualitas layanan sering diukur melalui dimensi seperti keandalan, tanggap, kepastian, empati, dan bukti fisik. Ini biasanya diukur menggunakan instrumen seperti SERVQUAL yang mengukur ekspektasi	1. Keandalan layanan 2. Ketanggapan staf 3. Kepastian dan keamanan 4. Empati terhadap kebutuhan pelanggan 5. Bukti fisik (fasilitas atau	Likert 1-5

[34]Sumardi Suryabrata, *Metode Penelitian* (Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada, 2010). 29

		dan persepsi pelanggan.	tampilan aplikasi)	
2	Kemudahan Pengguna (H2)	Kemudahan pengguna biasanya diukur melalui penilaian pengguna tentang seberapa mudah mereka menemukan informasi, menggunakan fitur-fitur, dan menyelesaikan tugas di sebuah sistem atau layanan.	1. Kemudahan navigasi dalam aplikasi 2. Aksesibilitas fitur utama 3. Kemudahan transaksi 4. kemudahan navigasi 5. kemudahan menyelesaikan tugas	Likert 1-5
3	Persepsi Risiko (H3)	Persepsi risiko biasanya diukur dengan menilai kekhawatiran pengguna tentang risiko finansial, risiko privasi, dan risiko keamanan terkait dengan penggunaan suatu produk atau layanan.	1. Risiko finansial 2. Risiko privasi 3. Risiko keamanan 4.Risiko transaksi 5. Risiko teknologi	Likert 1-5
4	Faktor Layanan (H4)	Faktor layanan mencakup berbagai aspek seperti kecepatan pelayanan, ketepatan layanan, dan kesopanan staf. Ini bisa diukur melalui survei kepuasan pelanggan yang spesifik terhadap aspek-aspek tersebut.	1. Kecepatan pelayanan 2. Ketepatan dalam layanan 3. Kesopanan dan keramahan staf 4. tanggap terhadap masalah 5. kualitas informasi	Likert 1-5

5	Kepuasan Nasabah (Y)	Kepuasan nasabah adalah penilaian keseluruhan nasabah terhadap layanan yang diterima dari mobile banking Livin. Kepuasan nasabah mencerminkan sejauh mana harapan nasabah terhadap layanan terpenuhi atau terlampaui. Indikator kepuasan nasabah dapat mencakup: kepuasan terhadap kualitas layanan, kemudahan penggunaan, keamanan, dan faktor layanan.	1. Kepuasan terhadap kualitas layanan 2. Kemudahan penggunaan aplikasi 3. Keamanan layanan 4. Kepuasan terhadap kecepatan dan keramahan layanan 5. kepuasan umum.	Likert 1-5

D. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kuantitas karakteristik dan memenuhi syarat – syarat tertentu berkaitan dengan masalah penelitian.[35] Dengan demikian penulis menyimpulkan dari semua definisi populasi.Populasi dalam penelitian ini adalah Jumlah nasabah Bank Mandiri Imam Bonjol.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah Bank Mandiri KCP Palu Imam Bonjol yang menggunakan layanan *mobile banking*

[35]Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder"*, (cet. V : Jakarta : PT. Rajagrafindo Persada, 2016)

Livin. Berdasarkan data yang diperoleh, jumlah populasi tersebut adalah 3.765 nasabah**.**[36]

b. Sampel

Sampel adalah peneliti dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.[37] peneliti menggunakan rumus slovin untuk menentukan jumlahsampel dari populasi yang ada berdasarkan rumus slovin dan jumlah sampel dihitung sebagai berikut:

$$\mathrm{n} = \frac{N}{1+N(\alpha)^2}$$

Dimana :

N= Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

α = Toleransi rata-rata yang diharapkan tidak menyimpang, penulis menggunakan 10% (0,1)

$$\mathbf{n} = \frac{\mathbf{3.765}}{\mathbf{1+3.765\ (0,1)^2}}$$

$$\mathbf{n} = \frac{\mathbf{3.765}}{\mathbf{1+37,65}}$$

$$\mathbf{n} = \frac{\mathbf{3.765}}{\mathbf{38,65}}$$

n = 98

Dibulatkan menjadi 98.Jadi sampel yang di gunakan dalam penelitian ini adalah 98 nasabah.

[36]Dokumentasi Data Bank Mandiri KCP Palu Imam Bonjol

[37] Sugiyono, Metode Penelitian Manajemen,(Bandung:Alfabeta,2019), 149

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara yang digunakan peneliti untuk mengumpulkan informasi kuantitatif yang sumber datanya diperoleh dari responden baik berupa data primer (melalui kuisioner atau data hasil wawancara, data ini perlu diolah lagi) dan data sekunder (buku, artikel, dokumen dan sebagainya, data ini tidak perlu diolah lagi).[38]

Dalam peneitian ini, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut :

1. Kuisioner

   Kuisioner merupakan serangkaian atau daftar pertanyaan yang disusun secara sistematis, kemudian dijawab oleh responden. Setelah itu, kuesioner dikembalikan ke peneliti.

2. Data sekunder terdiri atas sumber dari buku – buku, *website*, penelitian terdahulu baik jurnal ilmiah atau Proposal.

3. Wawancara

   Wawancara dilaukan secara langsung kepda pihak yang berhak memeberikan data/informasi secara sistematis untuk memeperoleh kejelasan mengenai data yang diperoleh di lapangan. Dalam hal ini peneliti mewancarai mahasiswa yang minat menggunakan Pembayaran Non Tunai melaui *mobile banking* Livin.

---

[38]V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Lengkap, Praktis Dan Muda, Dipa,ami* (Yogyakarta: Pustaka Baru Pres, 2014). 73

F. Uji Validitas dan Reabilitas

1. Uji Validitas

Uji Validasi bertujuan untuk memastikan bahwa instrumen pengukuran (misalnya, kuesioner) benar-benar mengukur apa yang seharusnya diukur.

Langkah-langkah Uji Validitas:

a. Menyebarkan kuesioner kepada sampel pengguna *Mobile banking* Livin di Bank Mandiri KCP Palu Imam Bonjol.
b. Mengumpulkan data dari kuesioner yang telah diisi oleh responden.
c. Menghitung korelasi antara setiap item pertanyaan dengan total skor variabel menggunakan korelasi Pearson. Misalnya, menghitung korelasi antara pertanyaan tentang Kualitas Layanan dengan total skor Kualitas Layanan.
d. Menganalisis hasil korelasi: Jika koefisien korelasi Pearson (r) > 0,3 dan signifikan ($p < 0,05$), item tersebut dianggap valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas bertujuan untuk memastikan bahwa instrumen pengukuran konsisten dalam hasilnya ketika digunakan berulang kali. Langkah-langkah Uji Reliabilitas:

a. Mengumpulkan data dari kuesioner yang telah diisi oleh responden.
b. Menghitung *Cronbach's Alpha* untuk setiap variabel: Jika nilai *Cronbach's Alpha* > 0,7, maka instrumen tersebut dianggap reliabel.

G. Uji Asumsi Klasik

Uji Asumsi Klasik terdiri dari beberapa uji untuk memastikan bahwa model regresi linear memenuhi asumsi-asumsi dasar.

a. Uji Normalitas

Menguji apakah residual berdistribusi normal atau tidak, Penggunaan statistik parametris tergantung pada asumsi dan jenis data yang akan dianalisis. Asumsi yang utama jika menggunakan statistik parametris, data yang digunakan harus berdistributor normal. Dalam penelitian ini, data setiap variabel diuji normalitas sebelum pengujian hipotesis dilakukan. Tarif signifikan yang ditetapkan sebesar 0,05 dengan ketentuan jika signifikan kurang dari 0,05 berarti data tidak normal. Contoh: Menggunakan Uji Kolmogorov-Smirnov atau Q-Q Plot.

b. Uji Heteroskedastisitas

Menguji apakah ada ketidaksamaan varian residual dari pengamatan lainnya dalam model regresi. Taraf signifikansi uji heteroskedasitas adalah 0,5 atau 5%. Artinya jika nilai sig lebih dari 0,5 maka tidak terjadi heteroskedasitas sebaliknya jika nilai sig kurang dari 0,5 maka terjadi heteroskedasita. Contoh: Menggunakan Uji Spearman-Rank atau melihat pola pada Scatterplot.

c. Uji Multikolinearitas

Pengujian korelasi tinggi antar variabel independen dapat dilakukan dengan menggunakan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*).Nilai VIF di bawah 10 menunjukkan bahwa tidak terdapat multikolinearitas antar variabel independen.

H. Teknis Analisis Data

a. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif dalam penelitian Penulis yang berjudul "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Menggunakan *Mobile banking* (Studi Kasus pada Pengguna *Mobile banking* Livin di Bank Mandiri KCP Palu Imam Bonjol)" bertujuan untuk memberikan gambaran umum mengenai data yang telah dikumpulkan. Langkah pertama adalah mengumpulkan data melalui kuesioner yang dibagikan kepada responden, yaitu pengguna *Mobile banking* Livin di Bank Mandiri KCP Palu Imam Bonjol. Data tersebut kemudian diolah menggunakan perangkat lunak statistik seperti *SPSS* atau Excel untuk menyajikan hasil.

b. Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda dalam penelitian Anda yang berjudul "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Menggunakan *Mobile banking* (Studi Kasus pada Pengguna *Mobile banking* Livin di Bank Mandiri KCP Palu Imam Bonjol)" bertujuan untuk mengevaluasi pengaruh variabel Kualitas Layanan, Kemudahan Penggunaan, Risiko yang Dirasakan, dan Faktor Layanan

terhadap Kepuasan Nasabah. Data yang dikumpulkan melalui kuesioner diolah menggunakan perangkat lunak statistik seperti SPSS. Model regresi yang digunakan adalah $Y = \beta 0 + \beta 1X1 + \beta 2X2 + \beta 3X3 + \beta 4\ X4 + \epsilon$Y=β0 +β1 X + β2 X2 +β3 X3 +β4X4 +ϵ, di mana Y adalah Kepuasan Nasabah dan variabel independen. Hasil analisis akan memberikan nilai koefisien regresi yang menunjukkan besarnya pengaruh masing-masing variabel independen terhadap kepuasan nasabah. Uji signifikansi menggunakan uji F dan uji t akan menentukan apakah pengaruh tersebut signifikan secara statistik. Selain itu, asumsi regresi seperti normalitas, homoskedastisitas, multikolinearitas, dan autokorelasi juga diuji untuk memastikan validitas model. Hasil dari analisis ini akan memberikan pemahaman yang mendalam tentang faktor-faktor yang paling berpengaruh dan dapat menjadi dasar rekomendasi untuk meningkatkan kepuasan nasabah dalam penggunaan *mobile banking* di Bank Mandiri.

c. Pengujian Hipotesi

1. Uji T (Uji Parsial)

   Uji T digunakan untuk menguji signifikansi pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Langkah-langkah Uji T:

   a. Menyusun hipotesis:

      H0: βi = 0 (tidak ada pengaruh variabel independen i terhadap kepuasan nasabah)

      H1: βi ≠ 0 (ada pengaruh) Menghitung nilai t hitung untuk setiap variabel independen.

b. Membandingkan nilai t hitung dengan t tabel: Jika t hitung > t tabel atau p-value < 0,05, maka H0 ditolak.

2. Uji F (Uji Simultan)

   Uji F digunakan untuk menguji apakah semua variabel independen secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Langkah-langkah Uji F:

   a. Menyusun hipotesis:

      H0: $\beta 1 = \beta 2 = ... = \beta k = 0$ (tidak ada pengaruh variabel independen secara simultan) H1: minimal ada satu $\beta i \neq 0$ (ada pengaruh) Menghitung nilai F hitung.

   b. Membandingkan nilai F hitung dengan F tabel: Jika F hitung > F tabel atau p-value < 0,05, maka H0 ditolak. Contoh: Jika F hitung adalah 5,2 dan F tabel adalah 3, maka karena 5,2 > 3, semua variabel independen secara bersama-sama signifikan mempengaruhi kepuasan nasabah.

3. Uji R (Koefisien Determinasi)

   Uji R atau Koefisien Determinasi (R^2) mengukur seberapa besar variabel independen mampu menjelaskan variabel dependen. Langkah-langkah Uji R:

   a. Menghitung nilai R^2 dari hasil regresi.

   b. Menginterpretasikan nilai R^2: Nilai R^2 berkisar antara 0 dan 1. Semakin mendekati 1, semakin besar kemampuan model menjelaskan variasi dari variabel dependen.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Hasil Penelitian

1. Sejarah Bank Mandiri Kcp Imam Bonjol

Bank mandiri merupakan salah satu bank terbaik di indonesia,dan memiliki cabang (KCP) sebanyak 2.088 yang tersebar di seluruh indonesia, salah satunya di Palu. Bank Mandiri Cabang yang tersebar dipalu sebanyak 8 salah satunya KCP Imam Bonjol. Bank Mandiri KCP Imam Bonjol dibangun pada tahun 1982, yang awalnya adalah sebuah bank pemerintah bumi daya. BDN, krisis ekonomi 1998 tanggal 2 oktober bergabung dengan tiga bank pemerintah lainnya menjadi bank mandiri.

2. Visi Misi dan Tujuan

Bank Mandiri mempunyai Visi Misi serta tujuan :

a. Visi

Menjadi partner finansial pilihan utama.

b. Misi

Menyediakan solusi perbankan digital yang handal dan simple

c. tujuan

1) Menjadi mitra finansial utama bagi nasabah
2) Memebrikan solusi perbankan digital yang m udah dan handal
3) Menjadi bank yang kuat dan sehat untuk bersaing ditingkat nasional dan internasional.

4) Memberikan kontribusi positif terhadap pertumbuhan ekonomi naisonal.
5) Menjadi mitra strategis bagi pemerintah dan masyarakat dalam mencapai tujuan pembagunan
6) Meningkatkan kesejahtraan masyarakat indonesia dan membentuk masyarakat nasional yang mandiri
7) Terus memberikan layanan terbaik bagi masyarakat dan nasabah
8) Menetapkan nilai perusahaan hati ini dan sepuluh tahun kedepan.

Selain itu bank mandiri juga memiliki budaya perusahan yang disebut TIPCE, yaitu: kepercayaan, integritas, profesionalisme, fokus pelanggan, kesempurnaan.

3. Deskripsi variabel Penelitian

Tabel 4.1
Data informan

JENIS KELAMIN

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	LAKI-LAKI	43	43,9	43,9	43,9
	PEREMPUAN	55	56,1	56,1	100,0
	Total	98	100,0	100,0	

Sumber data :Lembar kuesioner

Tabel diatas, merupakan tabel informan yang telah mengisi lembar kuesioner sebanyak 98 orang.

1. Deskripsi Jawaban Terhadap Variabel Kualitas Layanan (H1)

Tabel 4.2
Distribusi frekuensi variabel kualitas layanan

NO	ITEM PERTANYAAN	STS	TS	N	S	SS	SKOR	RATA-RATA
		1	2	3	4	5		
1	Aplikasi Livin' by Mandiri dapat diandalkan dalam menyelesaikan transaksi tanpa gangguan.	0	28	31	21	18	323	65,91%
		0	28,6	31,6	21,4	18,4		
2	Layanan aplikasi Livin' by Mandiri cepat dalam menanggapi permintaan atau masalah yang saya hadapi.	12	36	31	13	6	259	52,85%
		12,2	36,7	31,6	13,3	6,1		
3	Saya merasa yakin bahwa aplikasi Livin' by Mandiri memberikan hasil transaksi yang akurat dan sesuai harapan.	0	29	35	18	16	315	64,28%
		0	29,6	35,7	18,4	16,3		
4	Customer service aplikasi Livin' by Mandiri menunjukkan perhatian terhadap kebutuhan saya sebagai nasabah.	0	12	38	34	14	344	70,20%
		0	12,2	38,8	34,7	14,3		
5	Desain dan tampilan aplikasi Livin' by Mandiri memberikan kesan profesional dan mudah dipahami.	0	7	32	32	27	373	76,12%
		0	7,1	32,7	32,7	27,6		
Rata-rata							**65,91**	

Dari hasil penilitian tanggapan responden untuk pertanyaan pertama variabel kualitas layanan yaitu 18 orang sangat setuju, 21 orang setuju, 31 orang netral, 28 orang tidak setuju. Total skor jawaban dari 98 responden yaitu 323 dengan nilai rata-rata 65,91% maka, pertanyaan pertama termaksud dalam kategori penilaian baik.

Tanggapan responden pada pertanyaa kedua terhadap variabel kualitas layanan yaitu 6 sangat setuju, 13 setuju, 31 netral, 36 tidak setuju dan 12 sangat tidak setuju. Total skor jawaban dari 98 responden yaitu 259 dengan nilai rata-rata 52,85 % maka, pertanyaan kedua termaksud dalam kategori baik.

Tanggapan responden pada pertanyaa ketiga terhadap variabel kualitas layanan yaitu 16 sangat setuju, 18 setuju, 35 netral, 29 tidak setuju. Total skor jawaban dari 98 responden yaitu 315 dengan nilai rata-rata 64,28 % maka, pertanyaan kedua termaksud dalam kategori baik.

Tanggapan responden pada pertanyaa keempat terhadap variabel kualitas layanan yaitu 14 sangat setuju, 34 setuju, 38 netral, 12 tidak setuju. Total skor jawaban dari 98 responden yaitu 344 dengan nilai rata-rata 70,20 % maka, pertanyaan kedua termaksud dalam kategori baik.

Tanggapan responden pada pertanyaa kelima terhadap variabel kualitas layanan yaitu 27 sangat setuju, 32 setuju, 32 netral, 7 tidak setuju. Total skor jawaban dari 98 responden yaitu 373 dengan nilai rata-rata 76,12 % maka, pertanyaan kedua termaksud dalam kategori baik.

2. Deskripsi Jawaban Terhadap Variabel Kemudahan Pengguna (H2)

Tabel 4.3
Distribusi frekuensi variabel kemudahan pengguna

NO	ITEM PERTANYAAN	STS	TS	N	S	SS	SKOR	RATA-RATA
		1	2	3	4	5		
1	Saya merasa mudah dalam menemukan informasi yang saya butuhkan pada aplikasi Livin' by Mandiri.	1	18	35	30	14	332	63,67%
		1,0	18,4	35,7	30,6	14,3		
2	Fitur-fitur pada aplikasi Livin' by Mandiri mudah digunakan dan dimengerti, bahkan oleh pengguna baru.	7	24	25	28	14	312	63,67%
		7,1	24,5	25,5	28,6	14,3		
3	Saya merasa proses transaksi di aplikasi Livin' by Mandiri sangat mudah dan cepat.	0	10	36	39	13	349	71,22%
		0	10,2	36,7	39,8	13,3		
4	Navigasi dalam aplikasi Livin' by Mandiri sangat intuitif, sehingga saya bisa mengakses fitur dengan mudah.	0	15	34	35	14	342	69,79%
		0	15,3	34,7	35,7	14,3		
5	Saya merasa dapat menyelesaikan setiap tugas yang saya inginkan (misalnya pembayaran atau transfer) dengan mudah melalui aplikasi Livin' by Mandiri.	2	24	37	17	18	319	65,10%
		2,0	24.5	37,8	17,3	18,4		
Rata-rata							**67,51**	

Dari hasil penilitian tanggapan responden untuk pertanyaan pertama variabel kemudahan pengguna yaitu 14 orang sangat setuju, 30 orang setuju, 35 orang netral, 18 orang tidak setuju dan 1 orang sangat tidak setuju. Total skor jawaban dari 98 responden yaitu 332 dengan nilai rata-rata 63,67% maka, pertanyaan pertama termaksud dalam kategori penilaian baik.

Tanggapan responden pada pertanyaa kedua terhadap variabel kemudahan pengguna yaitu 14 sangat setuju, 28 setuju, 25 netral, 24 tidak setuju dan 7 sangat tidak setuju. Total skor jawaban dari 98 responden yaitu 312 dengan nilai rata-rata 63,67% maka, pertanyaan kedua termaksud dalam kategori baik.

Tanggapan responden pada pertanyaa ketiga terhadap variabel kemudahan pengguna yaitu 13 sangat setuju, 39 setuju, 36 netral, 10 tidak setuju. Total skor jawaban dari 98 responden yaitu 349 dengan nilai rata-rata 71,22 % maka, pertanyaan kedua termaksud dalam kategori baik.

Tanggapan responden pada pertanyaa keempat terhadap variabel kemudahan pengguna yaitu 14 sangat setuju, 35 setuju, 34 netral, 15 tidak setuju. Total skor jawaban dari 98 responden yaitu 342 dengan nilai rata-rata 69,79 % maka, pertanyaan kedua termaksud dalam kategori baik.

Tanggapan responden pada pertanyaa kelima terhadap variabel kemudahan pengguna yaitu 18 sangat setuju, 17 setuju, 37 netral, 24 tidak setuju dan 2 sangat tidak setuju. Total skor jawaban dari 98 responden yaitu 319 dengan nilai rata-rata 65,10 % maka, pertanyaan kedua termaksud dalam kategori baik.

3. Deskripsi Jawaban Terhadap Variabel Persepsi resiko (H3)

Tabel 4.4
Distribusi frekuensi variabel persepsi resiko

NO	ITEM PERTANYAAN	STS	TS	N	S	SS	SKOR	RATA-RATA
		1	2	3	4	5		
1	Saya merasa khawatir tentang potensi kerugian finansial saat menggunakan aplikasi Livin' by Mandiri.	0	15	42	24	17	337	68,77%
		0	15,3	42,9	24,5	17,3		
2	Saya khawatir bahwa data pribadi saya mungkin tidak aman saat menggunakan aplikasi Livin' by Mandiri.	0	22	33	21	22	337	68,77%
		0	22,4	33,7	21,4	22,4		
3	Saya merasa aplikasi Livin' by Mandiri aman dari risiko kebocoran informasi	8	27	22	18	23	334	64,28%
		8,2	27,6	22,4	18,4	23,5		
4	Saya merasa khawatir transaksi saya mungkin mengalami gangguan atau tidak berhasil di aplikasi Livin' by Mandiri.	3	4	28	36	27	374	76,32%
		3,1	4,1	28,6	36,7	27,6		
5	Saya merasa aplikasi Livin' by Mandiri memiliki sistem keamanan yang dapat melindungi saya dari risiko peretasan.	3	18	28	34	15	315	68,16%
		3,1	1,4	28,6	34,7	15,3		
Rata-rata								**69,26**

Dari hasil penilitian tanggapan responden untuk pertanyaan pertama variabel persepsi resiko yaitu 17 orang sangat setuju, 24 orang setuju, 42 orang netral, 15 orang tidak setuju. Total skor jawaban dari 98 responden yaitu 337 dengan nilai rata-rata 68,77% maka, pertanyaan pertama termaksud dalam kategori penilaian baik.

Tanggapan responden pada pertanyaa kedua terhadap variabel persepsi resiko yaitu sangat setuju, 22 setuju, 21 netral, 33 tidak setuju dan 22 sangat tidak setuju. Total skor jawaban dari 98 responden yaitu 337 dengan nilai rata-rata 68,77 % maka, pertanyaan kedua termaksud dalam kategori baik.

Tanggapan responden pada pertanyaa ketiga terhadap variabel persepsi resiko yaitu 23 sangat setuju, 18 setuju, 22 netral, 27 tidak setuju dan 8 sangat tidak setuju . Total skor jawaban dari 98 responden yaitu 334 dengan nilai rata-rata 64,28 % maka, pertanyaan kedua termaksud dalam kategori baik.

Tanggapan responden pada pertanyaa keempat terhadap variabel persepsi resiko yaitu 27 sangat setuju, 36 setuju, 28 netral, 4 tidak setuju 3 sangat tidak setuju. Total skor jawaban dari 98 responden yaitu 374 dengan nilai rata-rata 76,32% maka, pertanyaan kedua termaksud dalam kategori baik.

Tanggapan responden pada pertanyaa kelima terhadap variabel persepsi resiko yaitu 15 sangat setuju, 34 setuju, 28 netral, 18 tidak setuju dan 3 sangat tidak setuju. Total skor jawaban dari 98 responden yaitu 315 dengan nilai rata-rata 68,16 % maka, pertanyaan kedua termaksud dalam kategori baik.

4. **Deskripsi Jawaban Terhadap Variabel faktor layanan (H4)**

Tabel 4.5
Distribusi frekuensi variabel faktor layanan

NO	ITEM PERTANYAAN	STS	TS	N	S	SS	SKOR	RATA-RATA
		1	2	3	4	5		
1	Aplikasi Livin' by Mandiri memberikan layanan yang cepat dalam setiap transaksi.	1	24	26	29	18	330	67,34%
		1,0	24,5	26,6	29,5	18,4		
2	Aplikasi Livin' by Mandiri memastikan ketepatan data dan informasi pada setiap transaksi yang saya lakukan.	0	2	39	30	27	376	76,73%
		0	2,0	398	30,6	27,6		
3	Layanan pelanggan Livin' by Mandiri disediakan oleh staf yang sopan dan profesional.	0	23	40	20	15	321	65,51%
		0	23,5	40,8	20,4	15,3		
4	Staf atau layanan bantuan dari Livin' by Mandiri cepat dalam menanggapi masalah atau keluhan pengguna.	0	1	46	22	29	373	76,12%
		0	1,0	46,9,4	22	29,6		
5	Informasi yang diberikan oleh aplikasi Livin' by Mandiri akurat dan mudah dipahami oleh pengguna	0	13	27	29	29	368	75,10%
		0	13,3	27,6	29,6	29,6		
Rata-rata								**72,16%**

Dari hasil penilitian tanggapan responden untuk pertanyaan pertama variabel faktor layanan yaitu 18 orang sangat setuju, 29 orang setuju, 26 orang netral, 24 orang tidak setuju dan 1 orang sangat tidak setuju. Total skor jawaban dari 98 responden yaitu 330 dengan nilai rata-rata 67,34 % maka, pertanyaan pertama termaksud dalam kategori penilaian baik.

Tanggapan responden pada pertanyaa kedua terhadap variabel faktor layanan yaitu 27 sangat setuju, 30 setuju, 39 netral, 2 tidak setuju. Total skor jawaban dari 98 responden yaitu 376 dengan nilai rata-rata 76,73 % maka, pertanyaan kedua termaksud dalam kategori baik.

Tanggapan responden pada pertanyaa ketiga terhadap variabel faktor layanan yaitu 15 sangat setuju, 20 setuju, 40 netral, 23 tidak setuju. Total skor jawaban dari 98 responden yaitu 321 dengan nilai rata-rata 65,21 % maka, pertanyaan kedua termaksud dalam kategori baik.

Tanggapan responden pada pertanyaa keempat terhadap variabel faktorv layanan yaitu 29 sangat setuju, 22 setuju, 46 netral, 1 tidak setuju. Total skor jawaban dari 98 responden yaitu 373 dengan nilai rata-rata 76,12 % maka, pertanyaan kedua termaksud dalam kategori baik.

Tanggapan responden pada pertanyaa kelima terhadap variabel faktor layanan yaitu 29 sangat setuju, 29 setuju, 27 netral, 13 tidak setuju. Total skor jawaban dari 98 responden yaitu 368 dengan nilai rata-rata 75,10 % maka, pertanyaan kedua termaksud dalam kategori baik.

5. **Deskripsi Jawaban Terhadap Variabel kepuasan nasabah (Y)**

Tabel 4.6
Distribusi frekuensi variabel kepuasan nasabah

NO	ITEM PERTANYAAN	STS	TS	N	S	SS	SKOR	RATA-RATA
		1	2	3	4	5		
1	Saya merasa puas dengan kualitas layanan yang diberikan oleh aplikasi Livin' by Mandiri.	0	6	43	27	22	359	73,26%
		0	6,1	43,9	27,6	22,4		
2	Aplikasi Livin' by Mandiri memberikan kemudahan dalam penggunaan dan navigasi aplikasi.	1	13	42	22	20	341	69,59%
		1,0	13,9	42,3	22,4	20,4		
3	Saya merasa puas karena aplikasi Livin' by Mandiri memberikan keamanan yang baik dalam transaksi online saya.	0	6	27	35	30	383	78,16%
		0	6,1	27,6	35,7	30,6		
4	Fitur layanan pada aplikasi Livin' by Mandiri sesuai dengan yang saya butuhkan dan sangat membantu.	1	21	18	33	25	354	72,24%
		1,0	21.4	18,4	33,7	25,5		
5	Secara keseluruhan, saya merasa puas dengan pengalaman menggunakan aplikasi Livin' by Mandiri.	0	0	24	42	29	394	80,40%
		0	0	24,6	42,9	29,6		
Rata-rata								**74,73%**

Dari hasil penilitian tanggapan responden untuk pertanyaan pertama variabel kepuasan nasabah yaitu 22 orang sangat setuju, 27 orang setuju, 43 orang netral, 6 orang tidak setuju. Total skor jawaban dari 98 responden yaitu 359 dengan nilai rata-rata 73,26 % maka, pertanyaan pertama termaksud dalam kategori penilaian baik.

Tanggapan responden pada pertanyaa kedua terhadap variabel kepuasan nasabah yaitu 20 sangat setuju, 22 setuju, 42 netral, 13 tidak setuju dan 1 sangat tidak setuju. Total skor jawaban dari 98 responden yaitu 341 dengan nilai rata-rata 69,59 % maka, pertanyaan kedua termaksud dalam kategori baik.

Tanggapan responden pada pertanyaa ketiga terhadap variabel kepuasan nasabah yaitu 30 sangat setuju, 35 setuju,27 netral, 6 tidak setuju. Total skor jawaban dari 98 responden yaitu 383 dengan nilai rata-rata 78,16 % maka, pertanyaan kedua termaksud dalam kategori baik.

Tanggapan responden pada pertanyaa keempat terhadap variabel kepuasan nasabah yaitu 25 sangat setuju, 33 setuju, 18 netral, 21 tidak setuju, dan 1 orang sangat tidak setuju. Total skor jawaban dari 98 responden yaitu 354 dengan nilai rata-rata 72,24 % maka, pertanyaan kedua termaksud dalam kategori baik.

Tanggapan responden pada pertanyaa kelima terhadap variabel kepuasan nasabah yaitu 29 sangat setuju, 42 setuju, 24 netral. Total skor jawaban dari 98 responden yaitu 394 dengan nilai rata-rata 80,40% maka, pertanyaan kedua termaksud dalam kategori baik.

4. Deskripsi Hasil Penelitian

Berdasarkan sampel dari penelitian ini, peneliti melakukan penelitian kepada Nasabah dari Bank Mandiri KCP Imam Bonjol sebanyak 98 orang yang melakukan transaksi di bank mandiri KCP Imam Bonjol. Dalam penelitian ini pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti yaitu Kuesioner yang terdiri dari pertayaan, yang disebarkan kepada 98 responden dengan menggunakan skala likert.

1. Hasil uji analisi Data

a) Uji Deskriptif

Uji deskriptif digunakan dalam hal penyajian data, ukuran sentral, dan ukuran penyebaranya. Penyajian data menggunakan daftar distribusi frekuensi dan histogram. Ukuran sentral meliputi mean, maksimum dan minimum. Hasil test analisis statistik deskriptif dapat dilihat pada table 4.2

Tabel 4.7
Hasil uji Deskriptif

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
H1	98	10	25	16,40	2,685
H2	98	11	25	16,93	2,562
H3	98	11	25	17,28	2,716
H4	98	12	25	18,18	2,947
Y	98	12	24	18,77	2,380
Valid N (listwise)	98				

Sumber : Data Output SPSS ver 2, 2024

Berdasarkan hasil output diatas, dapat digambarkan distribusi data yang diperoleh oleh peneliti adalah :

1. Kualitas layanan (H1) dari data tersebut bisa dideskripsikan bahwa nilai minimum yaitu 10 sedangkan nilai maksimum 25 dan nilai rata-rata yaitu 16,40 dengan standar deviasi yaitu 2.685.
2. Kemudahan pengguna (H2) dari data tersebut dideskripsikan bahwa nilai minimum yaitu 11 sedangkan nilai maksimum 25 dan nilai rata-rata yaitu 16,93 dengan standar deviasi yaitu 2.562.
3. Persepsi Resiko (H3) dari data tersebut dideskripsikan bahwa nilai minimum yaitu 11 sedangkan nilai maksimum yaitu 25 dan nilai rata-rata yaitu 12,28 dengan standar deviasi yaitu 2.716.
4. Faktor layanan (H4) dari data tersebut dideskripsikan bahwa nilai minimum yaitu 12 sedangkan nilai maksimum yaitu 25 dan nilai rata-rata 18,18 dengan standar deviasi yaitu 2.947.
5. Kepuasan nasabah (Y) dari data tersebut dideskripsikan bahwa nilai minimum yaitu 12 sedangkan nilai maksimum yaitu 24 dan nilai rata-rata yaitu 18,77 dengan standar deviasi yaitu 2.380.

a) Uji validitas

Uji validitas merupakan uji yang dilakukan untuk mengetahui seberapa valid alat ukur atau instrumen dalam mengukur apa yang di ukur. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan Kuesioner sebagai alat ukur dalam penelitinya, uji validitas dilakukan untuk memastikan bahwa setiap indikator bisa digunakan untuk mengukur variabel penelitian. Untuk

menguji kevalidan instrumen ini peneliti menggunakan bantuan *Computer SPSS* versi 22 sebagai berikut :

Tabel 4.8
Uji Validitas Variabel Kualitas layanan (H1)

Variabel	Item Pertayaan	Person Correlation	Sig-2 Tiled	Keterangan
Kualitas Layanan (H1)	Peryataan 1	0,413	0,000	Valid
	Peryataan 2	0,466	0,000	Valid
	Peryataan 3	0,406	0,000	Valid
	Peryataan 4	0,415	0,000	Valid
	Peryataan 5	0,310	0,002	valid

Sumber : Data Output SPSS ver 22, 2024

Berdasarkan hasil output diatas menunjukan bahwa nilai sig 2-tiled pada Pertayaan 1 0,000 < 0,05 , sehingga dapat disimpulkan bahwa pertayaan 1 terdistribusi Valid. Nilai Sig pada pertanyaan 2 0.000 < 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa Pertanyaan 2 terdistribusi Valid.

Nilai sig pada pertanyaan 3 0,000 < 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa Pertanyaan 3 terdistribusi Valid. Nilai sig Pertanyaan 4 0,000 <0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa Pertanyaan 4 terdistribusi Valid. Nilai sig Pertanyaan 5 0,002 < 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa Pertanyaan 5 terdistribusi valid.

Tabel 4.9
Uji validitas Kemudahan pengguna (H2)

Variabel	Item Pertayaan	Person Correlation	Sig-2 Tiled	Keterangan
Kemudahan Pengguna (H2)	Peryataan 1	0,497	0,000	Valid
	Peryataan 2	0,407	0,000	Valid
	Peryataan 3	0,338	0,001	Valid
	Peryataan 4	0,403	0,000	Valid
	Peryataan 5	0,482	0,000	valid

Sumber : Data Output SPSS ver 22, 2024

Berdasarkan hasil output diatas menunjukan bahwa nilai sig pada KP1 0,000 < 0,05 , sehingga dapat disimpulkan bahwa KP1 terdistribus Valid. Nilai sig pada KP2 0.000 < 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa KP2 terdistribusi Valid. Nilai sig pada KP3 0,000 < 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa KP3 terdistribusi Valid. Nilai sig KP4 0,000 <0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa KP4 terdistribusi Valid. Nilai sig KP5 0,000 < 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa KP5 terdistribus valid.

Tabel 4.10
Uji validitas persepsi Resiko (H3)

Variabel	Item Pertayaan	Person Correlation	Sig-2 Tiled	Keterangan
Persepsi resiko H3	Peryataan 1	0,542	0,000	Valid
	Peryataan 2	0,461	0,000	Valid
	Peryataan 3	0,467	0,000	Valid
	Peryataan 4	0,391	0,000	Valid
	Peryataan 5	0,345	0,001	valid

Sumber : Data Output SPSS ver 22, 2024

Berdasarkan hasil output diatas menunjukan bahwa nilai sig pada P1 0,000 < 0,05 , sehingga dapat disimpulkan bahwa P1 terdistribus Valid. Nilai sig pada P2 0,000 < 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa P2 Terdistribusi Valid. Nilai sig pada P3 0,000 < 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa P3 terdistribusi valid. Nilai sig P4 0,000 < 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa P4 terdistribusi Valid. Nilai sig P5 0,001 < 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa P5 terdistribusi valid.

Tabel 4.11
Uji validitas Faktor layanan (H4)

Variabel	Item Pertayaan	Person Correlation	Sig-2 Tiled	Keterangan
Faktor layanan H4	Peryataan 1	0,609	0,000	Valid
	Peryataan 2	0,458	0,000	Valid
	Peryataan 3	0,505	0,000	Valid
	Peryataan 4	0,476	0,000	Valid
	Peryataan 5	0,564	0,000	valid

Sumber : Data Output SPSS ver 22, 2024

Berdasarkan hasil output diatas menunjukan bahwa nilai sig pada F1 0,000 < 0,05 , sehingga dapat disimpulkan bahwa F1 terdistribus Valid. Nilai Sig pada F2 0.000 < 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa F2 terdistribusi Valid. Nilai sig pada F3 0,000 < 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa F3 terdistribusi Valid. Nilai sig F4 0,000 <0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa F4 terdistribusi Valid. Nilai sig F5 0,000 < 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa F5 terdistribus valid.

Tabel 4.12
Uji Validitas kepuasan nasabah (Y)

Variabel	Item Pertayaan	Person Correlation	Sig-2 Tiled	Keterangan
Kepuasan Nasabah (Y)	Peryataan 1	0,499	0,000	Valid
	Peryataan 2	0,382	0,000	Valid
	Peryataan 3	0,414	0,000	Valid
	Peryataan 4	0,701	0,000	Valid
	Peryataan 5	0,390	0,000	valid

Sumber : Data Output SPSS ver 22, 2024

Berdasarkan hasil output diatas menunjukan bahwa nilai sig pada KN1 0,000 < 0,05 , sehingga dapat disimpulkan bahwa KN1 terdistribus Valid. Nilai Sig pada KN2 0.000 < 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa KN2 terdistribusi Valid. Nilai sig pada KN3 0,000 < 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa K3 terdistribusi Valid. Nilai sig KN4 0,000 <0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa KN4 terdistribusi Valid. Nilai sig KN5 0,000 < 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa KN5 terdistribus valid.

b) Uji Reliabilitas

Dalam uji reliabilitas ini penulis menggunakan uji statistic *Alpa Cronbach* dengan bantuan aplikasi SPSS ver 22 berikut.

Tabel 4.13
Uji Reliabilitas Instrumen (Kuesioner)

Reliability Statistics		
Variabel	***Cronbach's Alpha***	**N of Items**
Kualitas layanan (H1)	0,773	5
Kemudahan pengguna (H2)	0,752	5
Persepsi resiko (H3)	0,754	5
Faktor layanan (H4)	0,804	5
Kepuasan Nasabah (Y)	0,716	5

Sumber : Data Output SPSS ver 22, 2024

Dari tabel diatas menunjukan bahwa hasil uji reliabilitas kuesioner Kualitas Layanan (H1) dinyatakan reabel karena koefisien reliabilitas > 0,7 (0,773 > 0,7). Hasil uji reliabilitas kuesioner Kemudahan pengguna (H2) dinyatakan reabel karena koefisien reliabilitas > 0,7 (0,752 > 0,7). Hasil uji reliabilitas kuesioner persepsi resioko (H3) dinyatakan reabel karena koefisien reliabilitas > 0,7 (0,754 > 0,7). Hasil uji reliabilitas kuesioner Faktor Layanan (H4) dinyatakan reabel karena koefisien reliabilitas > 0,7 (0,804 > 0,7). Hasil uji reliabilitas kuesioner Kepuasan nasabah (Y) dinyatakan reabel karena koefisien reliabilitas > 0,7 (0,716 > 0,7).

Berdasarkan uji tersebut dapat diketahui bahwa nilai *Cronbach' Alpha* untuk variabel H1,H2,H3,H4 dan Y berada diatas yang ditetapkan yaitu 0,7. Dengan demikian dapat diambil kesimpulan bahwa instrumen untuk mengukur variabel diatas adalah reliabel dan bisa digunakan untuk pengumpulan data penelitian.

c) Uji asumsi klasik

1. Uji normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah pengamat distribusi secara normal atau tidak, uji ini menggunakan uji kolmogorov-smirnov test serta Q-Q Plot, untuk megetahui apakah distribusi frekuensi masing-masing variabel normal atau tidak dilakukan dengan melihat nilai asymp. Sig. Jika nilai asymp.sig lebih dari atau sama dengan 0,05 maka distribusi data adalah normal, begitupun sebaliknya. Jika nilai asymp.sig kurang dari 0,05 maka distribusi data adalah tidak normal. Hasil uji normalitas dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

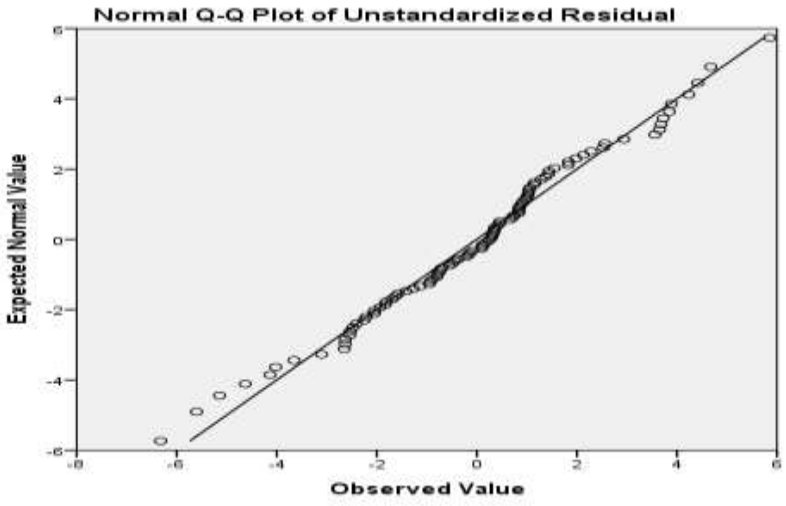
Tabel 4.14
Uji Normalitas menggunakan one sample K-S

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		98
Normal Parameters[a,b]	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,30268969
Most Extreme Differences	Absolute	,073
	Positive	,073
	Negative	-,067
Test Statistic		,073
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200[c,d]

a. Test distribution is Normal.

Berdasarkan hasil output dapat dilihat bahwa nilai Asymp.Sig (2- tailed) 0,200 > 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa data terdistribusi normal. Sedangkan hasil pengujian data dengan menggunakan grafik normal Q-Q Plot pada spss terdapat pada gambar 4.1



Gambar 4.1

Berdasarkan gambar diatas bahwa data terdistribusi normal karena normalitas terpenuhi apabila data-data atau titik-titik terkumpul disekitar garis lurus.

2. uji heteroskedasitas

Uji heteroskedasitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan yang lain. Uji ini menggunakan uji Spearman Rho atau dengan melihat pola pada scaterplot, untuk mengetahui apakah data terjadi heteroskedasitas atau tidak terjadi heteroskedasitas dengan melihat nilai Sig. Jika sig variabel independen < 0.05 maka terjadi heteroskedasitas, begitupun sebaliknya jika sig variabel independen > 0,05 maka tidak terjadi heteroskedasitas. Hasil uji heteroskedasitas dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 4.15
Uji heteroskedasitas Spearman Rho

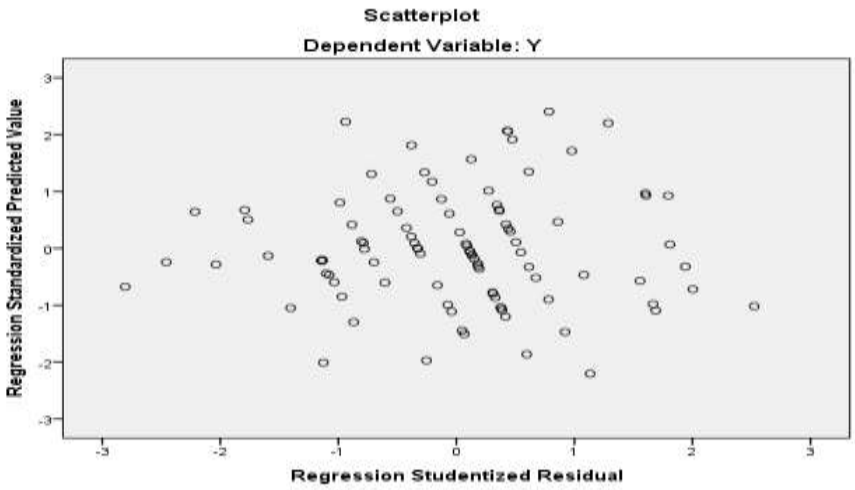
Correlations

			H1	H2	H3	H4	Unstandardized Residual
Spearman's rho	H1	Correlation Coefficient	1,000	,238*	,256*	,014	-,023
		Sig. (2-tailed)	.	,018	,011	,888	,822
		N	98	98	98	98	98
	H2	Correlation Coefficient	,238*	1,000	,212*	-,139	-,026
		Sig. (2-tailed)	,018	.	,036	,172	,796
		N	98	98	98	98	98
	H3	Correlation Coefficient	,256*	,212*	1,000	-,017	-,012
		Sig. (2-tailed)	,011	,036	.	,870	,904
		N	98	98	98	98	98
	H4	Correlation Coefficient	,014	-,139	-,017	1,000	-,035
		Sig. (2-tailed)	,888	,172	,870	.	,736
		N	98	98	98	98	98
	Unstandardized Residual	Correlation Coefficient	-,023	-,026	-,012	-,035	1,000
		Sig. (2-tailed)	,822	,796	,904	,736	.
		N	98	98	98	98	98

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Sumber : Data Output SPSS ver 22, 2024

Berdasarkan hasil output diatas dapat dilihat bahwa H1 memilki nilai sig 0,822 > 0,05 sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedasitas. H2 memilki nilai sig 0,796 > 0,05 sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedasitas. H3 memilki nilai sig 0,904 > 0,05 sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedasitas. H4 memilki nilai sig 0,736 > 0,05 sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedasitas. Dari ke empat variabel bebas terdeteksi tidak terjadi heteroskedasitas. Sedangkan hasil pengujian dengan menggunakan grafik scatterplot SPSS ver 22 terdapat pada gambar 4.2.



Gambar 4.2

3. Uji Multikolinearitas

Tujuan uji multikolinearitas adalah menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi multikolinearitas diatara variabel. Hasil uji multikolinearitas dapat dilihat pada tabel 4.11.

Tabel 4.16
hasil uji multikolinearitas

Coefficients[a]

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	H1	,790	1,266
	H2	,921	1,086
	H3	,871	1,148
	H4	,933	1,072

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Data Output SPSS ver 22, 2024

Berdasarkan tabel diatas maka diperoleh nilai tolerance pada variabel H1 sebesar 0,790 dan nilai VIF sebesar 1.266 sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas. Nilai tolerance pada variabel H2 sebesar 0,921dan nilai VIF sebesar 1.086 sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinearitas. Nilai tolerance pada variabel H3 sebesar 0,871 dan nilai VIF sebesar 1.148 sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinearitas. Nilai tolarance pada variabel H4 sebesar 0,933 dan nilai VIF sebesar 1.072 sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinearitas.

d). Uji hipotesis

1. uji t (parsial)

Uji parsial yaitu uji statistik secara individual untuk mengetahui masing-masing variabel bebas terhadap veriabel terikat.

Tabel 4.17
Hasil Uji T parsial
Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	13,325	2,563		5,199	,000
	H1	-,203	,099	-,231	-2,053	,043
	H2	,055	,106	,057	,521	,603
	H3	,286	,103	,293	2,789	,006
	H4	,169	,085	,195	1,995	,049

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Data Output SPSS ver 22, 2024

Berdasarkan hasil uji T diperoleh Variabel H1 terhadap Variabel Y Nilai Sig 0,043 < 0,05 dan nilai T hitung > T tabel = 2.053 > 1.661, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel independen (H1) secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependen (Y).

Variabel H2 terhadap Y dengan Nilai sig 0,603 > 0,05 Dan T hitung < t tabel = 521 < 1.661, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel independen (H2) secara parsial tidak terdapat pengaruh terhadap variabel dependen (Y).

Variabel H3 terhadap Y dengan Nilai sig 0,006 < 0,05 Dan T hitung < t tabel = 2789 > 1.661, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel independen (H3) secara parsial tidak terdapat pengaruh terhadap variabel dependen (Y).

Variabel H4 terhadap Y dengan Nilai sig 0,049 < 0,05 Dan T hitung > t tabel = 1,995 > 1.661 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel independen (H4) secara parsial terdapat pengaruh terhadap variabel dependen (Y).

Tabel 4.18
Hasil Uji R^2 (determinan)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,424[a]	,180	,145	1,99554

a. Predictors: (Constant), H4, H2, H3, H1

Sumber : Data Output SPSS ver 22, 2024

Berdasarkan hasil Dari output diatas didapatkan Nilai *Adjust R square* (koefisien determinasi) sebesar 0,145 maka bisa disimpulkan bahwa pengaruh variabel independen (H1,H2,H3 dan H4) terhadap Variabel dependen (Y) sebesar 14,5%, dimana sebesar yang lainnya yaitu 85,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

B. Pembahasan Hasil Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah faktor kualitas layanan, kemudahan pengguna, persepsi resiko dan faktor layanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dengan menggunakan aplikasi *Mobile banking Livin*. Maka dalam penelitian ini untuk mendapatkan data yang relevan dan akurat menggunakan kuesioner yang dibagikan kepada 98 orang responden kemudian mengumpulkannya kembali. Peneliti menggunakan pengujian analisis data dengan menggunakan Program *SPSS* versi 22.

Hasil uji t (parsial menyatakan bahwa kualitas layanan (H1) dan faktor layanan (H4) berpengaruh terhadap kepuasan Nasabah (Y) sedangkan kemudahan pengguna (H2) dan persepsi resiko (H3) tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah (Y). Lebih lanjut uji simultan (Uji F) menyatakan bahwa Variabel bebas (H) secara simultan berpengaruh terhadap variabel terikat (Y), uraian untuk masing-masing hasil uji dijelaskan sebagai berikut.

a. Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah

Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukan bahwa kualitas layanan (H1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y) yang dibuktikan dengan uji t kualitas layanan (H1) diperoleh T_{hitung} 2.053 > T_{tabel} 1.661 dan nilai sig 0,043 < 0,05 hal ini menunjukan bahwa kualitas layanan

(H1) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y). Hasil analisis yang menunjukan bahwa kualitas layanan (H1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y) melalui aplikasi *Mobile banking* Livin di Bank Mandiri Kcp Imam bonjol artinya jika kualitas layanan (H1) ditingkatkan maka kepuasan nasabah juga akan meningkat. Maka kesimpulannya adalah H_O ditolak dan H_a diterima. Secara umum responden memberi penilaian positif tentang kualitas layanan (H1).

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rianto dengan hasil penelitianya menyatakan bahwa kualitas layanan sangat berhubungan erat dengan kepuasan nasabah.[39] Jika kenyataan yang diterima lebih dari yang diharapkan maka layanan dapat dikatakan bermutu dan nasabah akan puas sebaliknya jika kenyataan kurang dari yang diharapkan maka layanan dikatakan tidak bermutu dan nasabah akan kecewa atau tidak puas.

b. Kemudahan pengguna terhadap kepuasan nasabah

Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukan bahwa kemudahan pengguna (H2) tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah (Y) yang dapat dibuktikan dengan hasil uji t kepuasan nasabah (H2) diperoleh $T_{hitung} < T_{tabel}$ = 521 < 1.661 dan nilai sigifikan 0,603 > 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel independen (H2) secara parsial tidak terdapat pengaruh terhadap variabel dependen (Y).

[39] Rianto, *Pengaruh pelayanan mobile banking terhadap kepuasan nasabah,* Jurnal ilmu perbankan dan keuangan syariah 2, N0. 1 (2020).

Hasil analisis yang menunjukan bahwa kemudahan pengguna (H2) Tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah (Y) melalui aplikasi *Mobile banking Livin* di Bank Mandiri Kcp Imam bonjol. Maka kesimpulannya adalah H_O diterima dan H_a ditolak. Secara umum responden memberi penilaian negatif tentang kemudahan pengguna (H2). Selain itu kemudahan pengguna yang berlebihan juga dapat memberikan dampak negatif terhadap kepuasan nasabah karena dapat membuat nasabah merasa tidak mendapatkan nilai tambah yang cukup.

Hasil dari penelitian ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Deliyana yang menjelaskan bahwa variabel kemudahan pengguna secara Parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.[40]

c. Persepsi resiko terhadap kepuasan nasabah

Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukan bahwa persepsi resiko (H3) berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y) yang dibuktikan dengan uji t persepsi resiko (H3) diperoleh T_{hitung} 2789 < T_{tabel} 1.661 dan nilai sig 0,006 < 0,05 hal ini menunjukan bahwa persepsi resiko (H2) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y).

Hasil analisis yang menunjukan bahwa persepsi resiko (H3) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y) melalui aplikasi *Mobile banking* Livin di Bank Mandiri Kcp Imam bonjol artinya jika persepsi resiko (H3) secara parsial memberikan pengaruh signifikan terhadap

[40] Deliyana*, "pengaruh faktor kemudahan, keamanan, kualitas layanan dan fitur terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan mobile bangking bank syariah indonesia KCP magetan",* IAIN PONOROGO, 2024.

kepuasan nasabah. Hal ini menunjukan semakin tinggi persepsi resiko akan menurunkan kepuasan nasabah dimana sebaliknya semaki rendah persepsi resiko akan meningkatkan kepuasan nasabah. Hasil penelitian ini juga sama dengan penelitian yang dilakukan oleh Oci Aprillia perdana mengemukakan persepsi risiko berpengaruh signifikan secara statistik terhadap kepuasan nasabah.[41]

d. Faktor layanan terhadap kepuasan nasabah

Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukan bahwa faktor pelayanan (H4) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y) yang dibuktikan dengan uji T faktor layanan (H4) diperoleh T_{hitung} 1.995 > T_{tabel} 1.661 dan nilai sig 0,049 < 0,05 hal ini menunjukan bahwa faktor layanan (H4) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y).

Hasil analisis yang menunjukan bahwa faktor layanan (H4) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y) melalui aplikasi *Mobile banking Livin* di Bank Mandiri Kcp Imam bonjol artinya jika faktor layanan (H4) ditingkatkan maka kepuasan nasabah juga akan meningkat. Maka kesimpulannya adalah H_O ditolak dan H_a diterima. Secara umum responden memberi penilaian positif tentang faktor layanan (H4).

[41] Oci Aprillia Perdana, "*Pengaruh persepsi resiko dan persepsi teknologi terhadap kepuasan konsumen berbelanja di E-Commerce Shopee*", (Universitas islam Riau : Pekanbaru, 2021).

Faktor layanan dapat berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah, dikarenakan layanan yang baik sehingga dapat meningkatkan nasbah dan bahkan dapat menciptakan loyalitas nasabah. Hasil penelitian ini juga sama seperti hasil penelitian yang dilakukan oleh Cahyono yang mengemukakan bahwa faktor-faktor yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan atau nasabah yaitu kualitas produk, harga serta kualitas produk ataupun faktor layanan.[42]

e. Pengaruh Kualitas Layanan, Kemudahan Pengguna, Persepsi Resiko Dan Faktor Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Secara Simultan

berdasarkan hasil penelitian uji SPSS menunjukan bahwa kualitas layanan (H1), kemudahan pengguna (H2), persepsi risiko (H3), faktor layanan (H4) berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan nasabah (Y), yang dibuktikan dengan hasil statistik diperoleh Nilai F_{hitung} 5.009 > nilai F_{tabel} 2,31 nilai Nilai sig 0,001 < 0,05 oleh karena itu nilai signifikansi lebih kecil dibanding 0,05.

Hasil uji determinan R^2 pada penelitian ini diperoleh nilai determinan R^2 sebesar 0,145 yang berarti bahwa besarnya pengaruh variabel H1, H2,H3 dan H4 terhadap kepuasan nasabah adalah sebesar 0,145 atau 14,5%. Hasil analisis menunjukan bahwa H1, H2,H3 dan H4 berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y). Variabel H1,H2,H3 dan H4 berpengaruh sebesar 14,5% terhadap variabel Y, kesisahan dari 14,5% yaitu 85,5% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dijelaskan dalam peelitian ini.

[42] Cahyono*, "pengaruh efektivitas, kemudahan dan keamanan layanan terhadap kepuasan bertransaksi menggunakan mobile maslahah",* UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2023.

BAB V
PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Kualitas layanan (H1) berpegaruh secara parsial dan signifikan terhadap kepuasan nasabah, pengguna aplikasi *Mobile banking* livin. Hal ini dapat dilihat dari hasil uji t pada variabel H1 dengan nilai T_{hitung} 2.053 > T_{tabel} 1.661 dan nilai sig 0,043 < 0,05 hal ini menunjukan bahwa Kualitas layanan (H1) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y). Berdasarkan hasil tersebut menunjukan bahwa banyak pengguna yang merasa bahwa kualitas layanan yang disediakan ketika bertransaksi menggunakan apliasi *mobile banking* livin lebih memuaskan, sehingga dapat menciptakan kepuasan nasabah terhadap pelayanannya.
2. kemudahan pengguna (H2) tidak berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan nasabah bagi pengguna aplikasi *mobile banking livin*. Hal ini dapat dilihat dari hasil uji t pada variabel H2 dengan nilai $T_{hitung} < T_{tabel}$ = 521 < 1.661 dan nilai signifikan 0,603 > 0,05 , sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel independen (H2) secara parsial tidak terdapat pengaruh terhadap variabel dependen (Y). Berdasarkan hasil tersebut menunjukan bahwa kemudahan pengguna bukan lagi menjadi faktor penentu kepuasan nasabah.
3. persepsi resiko (H3) berpengaruh secara parsial dan siginifikan terhadap kepuasan nasabah (Y) bagi pengguna aplikasi *mobile banking livin.* Hal ini dapat dilihat dari hasil Uji T variabel H3 dengan nilai T_{hitung} 2.789 > T_{tabel} 1.661 dan nilai sig 0,006 < 0,05 hal ini menunjukan bahwa

persepsi resiko (H3) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y). Berdasarkan hasil tersebut menunjukan persepsi resiko berpengaruh secara siginifikan terhadap kepuasan nasabah dapat disebabkan oleh berbagai faktor, salah satunya adalah tingkat resiko yang dihadapi nasabah tetap tinggi, namun kepuasan nasabah tetap meningkat. Beberapa penelitian menunjukan bahwa semakin tinggi tingkat resiko makan akan semakin rendah tingkat kepuasan.

4. faktor layanan (H4) berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna aplikasi *Mobile banking livin*. Hal ini dapat dilihat dari hasil uji T pada variabel H1 dengan nilai T_{hitung} 1.995 > T_{tabel} 1.661 dan nilai sig 0,049 < 0,05 hal ini menunjukan bahwa faktor layanan (H4) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y).
5. Kualitas layanan, kemudahan pengguna, persepsi resiko dan Faktor layanan berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap kepuasan nasabah dengan menggunakan aplikasi *Mobile Banking* Livin. Hal ini dibuktikan dengan hasil statistik Nilai F_{hitung} 5.009 > nilai F_{tabel} 2,31 nilai Nilai sig 0,001 < 0,05 oleh karena itu nilai signifikansi lebih kecil dibanding 0,05.

B. Implikasi Penelitian

Mobile banking merupakan layanan perbankan yang memungkinkan nasabah melakukan transaksi perbankan melalui ponsel atau smartphone. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan maka peneliti mengemukakan saran sebagai berikut.

1. bagi bank mandiri, hendaknya selalu memberikan layanan serta validasi data guna menjaga keamanan informasi data pribadi sehingga nasabah dapat melalukan verifikasi saat bertransaksi, selain itu pihak bank mandiri juga tetap mempertahankan kemudahan dalam menggunakan *Mobile banking livin* kepada nasabah.
2. bagi nasabah bank mandiri, hendakya untuk selalu bisa percaya kepada bank mandiri dengan menggunakan segala produk yang disediakan oleh pihak bank, dengan meggunakan Aplikasi Transaksi *Mobile banking Livin* juga merupakan salah satu memanfaatkan produk yang telah disedikan oleh bank mandiri.

DAFTAR PUSTAKA

Ahmad Aminudin, Latar Belakang Nasabah Di Lingkungan Mahasiswa Febi Dalam Menggunakan E-Banking Di BSI KC 1 Palangka Raya, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negri Palang Karaya, 2021

Annisa Fitri Iriani , "Minat Nasabah Dalam Penggunaan *Mobile banking* Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Kota Palopo", Jurnal Of Management and Bussines, Vol. 2, No. 2, Oktober 2018

Asep Hermawan dan Husna Leila Yusron. Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif. Jakarta: Kencana, 2017.

Elisabet Yunaeti Anggraeni, Dkk., Buku Ajar E-Business & E-Commerce, (Indramayu: Adab, 2022)

FreddyRangkuti. Customer Service Satisfaction & Call Center Berdasarkan Iso 9001. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2020.

Haryadi Sarjono, *SPSS vs Lisrel Sebuah Pengantar Aplikasi Untuk Riset* (Jakarta: Cet. III : Jakarta Salemba Empat, 2011).

Hastuti, Rizka dan Aditya Wardhana. "Kualitas Layanan *Mobile banking* Bank Syariah Mandiri Terhadap Kepuasan Nasabah." E-Proceeding of Management. Vol. 5. No. 2. 2018.

Iin Soraya, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Jakarta Dalam Mengakses Fortal Media Jakarta Smart City", Jurnal Komunikasi, Volume Vi, No. 1, Maret 2020ji,

Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21, Edisi 7* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2013).

Irfan NurahmadiHarish. "Pengaruh Kepercayaan Nasabah dan Kualitas Layanan *Mobile banking* Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus pada Bank Syariah Mandiri Depok)." Skripsi. Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2017.

Kasmir. Manajemen Perbankan. Jakarta: Rajawali Pers, 2018.

Luthfi Nuraini,"Aplikasi Technology Acceptance Model (Tam) Terhadap Pengguna Layanan Internet Banking di Kota Tangerang", Jurnal Ekonomi Bisnis, Tangerang, Volume 26, Nomor 2, Tahun 2020

M Arif. Nur Rianto Al. Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah. Bandung: Alfabeta, 2016

Muhammad Fadhli,dan Rudy Fachruddin, "*Pengaruh Persepsi Nasabah Atas Risiko, Kepercayaan, Manfaat, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Penggunaan Internet Banking (Studi Empiris Pada Nasabah Bank Umum Di Kota Banda Aceh."*

Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder"*, (cet. V : Jakarta : PT. Rajagrafindo Persada, 2016), 2016.

Nasrawati, *Pengaruh Kemudahan, Keamanan, Kualitas Dan Kepercayaan Terhadap Minat Mengguankan Internet Banking (Studi Kasus Civitas Akademika IAIN Palu* (Palu: IAIN PALU, 2021).

Ni Putu Rita Arini Indiawati, "Kepuasan Pengguna E-Banking Oleh Mahasiswa Universitas Pendidikan Ganesa Sebagai Nasabah Pt. Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk Kantor Cabang Singaraja", Jurnal Pendidikan Ekonomi, Vol. 3, No. 1, Juni 2019

Priansa Donni Juni. Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer. Bandung: Alfabeta, 2017.

Ratminto, dkk. Pelayanan Prima: Pedoman Penerapan Momen Kritis Pelayanan dari A sampai Z. Yogyakarta: UGM Press, 2018.

Rizka Hastutidan Aditya Wardhana. "Kualitas Layanan *Mobile banking* Bank Syariah Mandiri Terhadap Kepuasan Nasabah." E-Proceeding of Management. Vol. 5. No. 2. 2018.

Shafira Febriani, *"Pengaruh Literasi Keuangan Dan Perilaku Keuangan Terhadap Kinerja UMKM Di Kota Malang"* (2022).

Sugiyono, *Statisika Untuk Penelitian, (Bandung: Alfabeta, 2017).*

Sumanto, *Statistik Terapan* (Cet. I CAPS Center of Academic Publishing Service, 2016).

Suwartono, *Dasar-Dasar Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2014).

TatikSuryani. Manajemen Strategik Bank di Era Global: Menciptakan Nilai Unggul untuk Kepuasan Nasabah. Jakarta: Prenadamedia Group, 2017.

Tjiptono, Fandy. Manajemen Jasa. Yogyakarta: Andi, 2017

Tony Sitinjak dkk. Model Matriks Konsumen untuk Menciptakan Superior Customer Value. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2019.

V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Lengkap, Praktis Dan Mudah Dipahami* (Yogyakarta: Pustaka Baru Pres, 2014).

V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Lengkap, Praktis Dan Mudah Dipahami*.

Wahid Sulaiman, *Analisis Regresi Menggunakan SPSS* (Yogyakarta: : Andi, 2018).

Lampiran 4 Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

Saya Abdul Hayyi Mahasiswa Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Datokara Palu. Saat ini sedang menyelesaikan Skripsi dengan judul "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Menggunakan *Mobile banking* (Studi Kasus Pada Pengguna *Mobile banking* Livin Di Bank Mandiri Kcp Palu Imam Bonjol)." Demi melengkapi kesempurnaan skripsi saya, tentunya bantuan dari berbagai pihak sangat membantu termasuk kesediaan bapak/ibu mengisi kuesioner ini. Terima kasih saya haturkan atas kesediaan bapak/ibu membantu mengisi kuesioner ini. Saya mempersilahkan untuk tidak menuliskan nama demi menjamin kerahasiaan identitas bapak/ibu. Bapak/ibu cukup mengisi yang kami sajikan dibawah ini:

A. Identitas Responden

a. Nama Lengkap :

b. Umur : Tahun

c. Jenis Kelamin : □ Laki-Laki □ Perempuan

d. Pendidikan Terakhir :

e. Pekerjaan :

B. Tata Cara Pengisisan Kuesioner

Bapak/ Ibu dapat memberikan jawaban dengan tanda ceklis (√) pada kolom jawaban yang sesuai dengan pendapat Bapak/ Ibu. Setiap pertanyaan hanya terdapat satu pilihan jawaban, dengan alternatif jawaban sebagai berikut:

1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

2 = Tidak Setuju (TS)

3 = Ragu-Ragu (R)

4 = Setuju (S)

5 = Sangat Setuju (S)

B. Penilaian Nasabah

Berikut adalah tabel kuesioner untuk variabel **Kualitas Layanan (H1)**

No	Indikator	Pernyataan	SS	S	R	TS	STS
1	Keandalan	Aplikasi Livin' by Mandiri dapat diandalkan dalam menyelesaikan transaksi tanpa gangguan.					
2	Tanggap	Layanan aplikasi Livin' by Mandiri cepat dalam menanggapi permintaan atau masalah yang saya hadapi.					
3	Kepastian	Saya merasa yakin bahwa aplikasi Livin' by Mandiri memberikan hasil transaksi yang akurat dan sesuai harapan.					
4	Empati	Customer service aplikasi Livin' by Mandiri menunjukkan perhatian terhadap kebutuhan saya sebagai nasabah.					
5	Bukti Fisik	Desain dan tampilan aplikasi Livin' by Mandiri memberikan kesan profesional dan mudah dipahami.					

Berikut adalah tabel kuesioner untuk variabel **Kemudahan Pengguna (H2)**

No	Indikator	Pernyataan	SS	S	R	TS	STS
1	Kemudahan Akses Informasi	Saya merasa mudah dalam menemukan informasi yang saya butuhkan pada aplikasi Livin' by Mandiri.					
2	Kemudahan Menggunakan Fitur	Fitur-fitur pada aplikasi Livin' by Mandiri mudah digunakan dan dimengerti, bahkan oleh pengguna baru.					
3	Kemudahan Transaksi	Saya merasa proses transaksi di aplikasi Livin' by Mandiri sangat mudah dan cepat.					
4	Kemudahan Navigasi	Navigasi dalam aplikasi Livin' by Mandiri sangat intuitif, sehingga saya bisa mengakses fitur dengan mudah.					
5	Kemudahan Penyelesaian Tugas	Saya merasa dapat menyelesaikan setiap tugas yang saya inginkan (misalnya					

		pembayaran atau transfer) dengan mudah melalui aplikasi Livin' by Mandiri.					

Berikut adalah tabel kuesioner untuk variabel **Persepsi Risiko (H3)**

No	Indikator	Pernyataan	SS	S	R	TS	STS
1	Risiko Finansial	Saya merasa khawatir tentang potensi kerugian finansial saat menggunakan aplikasi Livin' by Mandiri.					
2	Risiko Privasi	Saya khawatir bahwa data pribadi saya mungkin tidak aman saat menggunakan aplikasi Livin' by Mandiri.					
3	Risiko Keamanan	Saya merasa aplikasi Livin' by Mandiri aman dari risiko kebocoran informasi.					
4	Risiko Transaksi	Saya merasa khawatir transaksi saya mungkin mengalami gangguan atau tidak berhasil di aplikasi Livin' by Mandiri.					
5	Risiko Teknologi	Saya merasa aplikasi Livin' by Mandiri memiliki sistem keamanan yang dapat melindungi saya dari risiko peretasan.					

Berikut adalah tabel kuesioner untuk variabel **Faktor Layanan (H4)**

No	Indikator	Pernyataan	SS	S	R	TS	STS
1	Kecepatan Layanan	Aplikasi Livin' by Mandiri memberikan layanan yang cepat dalam setiap transaksi.					
2	Ketepatan Layanan	Aplikasi Livin' by Mandiri memastikan ketepatan data dan informasi pada setiap transaksi yang saya lakukan.					
3	Kesopanan Staf	Layanan pelanggan Livin' by Mandiri disediakan oleh staf yang sopan dan profesional.					
4	Tanggap Terhadap Masalah	Staf atau layanan bantuan dari Livin' by Mandiri cepat dalam menanggapi masalah atau keluhan pengguna.					
5	Kualitas Informasi	Informasi yang diberikan oleh aplikasi Livin' by Mandiri akurat					

		dan mudah dipahami oleh pengguna.					

Berikut adalah tabel kuesioner untuk variabel **Kepuasan Nasabah (Y)**

No	Indikator	Pernyataan	SS	S	R	TS	STS
1	Kepuasan Kualitas Layanan	Saya merasa puas dengan kualitas layanan yang diberikan oleh aplikasi Livin' by Mandiri.					
2	Kepuasan Kemudahan Penggunaan	Aplikasi Livin' by Mandiri memberikan kemudahan dalam penggunaan dan navigasi aplikasi.					
3	Kepuasan Keamanan	Saya merasa puas karena aplikasi Livin' by Mandiri memberikan keamanan yang baik dalam transaksi online saya.					
4	Kepuasan Fitur Layanan	Fitur layanan pada aplikasi Livin' by Mandiri sesuai dengan yang saya butuhkan dan sangat membantu.					
5	Kepuasan Umum	Secara keseluruhan, saya merasa puas dengan pengalaman menggunakan aplikasi Livin' by Mandiri.					

VARIABEL H1

Aplikasi Livin' by Mandiri dapat diandalkan dalam menyelesaikan transaksi tanpa gangguan.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TIDAK SETUJU	28	28,6	28,6	28,6
	NETRAL	31	31,6	31,6	60,2
	SETUJU	21	21,4	21,4	81,6
	SANGAT SETUJU	18	18,4	18,4	100,0
	Total	98	100,0	100,0	

Layanan aplikasi Livin' by Mandiri cepat dalam menanggapi permintaan atau masalah yang saya hadapi.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT TIDAK SETUJU	12	12,2	12,2	12,2
	TIDAK SETUJU	36	36,7	36,7	49,0
	NETRAL	31	31,6	31,6	80,6
	SETUJU	13	13,3	13,3	93,9
	SANGAT SETUJU	6	6,1	6,1	100,0
	Total	98	100,0	100,0	

Desain dan tampilan aplikasi Livin' by Mandiri memberikan kesan profesional dan mudah dipahami.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TIDAK SETUJU	7	7,1	7,1	7,1
	NETRAL	32	32,7	32,7	39,8
	SETUJU	32	32,7	32,7	72,4
	SANGAT SETUJU	27	27,6	27,6	100,0
	Total	98	100,0	100,0	

Saya merasa yakin bahwa aplikasi Livin' by Mandiri memberikan hasil transaksi yang akurat dan sesuai harapan.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TIDAK SETUJU	29	29,6	29,6	29,6
	NETRAL	35	35,7	35,7	65,3
	SETUJU	18	18,4	18,4	83,7
	SANGAT SETUJU	16	16,3	16,3	100,0
	Total	98	100,0	100,0	

Customer service aplikasi Livin' by Mandiri menunjukkan perhatian terhadap kebutuhan saya sebagai nasabah.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TIDAK SETUJU	12	12,2	12,2	12,2
	NETRAL	38	38,8	38,8	51,0
	SETUJU	34	34,7	34,7	85,7
	SANGAT SETUJU	14	14,3	14,3	100,0
	Total	98	100,0	100,0	

VARIABEL H

Saya merasa mudah dalam menemukan informasi yang saya butuhkan pada aplikasi Livin' by Mandiri.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT TIDAK SETUJU	1	1,0	1,0	1,0
	TIDAK SETUJU	18	18,4	18,4	19,4
	NETRAL	35	35,7	35,7	55,1

	SETUJU	30	30,6	30,6	85,7
	SANGAT SETUJU	14	14,3	14,3	100,0
	Total	98	100,0	100,0	

Fitur-fitur pada aplikasi Livin' by Mandiri mudah digunakan dan dimengerti, bahkan oleh pengguna baru.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT TIDAK SETUJU	7	7,1	7,1	7,1
	TIDAK SETUJU	24	24,5	24,5	31,6
	NETRAL	25	25,5	25,5	57,1
	SETUJU	28	28,6	28,6	85,7
	SANGAT SETUJU	14	14,3	14,3	100,0
	Total	98	100,0	100,0	

Saya merasa proses transaksi di aplikasi Livin' by Mandiri sangat mudah dan cepat.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TIDAK SETUJU	10	10,2	10,2	10,2
	NETRAL	36	36,7	36,7	46,9
	SETUJU	39	39,8	39,8	86,7
	SANGAT SETUJU	13	13,3	13,3	100,0
	Total	98	100,0	100,0	

Navigasi dalam aplikasi Livin' by Mandiri sangat intuitif, sehingga saya bisa mengakses fitur dengan mudah.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TIDAK SETUJU	15	15,3	15,3	15,3
	NETRAL	34	34,7	34,7	50,0
	SETUJU	35	35,7	35,7	85,7
	SANGAT SETUJU	14	14,3	14,3	100,0
	Total	98	100,0	100,0	

Saya merasa dapat menyelesaikan setiap tugas yang saya inginkan (misalnya pembayaran atau transfer) dengan mudah melalui aplikasi Livin' by Mandiri.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT TIDAK SETUJU	2	2,0	2,0	2,0
	TIDAK SETUJU	24	24,5	24,5	26,5
	NETRAL	37	37,8	37,8	64,3
	SETUJU	17	17,3	17,3	81,6
	SANGAT SETUJU	18	18,4	18,4	100,0
	Total	98	100,0	100,0	

VARIABEL H3

Saya merasa khawatir tentang potensi kerugian finansial saat menggunakan aplikasi Livin' by Mandiri.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TIDAK SETUJU	15	15,3	15,3	15,3
	NETRAL	42	42,9	42,9	58,2
	SETUJU	24	24,5	24,5	82,7
	SANGAT SETUJU	17	17,3	17,3	100,0
	Total	98	100,0	100,0	

Saya khawatir bahwa data pribadi saya mungkin tidak aman saat menggunakan aplikasi Livin' by Mandiri.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TIDAK SETUJU	22	22,4	22,4	22,4
	NETRAL	33	33,7	33,7	56,1
	SETUJU	21	21,4	21,4	77,6
	SANGAT SETUJU	22	22,4	22,4	100,0
	Total	98	100,0	100,0	

Saya merasa aplikasi Livin' by Mandiri memiliki sistem keamanan yang dapat melindungi saya dari risiko peretasan.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT TIDAK SETUJU	3	3,1	3,1	3,1
	TIDAK SETUJU	18	18,4	18,4	21,4
	NETRAL	28	28,6	28,6	50,0
	SETUJU	34	34,7	34,7	84,7
	SANGAT SETUJU	15	15,3	15,3	100,0
	Total	98	100,0	100,0	

Saya merasa khawatir transaksi saya mungkin mengalami gangguan atau tidak berhasil di aplikasi Livin' by Mandiri.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT TIDAK SETUJU	3	3,1	3,1	3,1
	TIDAK SETUJU	4	4,1	4,1	7,1
	NETRAL	28	28,6	28,6	35,7
	SETUJU	36	36,7	36,7	72,4
	SANGAT SETUJU	27	27,6	27,6	100,0
	Total	98	100,0	100,0	

Saya merasa aplikasi Livin' by Mandiri aman dari risiko kebocoran informasi.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT TIDAK SETUJU	8	8,2	8,2	8,2
	TIDAK SETUJU	27	27,6	27,6	35,7
	NETRAL	22	22,4	22,4	58,2
	SETUJU	18	18,4	18,4	76,5
	SANGAT SETUJU	23	23,5	23,5	100,0
	Total	98	100,0	100,0	

VARIABEL H4

Aplikasi Livin' by Mandiri memberikan layanan yang cepat dalam setiap transaksi.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT TIDAK SETUJU	1	1,0	1,0	1,0
	TIDAK SETUJU	24	24,5	24,5	25,5
	NETRAL	29	29,6	29,6	55,1
	SETUJU	26	26,5	26,5	81,6
	SANGAT SETUJU	18	18,4	18,4	100,0
	Total	98	100,0	100,0	

Aplikasi Livin' by Mandiri memastikan ketepatan data dan informasi pada setiap transaksi yang saya lakukan.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TIDAK SETUJU	2	2,0	2,0	2,0
	NETRAL	39	39,8	39,8	41,8
	SETUJU	30	30,6	30,6	72,4
	SANGAT SETUJU	27	27,6	27,6	100,0
	Total	98	100,0	100,0	

Layanan pelanggan Livin' by Mandiri disediakan oleh staf yang sopan dan profesional.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TIDAK SETUJU	23	23,5	23,5	23,5
	NETRAL	40	40,8	40,8	64,3
	SETUJU	20	20,4	20,4	84,7
	SANGAT SETUJU	15	15,3	15,3	100,0
	Total	98	100,0	100,0	

Staf atau layanan bantuan dari Livin' by Mandiri cepat dalam menanggapi masalah atau keluhan pengguna.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TIDAK SETUJU	1	1,0	1,0	1,0
	NETRAL	46	46,9	46,9	48,0
	SETUJU	22	22,4	22,4	70,4
	SANGAT SETUJU	29	29,6	29,6	100,0
	Total	98	100,0	100,0	

Informasi yang diberikan oleh aplikasi Livin' by Mandiri akurat dan mudah dipahami oleh pengguna.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TIDAK SETUJU	13	13,3	13,3	13,3
	NETRAL	27	27,6	27,6	40,8
	SETUJU	29	29,6	29,6	70,4
	SANGAT SETUJU	29	29,6	29,6	100,0
	Total	98	100,0	100,0	

VARIBAEL Y

Saya merasa puas dengan kualitas layanan yang diberikan oleh aplikasi Livin' by Mandiri.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TIDAK SETUJU	6	6,1	6,1	6,1
	NETRAL	43	43,9	43,9	50,0
	SETUJU	27	27,6	27,6	77,6
	SANGAT SETUJU	22	22,4	22,4	100,0
	Total	98	100,0	100,0	

Aplikasi Livin' by Mandiri memberikan kemudahan dalam penggunaan dan navigasi aplikasi.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT TIDAK SETUJU	1	1,0	1,0	1,0
	TIDAK SETUJU	13	13,3	13,3	14,3
	NETRAL	42	42,9	42,9	57,1
	SETUJU	22	22,4	22,4	79,6
	SANGAT SETUJU	20	20,4	20,4	100,0
	Total	98	100,0	100,0	

Saya merasa puas karena aplikasi Livin' by Mandiri memberikan keamanan yang baik dalam transaksi online saya.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TIDAK SETUJU	6	6,1	6,1	6,1
	NETRAL	27	27,6	27,6	33,7
	SETUJU	35	35,7	35,7	69,4
	SANGAT SETUJU	30	30,6	30,6	100,0
	Total	98	100,0	100,0	

Fitur layanan pada aplikasi Livin' by Mandiri sesuai dengan yang saya butuhkan dan sangat membantu.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT TIDAK SETUJU	1	1,0	1,0	1,0
	TIDAK SETUJU	21	21,4	21,4	22,4
	NETRAL	18	18,4	18,4	40,8
	SETUJU	33	33,7	33,7	74,5
	SANGAT SETUJU	25	25,5	25,5	100,0
	Total	98	100,0	100,0	

Secara keseluruhan, saya merasa puas dengan pengalaman menggunakan aplikasi Livin' by Mandiri.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	NETRAL	27	27,6	27,6	27,6
	SETUJU	42	42,9	42,9	70,4
	SANGAT SETUJU	29	29,6	29,6	100,0
	Total	98	100,0	100,0	

Lampiran 7

HASIL OUTPUT SPSS VER 22

1. Uji Descriptif

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
H1	98	10	25	16,40	2,685
H2	98	11	25	16,93	2,562
H3	98	11	25	17,28	2,716
H4	98	12	25	18,18	2,947
Y	98	12	24	18,77	2,380
Valid N (listwise)	98				

2 Uji Validitas

Correlations

		K1	K2	K3	K4	K5	K TOTAL
K1	Pearson Correlation	1	-,040	,009	-,018	-,129	,413**
	Sig. (2-tailed)		,696	,928	,863	,204	,000
	N	98	98	98	98	98	98
K2	Pearson Correlation	-,040	1	-,005	,082	-,037	,466**
	Sig. (2-tailed)	,696		,958	,420	,720	,000
	N	98	98	98	98	98	98
K3	Pearson Correlation	,009	-,005	1	-,070	,003	,406**
	Sig. (2-tailed)	,928	,958		,493	,974	,000
	N	98	98	98	98	98	98

Correlations

		KP1	KP2	KP3	KP4	KP5	KP TOTAL
KP1	Pearson Correlation	1	,196	-,077	-,094	,114	,497**
	Sig. (2-tailed)		,052	,449	,356	,264	,000
	N	98	98	98	98	98	98
KP2	Pearson Correlation	,196	1	-,002	-,173	-,291**	,407**
	Sig. (2-tailed)	,052		,986	,088	,004	,000
	N	98	98	98	98	98	98

KP3	Pearson Correlation	-,077	-,002	1	-,028	-,015	,338**
	Sig. (2-tailed)	,449	,986		,781	,882	,001
	N	98	98	98	98	98	98
KP4	Pearson Correlation	-,094	-,173	-,028	1	,298**	,403**
	Sig. (2-tailed)	,356	,088	,781		,003	,000
	N	98	98	98	98	98	98
KP5	Pearson Correlation	,114	-,291**	-,015	,298**	1	,482**
	Sig. (2-tailed)	,264	,004	,882	,003		,000
	N	98	98	98	98	98	98
KP TOTAL	Pearson Correlation	,497**	,407**	,338**	,403**	,482**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,001	,000	,000	
	N	98	98	98	98	98	98

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations

		P1	P2	P3	P4	P5	P TOTAL
P1	Pearson Correlation	1	,266**	,091	,122	-,062	,542**
	Sig. (2-tailed)		,008	,372	,230	,543	,000
	N	98	98	98	98	98	98
P2	Pearson Correlation	,266**	1	,014	,088	-,109	,461**
	Sig. (2-tailed)	,008		,891	,387	,284	,000
	N	98	98	98	98	98	98
P3	Pearson Correlation	,091	,014	1	,123	,234*	,647**
	Sig. (2-tailed)	,372	,891		,228	,020	,000
	N	98	98	98	98	98	98
P4	Pearson Correlation	,122	,088	,123	1	-,246*	,391**
	Sig. (2-tailed)	,230	,387	,228		,015	,000
	N	98	98	98	98	98	98
P5	Pearson Correlation	-,062	-,109	,234*	-,246*	1	,345**
	Sig. (2-tailed)	,543	,284	,020	,015		,001
	N	98	98	98	98	98	98
P TOTO	Pearson Correlation	,542**	,461**	,647**	,391**	,345**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,001	

TA L	N	98	98	98	98	98	98

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Correlations

		F1	F2	F3	F4	F5	F TOTAL
F1	Pearson Correlation	1	,116	,240*	,185	,122	,609**
	Sig. (2-tailed)		,256	,017	,068	,233	,000
	N	98	98	98	98	98	98
F2	Pearson Correlation	,116	1	,030	,162	,075	,458**
	Sig. (2-tailed)	,256		,767	,111	,462	,000
	N	98	98	98	98	98	98
F3	Pearson Correlation	,240*	,030	1	-,045	,112	,505**
	Sig. (2-tailed)	,017	,767		,657	,273	,000
	N	98	98	98	98	98	98
F4	Pearson Correlation	,185	,162	-,045	1	,157	,476**
	Sig. (2-tailed)	,068	,111	,657		,122	,000
	N	98	98	98	98	98	98
F5	Pearson Correlation	,122	,075	,112	,157	1	,564**
	Sig. (2-tailed)	,233	,462	,273	,122		,000
	N	98	98	98	98	98	98
F TOTAL	Pearson Correlation	,609**	,458**	,505**	,476**	,564**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	98	98	98	98	98	98

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations

		KN1	KN2	KN3	KN4	KN5	KN TOTAL
KN1	Pearson Correlation	1	,010	,050	,208*	,086	,499**
	Sig. (2-tailed)		,926	,623	,040	,400	,000
	N	98	98	98	98	98	98
KN2	Pearson Correlation	,010	1	-,076	,058	,014	,382**
	Sig. (2-tailed)	,926		,457	,574	,890	,000

	N	98	98	98	98	98	98
KN3	Pearson Correlation	,050	-,076	1	,188	-,057	,414**
	Sig. (2-tailed)	,623	,457		,064	,577	,000
	N	98	98	98	98	98	98
KN4	Pearson Correlation	,208*	,058	,188	1	,167	,701**
	Sig. (2-tailed)	,040	,574	,064		,100	,000
	N	98	98	98	98	98	98
KN5	Pearson Correlation	,086	,014	-,057	,167	1	,390**
	Sig. (2-tailed)	,400	,890	,577	,100		,000
	N	98	98	98	98	98	98
KN TOTAL	Pearson Correlation	,499**	,382**	,414**	,701**	,390**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	98	98	98	98	98	98

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

3. Uji reliabilitas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,773	,772	5

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,752	,768	5

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,754	,750	5

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,804	,805	5

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,716	,719	5

4. Uji Heteroskesitas

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,541	1,523		-2,324	,022
	H1	,145	,066	,258	2,197	,031
	H2	,048	,061	,084	,789	,432
	H3	-,023	,067	-,040	-,351	,726
	H4	,172	,066	,269	2,613	,010

a. Dependent Variable: ABS_RES

5. Uji Multikolinearitas

Coefficients[a]

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	H1	,790	1,266
	H2	,921	1,086
	H3	,871	1,148
	H4	,933	1,072

a. Dependent Variable: Y

6. Uji T

Coefficients[a]

Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.

		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,541	1,523		2,324	,022
	H1	,145	,066	,258	2,197	,031
	H2	,048	,061	,084	,789	,432
	H3	-,023	,067	,040	-,351	,726
	H4	,172	,066	,269	2,613	,010
a. Dependent Variable: ABS_RES						

7. Uji F

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	81,221	4	20,305	5,099	,001[b]
	Residual	370,344	93	3,982		
	Total	451,565	97			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), H4, H2, H3, H1

8. Uji R

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,424[a]	,180	,145	1,99554

a. Predictors: (Constant), H4, H2, H3, H1

Lampiran Tabulasi Data

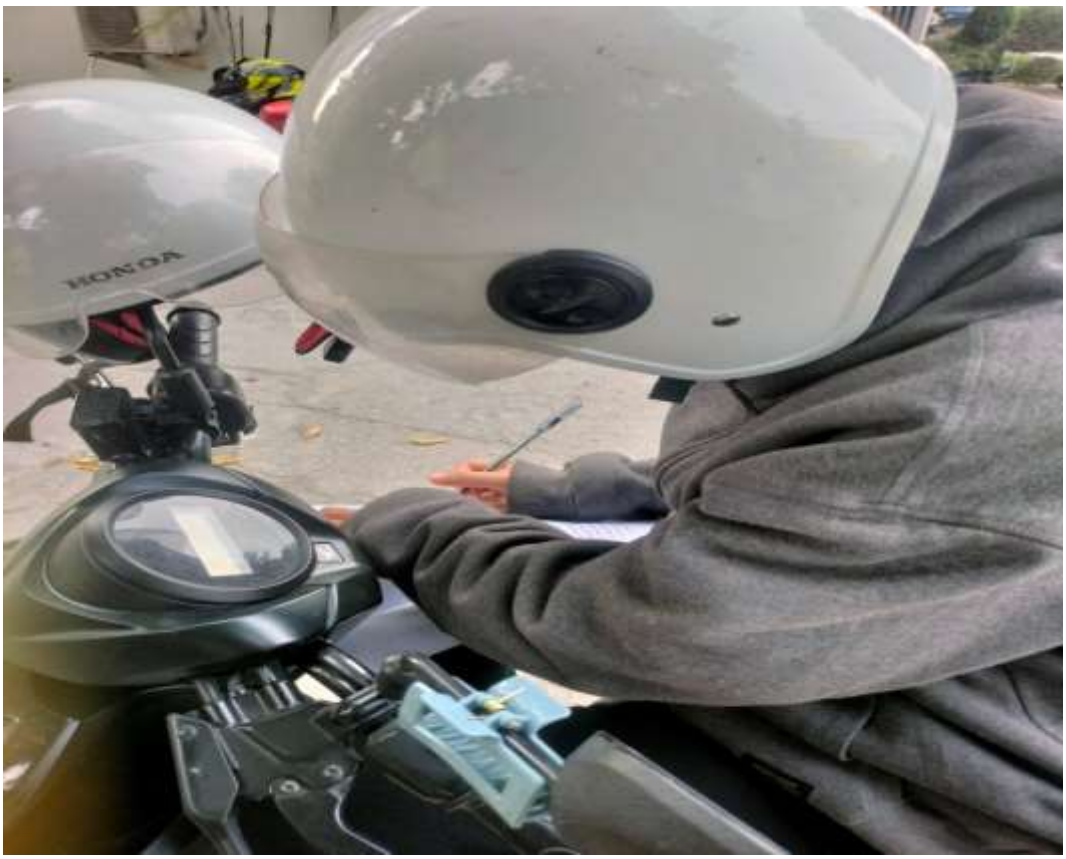
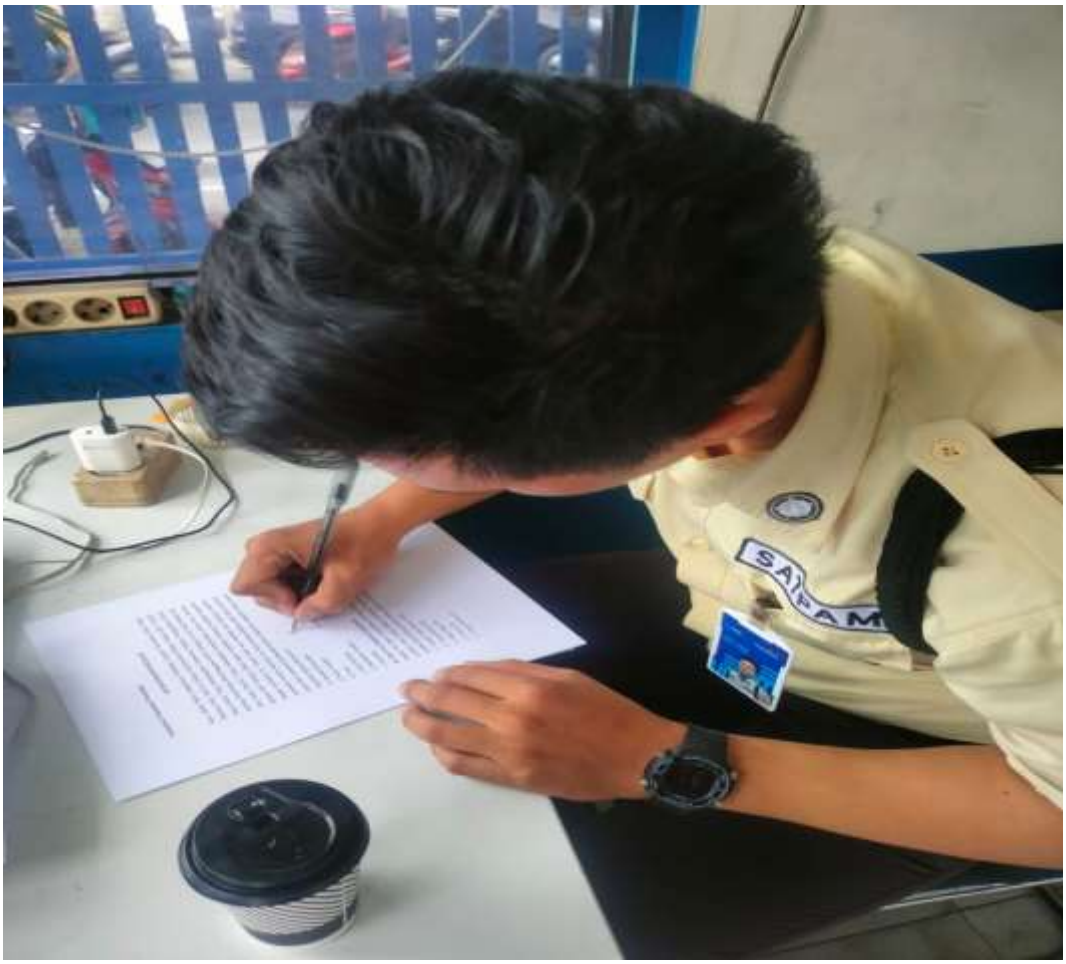
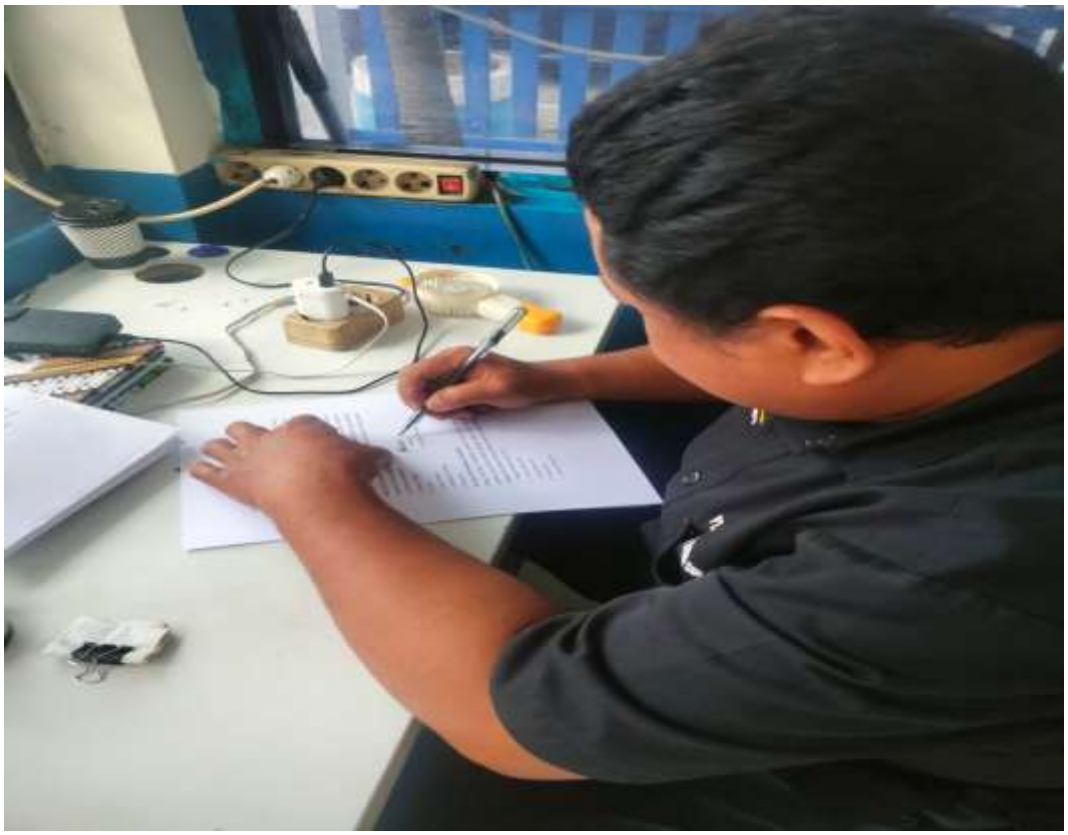
KUALITAS LAYANAN (H1)						KEMUDAHAN PENGGUNA (H2)						PERSEPSI RESIKO (H3)						FAKTOR LAYANAN (H4)						KEPUASAN NASABAH (Y)					
1	2	3	4	5	TOTAL	1	2	3	4	5	TOTAL	1	2	3	4	5	TOTAL	1	2	3	4	5	TOTAL	1	2	3	4	5	TOTAL
5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	3	2	2	5	2	14	5	4	5	5	4	23	5	3	5	5	5	23
4	3	2	5	5	19	4	1	4	3	2	14	3	2	2	5	2	14	5	3	5	5	5	23	5	3	5	4	5	22
3	3	4	4	5	19	5	1	5	3	3	17	2	2	2	5	2	13	5	4	5	5	4	23	5	3	4	3	5	20
2	3	4	4	4	17	5	5	5	5	5	25	3	2	2	5	3	15	5	3	5	5	5	23	4	2	4	4	4	18
2	3	3	5	4	17	2	1	4	2	3	12	4	3	2	4	4	17	4	4	5	3	4	20	5	3	3	3	5	19
2	3	3	3	5	16	2	2	4	3	2	13	5	4	2	3	2	16	5	5	4	5	4	23	4	4	5	4	4	21
4	2	3	3	4	16	3	3	4	4	3	17	4	5	1	3	1	14	4	4	5	3	4	24	4	2	5	5	5	21
2	2	5	4	3	16	4	3	3	3	4	17	3	4	1	4	1	13	5	5	4	5	5	24	5	3	5	4	4	21
3	2	4	3	5	17	3	2	2	4	3	14	4	4	1	5	1	15	4	5	5	5	4	23	4	2	4	4	5	19
5	5	5	5	5	25	4	3	3	4	4	18	5	5	5	5	5	25	5	5	4	4	5	23	3	4	4	5	3	19
2	2	3	2	5	14	3	2	3	5	3	16	5	3	1	5	2	16	4	5	3	3	4	16	3	3	5	2	3	16
2	4	4	3	3	16	4	4	3	5	4	20	3	3	4	5	2	17	3	3	4	3	3	16	4	4	4	4	3	19
3	3	4	4	3	17	5	4	2	4	3	18	5	3	4	5	3	20	3	3	5	4	3	18	2	3	4	5	4	18
4	5	5	3	3	20	5	3	3	3	4	18	5	5	3	4	2	19	5	5	5	5	5	25	2	4	4	3	5	18
2	2	4	5	3	16	5	2	4	4	4	15	5	5	4	5	3	22	4	4	3	3	3	17	2	2	3	2	4	13
2	2	4	4	4	16	5	3	5	5	5	23	5	4	2	4	4	19	5	3	3	4	3	18	3	2	4	2	3	14
3	3	4	3	4	17	4	2	4	4	5	19	4	5	2	4	4	19	4	2	3	3	4	16	4	1	5	3	3	16
4	2	5	3	4	18	4	4	5	2	5	20	3	4	2	4	3	16	5	5	5	5	5	25	5	4	5	4	5	23
2	3	4	2	5	16	3	5	4	3	2	17	3	5	1	3	2	14	4	3	3	3	5	18	3	5	4	4	3	19
2	4	3	2	4	15	2	4	5	2	3	16	4	4	2	3	4	17	5	4	4	3	3	19	5	5	3	4	3	20
3	3	3	3	5	17	3	3	4	3	2	15	3	3	3	3	3	15	4	3	5	3	3	18	3	5	3	4	3	18
4	2	2	4	5	17	4	5	3	3	2	17	4	4	5	3	3	18	5	5	5	5	5	25	5	3	5	4	5	22
2	3	2	3	4	14	5	2	3	3	3	16	3	4	5	4	3	19	4	4	3	4	2	17	4	2	4	3	3	16
5	2	2	3	5	17	4	3	3	4	4	17	4	5	5	5	4	23	5	5	4	4	2	20	4	3	5	4	4	20
5	3	3	3	3	23	3	3	2	5	5	18	3	5	3	5	5	21	3	3	5	4	4	19	3	2	3	5	4	17
3	2	4	3	3	15	3	2	3	4	4	24	4	5	4	4	4	21	5	3	2	4	4	18	4	2	4	3	4	19
3	3	3	4	3	16	2	2	4	5	5	18	2	3	5	4	4	18	4	5	2	4	5	20	3	2	4	2	3	14
5	2	5	5	2	19	1	3	5	3	3	15	3	3	4	4	3	17	4	3	2	4	3	16	3	2	5	5	4	19
5	2	3	4	3	17	3	2	4	4	3	16	4	3	3	3	3	16	5	3	3	4	5	20	2	2	4	2	5	15

5	2	5	5	3	20	4	2	4	3	3	19	3	3	3	3	2	14	4	3	3	4	3	17	2	2	3	2	3	12
4	2	3	4	3	16	2	1	4	3	3	13	4	3	3	4	2	16	5	3	4	4	3	19	3	2	4	2	4	15
4	3	2	5	2	17	2	2	4	4	3	15	5	4	3	5	2	19	4	4	2	4	3	17	4	5	5	2	3	19
4	4	2	4	3	17	2	1	3	4	4	14	4	5	4	4	2	21	3	4	4	4	5	20	3	5	3	2	4	17
3	5	3	4	4	19	3	2	3	3	2	13	5	4	5	5	3	22	2	5	5	4	4	20	3	4	4	5	4	20
2	3	2	4	3	14	3	3	3	4	2	15	4	5	4	3	4	20	2	3	3	3	5	16	4	3	4	5	4	20
2	2	2	5	5	16	2	4	4	4	2	16	3	4	5	3	5	19	1	3	2	4	5	15	4	5	5	5	5	24
2	2	4	4	4	12	2	4	3	3	2	14	4	3	4	2	5	18	2	4	3	5	5	19	4	3	4	5	4	20
2	1	3	3	5	13	3	4	4	3	1	15	3	4	5	3	4	19	4	4	4	3	5	20	3	5	5	5	5	23
2	1	3	4	4	14	2	3	3	3	1	12	2	5	4	3	4	18	5	4	3	3	5	20	3	5	4	4	4	20
3	1	2	5	5	16	3	5	4	4	2	18	3	3	5	4	3	18	3	5	4	5	5	22	4	5	5	4	3	21
4	2	2	4	4	10	3	4	3	4	3	17	2	3	4	5	3	17	3	4	3	3	5	19	4	3	4	5	3	19
2	3	3	3	5	16	5	3	4	5	2	19	3	4	3	3	4	17	3	3	2	5	5	18	5	3	4	3	4	19
3	4	3	3	4	17	4	4	5	4	4	21	2	3	2	3	5	15	4	4	3	3	5	19	3	3	4	4	5	19
2	5	2	4	3	16	4	5	4	5	3	21	3	5	2	2	4	16	3	5	4	3	3	18	3	3	4	2	4	16
5	2	3	3	3	16	4	2	3	4	4	17	3	3	2	3	4	15	2	3	3	3	3	14	4	5	4	2	3	18
5	1	2	3	4	15	4	2	3	3	3	15	3	2	2	2	5	14	3	4	2	5	4	18	3	4	5	3	3	18
4	2	2	4	3	15	3	2	4	4	5	18	3	3	2	1	4	13	3	5	3	4	4	19	3	4	5	4	4	20
3	1	2	3	3	12	3	3	4	4	5	19	3	5	3	1	4	16	5	4	3	4	3	19	2	3	4	4	4	17
2	2	2	2	2	10	3	2	3	4	4	16	2	2	2	1	4	11	3	3	2	3	2	13	3	5	3	2	5	18
4	1	3	2	3	13	2	1	2	3	3	11	3	2	1	2	5	13	2	3	3	3	3	14	4	3	3	1	4	15
3	1	2	2	4	12	2	2	2	3	2	11	2	2	2	3	5	14	3	3	4	2	2	14	4	5	3	2	4	18
4	2	2	2	3	13	3	2	3	3	3	14	3	2	3	3	4	15	2	4	3	3	4	16	3	5	3	2	3	16
3	3	3	4	4	17	2	3	4	4	4	17	4	2	4	4	4	18	2	3	4	3	2	14	3	4	5	4	4	20
4	3	2	3	5	17	3	4	3	4	3	17	3	3	5	4	4	19	2	4	3	4	2	15	4	3	3	4	4	18
2	3	2	4	4	15	2	4	4	5	3	18	3	5	4	5	3	15	3	2	3	3	4	15	4	4	5	5	4	22
2	3	3	4	4	16	3	3	4	5	2	17	4	4	3	4	4	19	2	5	3	4	4	18	3	3	5	3	4	18
2	3	3	5	5	18	4	2	5	4	3	18	4	3	3	5	5	19	2	3	4	3	3	15	4	5	3	2	5	19
5	4	3	4	4	20	2	2	4	5	5	18	4	3	3	4	4	18	2	3	3	3	2	13	3	3	3	2	4	15
5	4	2	5	5	21	3	2	3	4	5	17	3	4	4	5	3	19	3	4	2	4	2	15	3	3	2	3	3	16
3	3	2	4	4	16	2	2	3	5	5	17	3	5	4	4	3	19	4	5	3	3	2	17	4	3	2	5	5	19
2	3	3	5	5	18	3	1	4	4	5	17	2	4	4	5	4	19	2	3	3	3	2	13	4	4	2	5	4	19
3	2	4	3	5	17	3	2	4	5	5	19	3	3	5	4	4	19	3	4	5	3	4	19	4	5	2	3	4	18

4	4	5	3	5	21	3	2	3	3	5	16	5	2	5	3	5	20	4	5	3	4	2	18	4	4	4	2	5	19
2	3	5	3	4	17	4	3	3	4	4	18	5	3	5	4	3	20	2	3	2	3	2	12	5	3	5	4	3	20
3	4	4	4	5	20	5	3	2	4	5	19	5	4	5	3	3	20	3	5	3	3	2	16	5	4	5	4	4	22
4	2	5	4	4	19	4	4	3	3	3	17	5	5	5	4	2	21	3	3	4	3	5	18	3	3	3	2	4	15
4	2	3	3	5	17	4	3	4	4	2	17	4	3	5	5	2	19	4	4	3	5	4	20	3	3	4	3	5	18
3	1	2	4	4	14	5	4	4	3	5	21	5	3	5	3	4	20	3	3	2	5	4	17	4	3	3	3	3	16
2	3	4	4	5	18	4	5	5	4	4	22	4	3	5	4	4	20	3	4	3	5	3	18	5	3	3	5	4	23
5	4	3	4	4	20	4	5	4	2	2	17	3	2	5	3	4	17	2	3	2	3	3	13	3	3	4	2	5	17
3	2	5	3	3	16	3	5	4	2	2	16	2	2	5	3	3	15	2	4	2	3	4	19	3	3	4	4	4	18
3	2	5	4	3	17	5	5	3	2	3	18	3	2	5	4	3	17	3	3	3	5	3	17	5	3	3	5	5	21
3	3	3	3	4	16	3	4	2	2	4	15	2	2	4	3	3	14	4	4	4	3	3	18	5	3	3	5	3	19
3	2	5	2	5	17	3	4	2	2	3	14	2	2	5	4	4	17	2	4	4	3	5	18	3	3	5	5	4	23
3	3	4	2	4	12	4	3	3	2	4	15	3	2	4	4	5	18	2	5	3	5	5	20	3	5	5	5	5	23
4	3	3	3	3	16	4	3	3	2	5	17	4	2	3	5	5	19	3	4	4	3	5	19	5	3	3	5	4	20
4	4	2	4	4	18	4	4	4	3	4	19	3	3	3	5	4	18	4	3	3	3	5	18	3	3	3	2	3	16
5	2	5	3	3	18	3	4	5	4	3	19	4	5	3	5	3	20	4	5	2	5	5	21	5	4	4	2	3	18
5	1	2	2	3	13	3	4	4	3	3	17	3	5	3	4	4	19	2	3	3	3	5	16	5	4	3	5	5	22
5	4	4	2	3	18	4	4	3	2	3	16	3	5	2	4	4	18	3	4	3	3	5	18	3	3	5	4	4	19
5	5	2	3	2	17	5	5	2	3	3	18	3	4	3	5	5	20	2	5	3	3	3	16	3	4	5	4	3	19
3	2	5	4	3	17	4	4	3	2	3	16	3	3	2	4	4	16	3	3	3	3	3	15	5	3	4	3	4	19
2	2	4	3	2	13	3	5	4	3	2	17	2	3	2	4	4	15	2	3	3	5	3	16	3	3	2	4	5	17
2	3	3	3	2	13	3	4	3	4	3	17	3	3	2	5	3	16	3	5	3	3	4	18	3	5	4	4	4	20
4	1	3	4	3	15	3	5	4	3	2	17	4	2	2	4	3	17	3	4	2	3	5	17	3	4	5	5	3	20
3	2	2	3	2	13	3	3	3	4	3	16	3	2	2	3	2	12	4	3	2	5	4	18	5	4	4	4	4	17
3	2	2	3	4	14	4	3	4	2	2	15	2	2	2	3	2	11	2	5	3	5	4	19	3	5	4	4	5	21
3	3	2	5	3	16	2	4	5	3	3	17	3	2	1	3	2	11	3	3	4	5	4	19	5	4	4	3	3	19
4	2	3	3	3	15	2	4	4	3	2	15	4	5	1	4	3	17	4	5	3	5	4	21	4	3	5	3	4	19
3	4	2	3	4	16	3	4	3	4	3	17	5	3	2	4	4	18	3	3	2	5	3	16	5	3	5	5	5	23
3	1	3	4	4	15	4	5	3	4	2	18	5	4	4	3	5	21	2	5	2	3	3	15	3	3	5	4	4	19
3	1	3	3	5	15	3	4	3	3	3	16	5	3	3	4	5	20	3	5	2	5	3	18	3	3	4	4	3	17
4	2	3	4	4	17	4	4	2	3	2	15	4	4	2	3	3	16	4	3	2	3	3	15	3	5	3	4	4	19
5	2	4	3	5	19	3	3	3	4	3	16	3	3	3	4	4	17	4	4	3	3	4	18	3	4	3	5	4	19
5	3	5	4	4	21	4	3	4	3	2	16	3	3	5	5	3	19	2	3	4	3	4	16	3	5	3	4	5	20

3	2	3	3	3	14	4	4	4	2	3	17	2	3	3	4	3	15	2	4	2	5	3	16	3	4	3	3	5	18
2	3	3	2	3	13	5	3	4	3	2	17	3	5	2	4	2	16	3	3	2	5	4	17	3	3	3	3	5	17
3	4	3	3	3	16	4	4	5	2	3	18	2	4	3	5	3	17	4	5	2	3	4	18	5	4	2	4	5	20

DOKUMENTASI


HONDA