



Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking (Capital Flex) Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Capital

The Effect of Mobile Banking Service Quality (Capital Flex) on Bank Capital Customer Satisfaction

^{1)*} Lukman Al Hakim, ²⁾ Ilham Daylami, ³⁾ Diki Gita Purnama

Universitas Paramadina, Jakarta, Indonesia

Email: lukman.alhakim@students.paramadina.ac.id, ilham.daylami@students.paramadina.ac.id,
diki.purnama@paramadina.ac.id

*Correspondence: Lukman Al Hakim

DOI:

10.59141/comserva.v4i6.2482

ABSTRAK

Penelitian ini melibatkan 100 nasabah pengguna Capital Flex yang menggunakan layanan mobile banking Bank Capital. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menemukan faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan nasabah Bank Capital dengan layanan Mobile Banking mereka. Data utama dikumpulkan melalui kuesioner yang disebar melalui platform Google Forms dengan skala Likert. Program SPSS digunakan untuk menganalisis data. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode simple random sampling. Hasil penelitian menunjukkan bahwa elemen tangibility dan assurance memiliki pengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah, reliability dan empati memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah, responsivitas tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah, Bank Capital harus terus meningkatkan layanan mobile banking mereka, yang disebut Capital Flex, untuk lebih memenuhi harapan dan kebutuhan nasabah.

Kata kunci: Kualitas Layanan, Kepuasan Nasabah, Mobile Banking

ABSTRACT

This study involved 100 customers who use Capital Flex, the mobile banking service of Bank Capital. The purpose of this research is to identify the factors influencing Bank Capital customers' satisfaction with their mobile banking services. Primary data were collected through questionnaires distributed via Google Forms using a Likert scale. SPSS software was used to analyze the data. This study employs a quantitative approach with a simple random sampling method. The results show that tangibility and assurance have a positive but not significant effect on customer satisfaction, while reliability and empathy have a positive and significant effect on customer satisfaction. Responsiveness does not have a significant effect on customer satisfaction. Bank Capital should continuously improve their mobile banking services, known as Capital Flex, to better meet the expectations and needs of their customers.

Keywords: Service Quality, Customer Satisfaction, Mobile Banking

PENDAHULUAN

Di zaman modern, industri perbankan menghadapi persaingan yang semakin ketat baik di dalam negeri maupun di tingkat internasional (Safri, 2019). Keberhasilan dalam sektor perbankan sangat tergantung pada kepercayaan dan kepuasan pelanggan atau nasabah. Oleh karena itu, sangat krusial bagi perusahaan perbankan untuk mengelola kualitas layanan nasabah dengan optimal untuk

mempertahankan kepercayaan dan kepuasan mereka. (Pambudi & Soliha, 2021). Keberhasilan di industri perbankan sangat bergantung pada kepercayaan dan kepuasan nasabah. Oleh sebab itu, sangat krusial bagi bank guna mengelola kualitas layanan secara optimal guna mempertahankan kepercayaan dan kepuasan nasabah mereka. (Nurul et al., 2022). Peningkatan mutu layanan menjadi kunci pada menciptakan kepuasan pelanggan, karena pelanggan merupakan fokus utama peningkatan kepuasan dan kualitas layanan. (Nurul et al., 2022). Kualitas layanan menjamin bahwa kebutuhan dan keinginan konsumen terpenuhi serta sesuai dengan harapan mereka. (Lukita et al., 2020).

Kualitas layanan mencakup tingkat keunggulan yang diharapkan dan bagaimana keunggulan tersebut dikelola untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Faktor-faktor seperti bukti fisik, keandalan, daya tanggap, empati, dan jaminan adalah contoh kualitas layanan. (Afifah.A.B.Ikram, Antonio E. L. Nyoko, 2019). Layanan merupakan proses mengelola aktivitas dalam penerapan strategi perusahaan untuk menangani keluhan dan memenuhi standar kualitas yang diharapkan. (Nurul et al., 2022). Saat ini, industri perbankan mengalami persaingan yang sengit dalam sektor layanan keuangan. Selain upaya untuk menarik minat masyarakat agar menjadi nasabah, bank juga harus mengembangkan layanan serta produk inovatif guna memenuhi kepuasan pelanggan dan mempertahankan loyalitas mereka. Dengan kemajuan teknologi informasi, bank memanfaatkan teknologi ini sebagai sarana untuk menarik nasabah, yang tercermin dalam kebiasaan dan tren penggunaan teknologi informasi di kalangan masyarakat.

Teknologi dalam sektor perbankan menyediakan kenyamanan bagi nasabah dengan layanan berbasis mobile, memungkinkan mereka untuk melakukan transaksi perbankan melalui smartphone mereka. Keberagaman fungsionalitas perangkat mobile dapat diperluas melalui berbagai aplikasi yang mendukung aktivitas sesuai kebutuhan pengguna, yang tersedia untuk diunduh melalui Play Store, App Store, atau platform lainnya (Gita Purnama et al., 2023). Kepadatan jam kerja karyawan sering kali menyebabkan antrean panjang dalam transaksi perbankan, terutama dalam penarikan uang tunai, yang bisa merepotkan nasabah. Namun, kemajuan teknologi elektronik telah memberikan manfaat signifikan, terutama dalam sektor perbankan. Layanan perbankan yang cepat dan praktis saat ini semakin penting, menggantikan sistem tradisional yang sering kali mengakibatkan antrean yang panjang.

Mobile Banking, yaitu layanan perbankan melalui perangkat seluler seperti ponsel, memberikan kemudahan tanpa memerlukan kunjungan ke ATM. Layanan ini memungkinkan nasabah untuk melakukan transaksi kapan pun selama 24 jam sehari tanpa perlu ke kantor cabang bank. (Handayani & Anitasari, 2022). Bagi yang telah terbiasa menggunakan Mobile Banking, layanan ini sangat praktis dan nyaman. Penggunaan electronic banking (mobile banking) menghemat waktu nasabah karena transaksi dapat dilakukan dengan mudah dan praktis tanpa perlu antri di kantor bank atau mesin ATM. Transaksi dapat dilakukan kapan saja, di mana saja melalui jaringan elektronik seperti Internet, telepon pintar atau telepon seluler. (Agung Nugraha et al., 2024).

Mobile banking memanfaatkan teknologi informasi guna menyampaikan nilai tambah bagi nasabah dengan menyediakan kemudahan dan kelancaran dalam transaksi perbankan. Layanan ini menyediakan fitur-fitur seperti transfer antar rekening, pembayaran tagihan (seperti tagihan telpon serta listrik), pembelian pulsa serta paket data, serta akses informasi rekening. Keberadaan mobile banking mempermudah nasabah dalam kegiatan sehari-hari yang mengikuti tren digitalisasi, mempercepat dan menyederhanakan proses transaksi. Keefektifan layanan mobile banking tergantung pada kemudahan penggunaan dan interaksi dengan pengguna. (Sari et al., 2021). Bank perlu terus mempertahankan dan meningkatkan kualitas layanan mobile banking agar memastikan kepuasan nasabah. Nasabah yang puas dengan kualitas layanan mobile banking cenderung akan menggunakan layanan tersebut secara konsisten untuk setiap transaksi perbankan mereka (Vahlevi & Indra Vitaharsa, 2022).

1.1. Tujuan Penelitian

Studi ini memiliki tujuan guna mencari tahu tingkat kepercayaan nasabah kepada Bank Capital, penggunaan layanan mobile banking (Capital Flex) serta dampaknya kepada kepuasan nasabah. Studi ini juga mengevaluasi bagaimana mutu pelayanan mobile banking (Capital Flex) mempengaruhi kepuasan nasabah Bank Capital. Fenomena ini terkait dengan meningkatnya adopsi mobile banking di kalangan masyarakat. Aspek-aspek kualitas Capital Flex yang dianalisis dalam penelitian ini mencakup desain situs, kualitas informasi, akurasi, kecepatan, dan keamanan. Nasabah dapat melakukan berbagai transaksi dan layanan perbankan dengan fleksibel kapan pun dan di mana pun dengan mobile banking. Saat ini, banyak lembaga perbankan serta mengadopsi dan menyediakan akses mobile banking sebagai sarana untuk mengakses informasi keuangan.

1.2. Permasalahan

Dengan latar belakang tersebut, studi tentang mutu layanan mobile banking serta pengaruhnya kepada kepuasan nasabah di Bank Capital menjadi topik yang menarik mengingat permintaan layanan perbankan yang terus meningkat. Kepuasan nasabah menjadi faktor krusial bagi setiap bank, karena berdampak pada retensi nasabah dan keuntungan bank. Penelitian ini difokuskan pada nasabah Bank Capital, khususnya yang sudah menggunakan layanan mobile banking Bank Capital (Capital Flex).

1.3. Bank Capital

PT Bank Capital Indonesia, Tbk (Bank Capital) didirikan awalnya di Jakarta dengan nama "PT Bank Credit Lyonnais Indonesia" berdasarkan Akta Pendirian No. 139 tanggal 20 April 1989. Nama bank ini kemudian diubah menjadi "PT Bank Capital Indonesia" melalui Keputusan Rapat No. 1 tanggal 1 September 2004. Setelah melaksanakan penawaran umum perdana (IPO), bank tersebut berubah status menjadi perusahaan publik/Tbk berdasarkan Keputusan Rapat Umum Pemegang Saham Luar Biasa pada tanggal 13 Juli 2007.

Sebagai bank swasta nasional yang telah menjadi perusahaan publik sejak dicatatkan sahamnya di BEI pada tahun 2007, Bank Capital telah mengambil berbagai langkah guna mempertahankan struktur keuangan serta daya saingnya di industri perbankan nasional. Upaya-upaya ini mencakup peningkatan modal inti yang mencapai minimal Rp 3 triliun pada tanggal 7 Desember 2022, serta peluncuran layanan Capital Flex (Mobile Banking) pada tanggal 11 September 2023. Saat ini, nasabah Bank Capital didorong untuk menggunakan layanan Capital Flex guna mempermudah transaksi, sehingga kualitas layanan ini menjadi fokus perhatian manajemen.

1. KAJIAN PUSTAKA

Layanan mobile banking hanya tersedia guna nasabah yang sudah mempunyai rekening di bank tersebut. (Antonov et al., 2022). Layanan ini dianggap sangat memperbaiki efisiensi, efektivitas, dan produktivitas bagi nasabah yang sibuk. mereka dapat melakukan transaksi melalui mobile banking tanpa harus pergi ke bank. Jenis layanan yang tersedia meliputi transfer antar bank, informasi saldo, riwayat transaksi, dan pembayaran tagihan seperti angsuran, asuransi, listrik, air, telepon, dan lainnya. (Antonov et al., 2022).

Mobile banking, atau m-banking, adalah bentuk layanan perbankan digital yang memanfaatkan teknologi informasi. Ini merupakan sistem layanan dari lembaga keuangan seperti bank, yang memungkinkan nasabah untuk melakukan berbagai transaksi keuangan secara langsung melalui perangkat seluler seperti ponsel. (Sari et al., 2021).

Mobile Banking merupakan suatu bentuk dari Electronic Banking (E-Banking), yang mengacu pada layanan transaksi perbankan melalui digitalisasi, teknologi digital atau online tanpa perlu mengunjungi ATM ataupun bank secara fisik. Transaksi E-Banking bisa dilaksanakan secara fleksibel, dimana saja serta kapan saja, selama terhubung dengan jaringan data yang tersedia (Sulistiyowati, 2017).

Kepuasan pelanggan ialah menilai tingkat perasaan yang dirasakan pelanggan terhadap sejauh mana harapan mereka terpenuhi oleh produk atau layanan yang diberikan. Menurut (Kotler et al., 2013) dalam jurnal (Alwi et al., 2024) Jika tingkat kinerja tidak mencapai ekspektasi pelanggan, mereka akan mengalami ketidakpuasan. Sebaliknya, jika kinerja sesuai dengan harapan, pelanggan akan merasa puas. Namun, jika kinerja melebihi harapan, pelanggan akan merasa sangat puas dan terpuaskan (Alwi et al., 2024).

Kualitas pelayanan didefinisikan sebagai cara perusahaan mengelola operasinya dengan tujuan meningkatkan secara konsisten proses, layanan, dan produk yang dihasilkan. Menurut (Kotler & Keller, 2016) dalam jurnal (Alwi et al., 2024). Mengakomodasi kebutuhan pelanggan dalam hal kualitas, harga, dan ketersediaan adalah strategi perusahaan untuk menunjukkan kualitas layanan (Firli et al., 2017).

Elemen krusial dalam kualitas mutu layanan terdiri bukti fisik (tangibility), keandalan (reliability), daya tanggap/responsivitas (responsiveness), jaminan (assurance), dan empati (empathy) (Susanti et al., 2021).

Bukti fisik (tangibility) mengacu pada fasilitas fisik perusahaan yang dapat secara langsung dipersepsi oleh pelanggan. Penelitian (Mohd. Farid Tiza, 2019) Menyatakan bahwa bukti fisik berpengaruh positif dan signifikan kepada kepuasan konsumen.

Keandalan (reliability) adalah kapabilitas guna menyampaikan layanan sesuai dengan komitmen secara konsisten dan akurat. Studi oleh (Setyowati et al., 2021) Telah ditemukan bahwa keandalan memiliki berdampak nyata serta signifikan kepada kepuasan konsumen.

Daya tanggap/responsivitas (responsiveness) mencerminkan kesediaan serta kemauan pegawai guna menyampaikan layanan yang diperlukan oleh pelanggan. Studi oleh (Mohd. Farid Tiza, 2019) Menyatakan bahwa responsivitas berdampak signifikan serta positif kepada kepuasan konsumen.

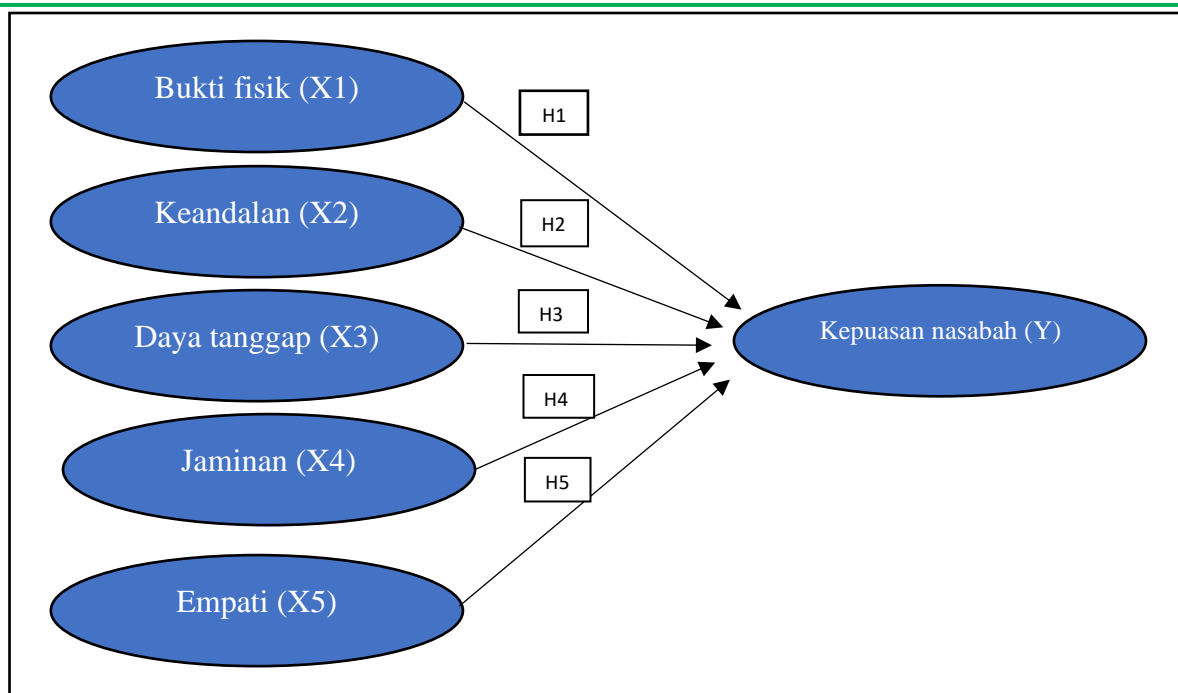
Jaminan (assurance) meliputi pengetahuan, keterampilan, sikap yang ramah, dan kepercayaan yang dimiliki oleh penyedia layanan. Penelitian oleh (Monica & Marlius, 2023) Telah terbukti bahwasanya jaminan mempunyai dampak positif serta signifikan kepada kepuasan konsumen.

Empati (emphaty) melibatkan menyampaikan perhatian tulus serta personal kepada konsumen serta usaha guna memahami keperluan mereka. Studi oleh (Tajibu, 2019) Telah ditemukan bahwasanya empati mempunyai dampak positif serta signifikan kepada kepuasan konsumen.

Dengan meningkatnya permintaan nasabah Bank Capital terhadap layanan Capital Flex, penelitian mengenai mutu layanan mobile banking (Capital Flex) serta dampaknya kepada kepuasan nasabah di Bank Capital menjadi topik yang menarik. Kepuasan nasabah sangat penting bagi keberhasilan bank, karena ketika harapan nasabah terpenuhi, mereka cenderung terus menggunakan produk dan layanan perbankan tersebut, yang pada akhirnya menguntungkan bank itu sendiri.

Gambar 1: Kerangka Pemikiran Teoritis

Kerangka pemikiran teoritis adalah representasi korelasi antar variabel yang akan diteliti, yang disusun berdasarkan berbagai teori yang telah dijelaskan. (Sugiyono, 2010).



1. H1: Adanya dampak positif dan signifikan kualitas layanan pada aspek bukti fisik (tangibility) kepada kepuasan nasabah.
2. H2: Adanya dampak positif dan signifikan kualitas layanan pada aspek keandalan (reliability) kepada kepuasan nasabah.
3. H3: Adanya dampak positif dan signifikan kualitas layanan pada aspek daya tanggap (responsiveness) kepada kepuasan nasabah.
4. H4: Adanya dampak positif dan signifikan kualitas layanan pada aspek jaminan (assurance) kepada kepuasan nasabah.
5. H5: Adanya dampak positif dan signifikan kualitas layanan pada aspek empati (empathy) kepada kepuasan nasabah.

2. METODE PENELITIAN

Studi ini memakai pendekatan kuantitatif, yang melibatkan perhitungan persentase dari hasil survei yang dikumpulkan dari responden. Pendekatan kuantitatif mencakup pengumpulan data dalam bentuk numerik dan analisis dengan metode statistik, menurut (Sugiyono, 2010), metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

3.1. Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah elemen-elemen yang ditentukan oleh penulis guna mengumpulkan informasi serta membuat kesimpulan (Sugiyono, 2010). Dalam studi ini, terdapat lima variabel independen dan satu variabel dependen. Variabel dependen yang digunakan adalah tingkat kepuasan nasabah atau customer satisfaction (Y), yang dipengaruhi oleh beberapa variabel independen. Variabel independen tersebut meliputi bukti fisik atau tangibility (X1), keandalan atau reliability (X2), daya tanggap atau responsiveness (X3), jaminan atau assurance (X4), serta empati atau empathy (X5).

3.2. Populasi dan Sampel

Populasi mencakup seluruh subjek serta objek yang diteliti, sedangkan sampel merupakan sebagian ataupun perwakilan dari populasi yang memiliki karakteristik representatif. Agar dapat menentukan sampel yang tepat, peneliti harus memiliki pemahaman yang mendalam tentang teknik sampling, termasuk bagaimana menentukan ukuran sampel yang tepat dan memilih sampel yang akan diambil. (Adnyana, 2021).

Populasi ialah keseluruhan elemen pada studi yang meliputi subjek serta objek dengan karakteristik dan ciri khas tertentu. (Adnyana, 2021). Secara umum, istilah populasi merujuk pada kumpulan objek atau subjek yang memiliki karakteristik kualitatif tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk tujuan studi dan analisis (Sugiyono, 2010). Dalam konteks penelitian ini, populasi mencakup seluruh pengguna mobile banking Bank Capital (Capital Flex), yaitu nasabah Bank Capital yang telah melakukan transaksi menggunakan Capital Flex, meskipun jumlah pastinya tidak diketahui.

Sampel ialah bagian dari populasi yang mempunyai karakteristik serta jumlah tertentu, seperti yang dijelaskan oleh. (Sugiyono, 2010). Studi ini menggunakan metode sampling probabilitas, yang menurut. (Sugiyono, 2010), Metode ini adalah teknik di mana setiap individu dalam populasi memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih sebagai bagian dari sampel. Teknik yang diterapkan adalah simple random sampling, di mana sampel diambil secara acak dari populasi tanpa mempertimbangkan strata dalam populasi, sehingga setiap anggota populasi memiliki peluang yang sama untuk dipilih sebagai sampel. Sampel dalam Penelitian ini terdiri dari 100 nasabah pengguna mobile banking Bank Capital (Capital Flex) yang telah melakukan transaksi menggunakan layanan tersebut di Bank Capital.

3.3. Metode Pengambilan Data

Data pada studi ini dikumpulkan melalui angket atau kuesioner, sebagaimana dijelaskan oleh (Sugiyono, 2010), Angket ini adalah daftar pertanyaan yang dirancang untuk mengumpulkan informasi mengenai masalah atau bidang yang sedang diteliti. Angket diberikan kepada responden, yaitu individu yang menjawab pertanyaan dalam survei penelitian. Pada studi ini, data dihimpun melewati kuesioner yang disebar secara daring menggunakan platform Google Forms, dengan tujuan untuk mencakup area penelitian yang lebih luas.

3.4. Devinisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel penelitian adalah elemen atau nilai yang berasal dari obyek atau kegiatan yang memiliki ragam variasi tertentu yang kemudian akan ditetapkan peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya, sebagaimana diuraikan oleh (Sugiyono, 2010). Dalam Penelitian ini, variabel operasional serta indikator untuk bukti fisik (tangibility) (X1), keandalan (reliability) (X2), daya tanggap (responsiveness) (X3), jaminan (assurance) (X4), serta empati (empathy) (X5) yang memengaruhi kepuasan nasabah (Y) di Bank Capital.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Untuk mengukur kualitas mutu layanan mobile banking kepada kepuasan nasabah bank, beberapa studi menerapkan model SERVQUAL yang terdiri dari lima dimensi utama: bukti fisik (tangibility), keandalan (reliability), jaminan (assurance), daya tanggap (responsiveness), serta empati (empathy) (Alwi et al., 2024).

4.1. Pengaruh *Tangibility* Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Capital.

Kebendaan mencakup fasilitas fisik perusahaan, seperti peralatan, sarana komunikasi, serta elemen lain yang bisa diamati langsung oleh konsumen. Meningkatkan kualitas layanan, terutama dalam aspek kebendaan, dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Contoh kebendaan yang disediakan

oleh layanan Capital Flex meliputi fitur mobile banking yang menarik, tampilan aplikasi yang baik, dan bukti transaksi yang jelas. Dengan demikian, meningkatkan kualitas layanan dalam hal kebendaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Penelitian oleh Tajibu mendukung hal ini (Tajibu, 2019) Penelitian tersebut juga mengindikasikan bahwasannya bukti fisik mempunyai dampak positif serta signifikan kepada kepuasan konsumen. Studi yang dilakukan oleh (Mohd. Farid Tiza, 2019) Penelitian tersebut juga menegaskan bahwasannya bukti fisik mempunyai dampak positif serta signifikan kepada kepuasan konsumen.

Bank Capital telah menghadirkan layanan berbasis digital melalui aplikasi mobile banking Capital Flex sebagai bagian dari bukti fisik (tangibility), yang sangat membantu nasabah.

Tabel 1. Analisis Regresi Linier Berganda: Dampak Tangibility terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Capital.

Variable Bebas	Koefisien Regresi (B)	t hitung	t table	Sig.	Kesimpulan
Tangibilitas	0,185	1,190	1,983	0,059	Tidak signifikan

Keterangan tabel 1:

1. **Koefisien Regresi (B):** Koefisien regresi untuk variabel Tangibility adalah 0,185, yang menunjukkan adanya pengaruh positif antara Tangibilitas dan kepuasan nasabah. Ini berarti bahwa peningkatan dalam aspek Tangibilitas diikuti oleh peningkatan kepuasan nasabah, meskipun pengaruhnya tidak besar.
2. **Nilai t hitung dan t tabel:** Nilai t hitung guna variabel Tangibility ialah 1,910, sedangkan perolehan t tabel ialah 1,983. Karena t hitung < t tabel, hipotesis nol (H_0) diterima serta hipotesis alternatif (H_a) ditolak. Ini menunjukkan bahwasannya dampak Tangibility kepada kepuasan nasabah tidak signifikan secara statistik.
3. **Nilai Sig.:** Nilai signifikansi (Sig.) untuk variabel Tangibilitas ialah 0,059, yang melebihi 0,05. Hal ini mengindikasikan bahwasannya dampak Tangibilitas kepada kepuasan nasabah tidak signifikan.

Hasil analisis regresi linier berganda mengindikasikan bahwasannya variabel Tangibilitas memiliki dampak positif tetapi tidak signifikan kepada kepuasan nasabah di Bank Capital. Artinya, meskipun elemen bukti fisik (seperti fitur aplikasi yang menarik, tampilan aplikasi yang baik, dan bukti transaksi yang jelas) berkontribusi positif terhadap kepuasan nasabah, pengaruhnya tidak cukup kuat untuk dianggap signifikan dalam penelitian ini.

4.2. Pengaruh Keandalan (*Reliability*) Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Capital.

Keandalan (*reliability*) merujuk pada kapabilitas untuk secara konsisten dan akurat memberikan layanan yang telah dijanjikan, mencakup kepercayaan dan ketepatan dalam pelaksanaan. Dalam konteks layanan Capital Flex, hal ini mencakup aspek keamanan, efisiensi transaksi, kemudahan penggunaan, privasi, kinerja, desain website, dan konsistensi layanan. Faktor-faktor ini memiliki dampak besar terhadap kepuasan konsumen, terutama dalam hal strategi pemasaran, kemudahan, faktor emosional, kualitas produk, kualitas layanan, serta kenyamanan.

Indikator keandalan mencakup cakupan layanan dalam mobile banking, akurasi transaksi, kecepatan mobile banking, kemudahan penggunaan sistem mobile banking, dan aksesibilitas mobile banking. Menurut (Mohd. Farid Tiza, 2019), Keandalan ialah kapabilitas bisnis guna menyampaikan layanan yang akurat, bebas dari kesalahan, serta tepat waktu.

Bank Capital telah berhasil mengintegrasikan dimensi keandalan dalam kualitas layanannya dengan baik melalui penggunaan karyawan yang terlatih dan telah diuji. Program pelatihan yang diselenggarakan secara berkala dan evaluasi tertulis yang dilakukan setelah setiap sesi pelatihan memastikan peningkatan kompetensi karyawan.

Tabel 2 Analisis Regresi Linier Berganda: Dampak Keandalan (Reliability) terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Capital

Variable Bebas	Koefisien Regresi (B)	t hitung	t table	Sig.	Kesimpulan
Kehandalan	0,391	5,151	1,983	0	Signifikan

Keterangan table 2:

1. **Koefisien Regresi (B):** Nilai koefisien regresi guna variabel Keandalan ialah 0,391. Ini mengindikasikan adanya dampak positif antara Keandalan dan kepuasan nasabah. Dengan kata lain, peningkatan dalam Keandalan akan menyebabkan peningkatan kepuasan nasabah secara signifikan.
2. **Nilai t hitung dan t tabel:** Nilai t hitung guna variabel Keandalan ialah 5,151, Nilai t-tabel adalah 1,983. Dikarenakan t-hitung lebih besar dari t-tabel, maka hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_a) diterima. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh Keandalan terhadap kepuasan nasabah signifikan secara statistik.
3. **Nilai Sig.:** Nilai signifikansi (Sig.) untuk variabel Keandalan adalah $0,000 > 0,05$. Hal ini juga mengindikasikan bawasannya dampak Keandalan kepada kepuasan nasabah signifikan secara statistik.

Hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwasanya variabel Keandalan memiliki dampak positif serta signifikan kepada kepuasan nasabah di Bank Capital. Ini berarti bahwasanya aspek-aspek seperti keamanan, efisiensi transaksi, kemudahan penggunaan, privasi, kinerja, desain website, dan konsistensi layanan Capital Flex memberikan kontribusi yang kuat dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

4.3. Pengaruh Daya Tanggap (*Responsiveness*) Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Capital.

Responsiveness mengacu pada kesediaan dan kesiapan karyawan untuk menyediakan layanan yang diperlukan oleh pelanggan, termasuk memberikan bantuan dan layanan secara tepat waktu. Kinerja dalam hal responsiveness harus memenuhi ekspektasi pelanggan, seperti ketepatan waktu, konsistensi pelayanan, sikap ramah, dan akurasi. Setiap perusahaan perlu menjaga dan meningkatkan kualitas layanannya karena setiap pelanggan memiliki harapan yang tinggi terhadap produk yang mereka gunakan.

Daya tanggap mencakup kapabilitas pegawai guna menolong konsumen dengan menyapaikan informasi mengenai layanan dan menyelesaikan masalah yang timbul. Indikator daya tanggap meliputi kemudahan dalam melakukan transaksi, waktu tunggu, kecepatan penggunaan, dan keterampilan karyawan dalam menangani masalah. Dengan kata lain, daya tanggap mencerminkan responsivitas penyedia layanan dalam menanggapi keluhan atau masalah konsumen. (Lusiana et al., 2020)

Bank Capital juga telah menyediakan layanan yang sesuai dengan dimensi kualitas layanan responsivitas (*responsiveness*) dengan menyediakan layanan yang cepat, tanggap, akurat, dan responsif. Mereka secara konsisten memberikan informasi kepada nasabah mengenai kepastian waktu dan ketersediaan untuk menanggapi permintaan mereka. Layanan ini telah memenuhi harapan nasabah.

Tabel 3 Analisis Regresi Linier Berganda: Dampak Responsiveness terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Capital

Variable Bebas	Koefisien Regresi (B)	t hitung	t table	Sig.	Kesimpulan
Daya Tanggap	-0,025	-0,214	1,983	0,831	Tidak Signifikan

Keterangan Tabel 3:

1. **Koefisien Regresi (B):** Perolehan koefisien regresi guna variabel Responsiveness ialah -0,025. Ini mengindikasikan adanya dampak negatif antara Responsiveness dan kepuasan nasabah. Dengan kata lain, peningkatan dalam Responsiveness dapat mengakibatkan penurunan kepuasan nasabah, meskipun dampaknya sangat kecil dan tidak signifikan.
2. **Nilai t hitung dan t tabel:** Nilai t hitung guna variabel Responsivitas ialah -0,214, sedangkan nilai t tabel ialah 1,983. Karena t hitung < t tabel, hipotesis nol (H_0) diterima serta hipotesis alternatif (H_a) ditolak. Hal ini menunjukkan bahwasannya dampak Responsivitas kepada kepuasan nasabah tidak signifikan secara statistik.
3. **Nilai Sig.:** Nilai signifikansi (Sig.) untuk variabel Responsiveness ialah 0,831, yang > 0,05. Hal ini juga menunjukkan bahwasannya dampak Responsiveness kepada kepuasan nasabah tidak signifikan secara statistik.

Hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa variabel responsivitas tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan Bank Capital. Ini menunjukkan bahwa dalam konteks penelitian ini, tingkat responsivitas karyawan dan kesiapan mereka untuk menyediakan layanan yang dibutuhkan oleh pelanggan tidak memengaruhi kepuasan pelanggan secara signifikan.

4.4. Pengaruh Jaminan (*Assurance*) Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Capital.

Jaminan mencakup wawasan, keterampilan, kesopanan, serta kepercayaan yang dimiliki oleh karyawan perusahaan. Untuk menjalankan jaminan dengan efektif, komunikasi yang baik, kredibilitas, keamanan, kompetensi, dan kesopanan adalah elemen-elemen yang sangat penting. (Tajibu, 2019). Sementara itu, rekomendasi dari orang ke orang, keperluan individu, serta pengalaman masa lalu juga memengaruhi harapan terhadap tingkat layanan yang diinginkan. Perilaku karyawan dapat membangun kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan, sementara perusahaan dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan dengan langkah-langkah seperti meningkatkan privasi dalam layanan mobile banking, memberikan panduan penggunaan yang aman, dan memastikan keamanan aplikasi mobile banking, seperti yang dibahas oleh Sari. et al. (Sari et al., 2021).

Bank Capital telah berhasil mengintegrasikan dimensi kualitas layanan jaminan (*assurance*) dengan baik, sehingga nasabah merasa puas dengan layanan yang disampaikan dan selalu merasa yakin serta aman terhadap produk layanan Capital Flex.

Tabel 4 Analisis Regresi Linier Berganda: Dampak Assurance terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Capital

Variable Bebas	Koefisien Regresi (B)	t hitung	t table	Sig.	Kesimpulan
----------------	-----------------------	----------	---------	------	------------

Jaminan	0,17	1,801	1,983	0,075	Tidak Sigifikan
---------	------	-------	-------	-------	--------------------

Keterangan tabel 4:

1. **Koefisien Regresi (B):** Nilai koefisien regresi guna variabel Assurance ialah 0,170. Hal ini mengindikasikan bahwasannya adanya dampak positif dengan Assurance dan kepuasan nasabah. Artinya, peningkatan dalam dimensi Assurance akan mengikuti peningkatan kepuasan nasabah, meskipun dampaknya tidak signifikan secara statistik.
2. **Nilai t hitung dan t tabel:** Nilai t hitung guna variabel Jaminan (Assurance) ialah 1,801, sementara perolehan t_{tabel} ialah 1,983. Karena $t_{hitung} < t_{tabel}$, hipotesis nol (H_0) diterima serta hipotesis alternatif (H_a) ditolak. Hal ini menunjukkan bahwasannya dampak Jaminan kepada kepuasan nasabah tidak signifikan secara statistik.
3. **Nilai Sig.:** Nilai signifikansi (Sig.) untuk variabel Assurance yakni 0,075, yang $> 0,05$. Hal ini juga mengindikasikan bahwasannya pengaruh Assurance terhadap kepuasan nasabah tidak signifikan secara statistik.

Analisis regresi linier berganda mengindikasikan bahwasannya variabel Assurance mempunyai dampak positif namun tidak signifikan kepada kepuasan nasabah Bank Capital. Ini menunjukkan bahwa aspek-aspek seperti pengetahuan, kesopanan, dan keterampilan staf perusahaan memberikan kontribusi positif terhadap kepuasan nasabah, namun pengaruhnya tidak cukup kuat untuk dianggap signifikan dalam konteks penelitian ini.

4.5. Pengaruh Empati (*Empathy*) Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Capital.

Empati adalah kemampuan untuk memberikan perhatian yang tulus dan pribadi kepada pelanggan dengan upaya untuk memahami keinginan mereka secara mendalam. (Lusiana et al., 2020). Ini merujuk pada upaya untuk memberikan perhatian khusus kepada pelanggan dengan memahami dan memenuhi kebutuhan mereka secara spesifik. Perusahaan diharapkan memiliki pemahaman yang mendalam tentang pelanggan, mengenali kebutuhan mereka secara detail, dan menciptakan lingkungan yang menyenangkan. Ini mencakup memahami masalah yang dihadapi pelanggan, bertindak demi kepentingan mereka, memberikan perhatian personal, dan menawarkan jam operasional yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Menurut (Purnomo & Dwiyanto, 2017), Indikator empati mencakup penggunaan bahasa yang jelas, keahlian dalam pelayanan, serta kemudahan akses dan biaya dalam aplikasi mobile banking.

Bank Capital selalu menekankan sikap empati dengan memberikan pemahaman dan panduan kepada nasabah yang membutuhkan, serta merespons permintaan nasabah dengan sangat baik. Ini terlihat dari pengalaman nasabah yang merasa diperlakukan dengan ramah dan mendapatkan respon yang cepat dalam menangani kebutuhan mereka, baik melalui layanan online maupun offline.

Tabel 5 Analisis Regresi Linier Berganda: Pengaruh Empati terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Capital

Variable Bebas	Koefisien Regresi (B)	t hitung	t table	Sig.	Kesimpulan
Empati	0,29	3,298	1,983	0,001	Signifikan

Keterangan tabel 5:

1. **Koefisien Regresi (B):** Nilai koefisien regresi untuk variabel Empati adalah 0,290. Hal ini mengindikasikan adanya pengaruh positif antara Empati dan kepuasan nasabah. Dengan kata lain,

peningkatan dalam dimensi Empati akan diikuti oleh peningkatan kepuasan nasabah secara signifikan.

2. **Nilai t hitung dan t tabel:** Nilai t hitung untuk variabel Empati adalah 3,298, sedangkan nilai t tabel adalah 1,983. Karena t hitung > t tabel, hipotesis nol (Ho) ditolak dan hipotesis alternatif (Ha) diterima. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh Empati terhadap kepuasan nasabah signifikan secara statistik.
3. **Nilai Sig.:** Nilai signifikansi (Sig.) untuk variabel Empati adalah 0,001, yang lebih kecil dari 0,05. Ini juga menunjukkan bahwa pengaruh Empati terhadap kepuasan nasabah signifikan secara statistik.

Hasil dari analisis regresi linier berganda mengungkapkan bahwa variabel Empati berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah di Bank Capital. Ini menunjukkan bahwa perhatian dan pemahaman karyawan terhadap kebutuhan dan keinginan nasabah memberikan kontribusi yang kuat dan bermakna terhadap tingkat kepuasan nasabah.

4.6. Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking (Capital Flex) Terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Capital

Berdasarkan hasil analisis yang telah diuraikan, penilaian terhadap kualitas layanan mobile banking Capital Flex terhadap kepuasan nasabah Bank Capital dapat kami sampaikan sebagai berikut:

1. Bukti fisik (Tangibility) dari layanan Capital Flex memberikan dampak positif namun tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Capital. Ini menunjukkan bahwa fitur fisik yang ditawarkan oleh Capital Flex kepada nasabah tidak memiliki pengaruh yang besar terhadap tingkat kepuasan mereka.
2. Keandalan (Reliability) Layanan Capital Flex memiliki dampak positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Capital. Ini menunjukkan bahwa fitur-fitur yang ditawarkan oleh Capital Flex mampu secara konsisten meningkatkan kepuasan nasabah Bank Capital.
3. Daya tanggap (Responsiveness) memberikan dampak negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah. Ini menandakan bahwa tingkat responsivitas dari petugas Capital Flex kurang optimal dalam menanggapi masalah yang muncul pada mobile banking, yang menyebabkan kekecewaan nasabah Bank Capital terhadap penggunaan layanan tersebut.
4. Jaminan (Assurance) memberikan pengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun Capital Flex dilengkapi dengan fitur keamanan seperti PIN dan password, tingkat jaminan keamanan bagi nasabah Bank Capital masih dirasa kurang, menurut persepsi nasabah.
5. Empati memberikan dampak positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Ini menunjukkan bahwa tingkat empati dari petugas mobile banking Bank Capital (Capital Flex) cukup tinggi dalam memberikan solusi ketika terjadi masalah pada mobile banking, sehingga memberikan kepuasan kepada nasabah Bank Capital.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian tentang kepuasan nasabah Bank Capital dalam menggunakan layanan mobile banking (Capital Flex), disimpulkan bahwa faktor-faktor seperti keandalan layanan (reliability), bukti fisik (tangibility), responsivitas (responsivity), jaminan (assurance), dan empati (empathy) memiliki pengaruh yang berbeda terhadap kepuasan nasabah. Keandalan layanan mobile banking dan empati menunjukkan dampak positif yang signifikan terhadap kepuasan nasabah, sementara pengaruh dari bukti fisik, daya tanggap, dan jaminan cenderung tidak signifikan secara statistik. Namun demikian, keandalan dan empati, yang melibatkan kemampuan untuk memberikan perhatian yang tulus dan personal kepada pelanggan, terbukti memiliki dampak positif dan signifikan

terhadap kepuasan nasabah Bank Capital. Temuan ini memberikan wawasan yang penting bagi Bank Capital dalam meningkatkan layanan mobile banking mereka untuk lebih memenuhi harapan dan kebutuhan nasabah. Dengan fokus pada peningkatan daya tanggap atau responsivitas, Bank Capital dapat meningkatkan pengalaman nasabah dan memperkuat posisi mereka dalam industri perbankan digital yang semakin kompetitif.

DAFTAR PUSTAKA

- Adnyana, I. M. D. M. (2021). Populasi dan Sampel. *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif*, 14(1), 103–116.
- Afifah.A.B.Ikram, Antonio E. L. Nyoko, & R. P. C. F. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Menginap (Studi Pada Resepsionis Hotel On The Rock Kupang). *Journal of Managementurnal (SME's)*, Vol. 9,(2), 167–174. <https://ejurnal.undana.ac.id/JEM/article/view/1729>
- Agung Nugraha, M., Noni, Y., & Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sultan Aji Muhammad Idris Samarinda, F. (2024). Analisis Implementasi Digital Banking Dalam Peningkatan Kualitas Layanan Pada Nasabah Bank Syariah Indonesia (Bsi) Kcp Samarinda. *Journal of Information Systems Management and Digital Business (JISMDB)*, 1(3).
- Alwi, R., Jumhur, H. M., Telekomunikasi, M. B., Telkom, U., & Pelayanan, K. (2024). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia Di Kota Bandung the Influence of Mobile Banking Service Quality on Customer Satisfaction of Indonesian Sharia Bank in*. 11(1), 300–305.
- Antonov, M. P. I., Hassan, F. Z., & Nurisnaini, N. (2022). Pengaruh Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah. *Jurnal Informatika Kesatuan*, 2(2), 189–198. <https://doi.org/10.37641/jikes.v2i2.1458>
- Firli, A., Primiana, I., Kaltum, U., Oesman, Y. M., Herwany, A., Azis, Y., & Yunani, A. (2017). CAPEX efficiency and service quality improvement via tower sharing in the Indonesian telecommunication industry: Optimisation model using comparison of genetic algorithm and simulated annealing methods. *International Journal of Services, Economics and Management*, 8(1–2), 90–108. <https://doi.org/10.1504/IJSEM.2017.084488>
- Gita Purnama, D., Mahendra Djuanda, D. R., & Albart, N. (2023). Pengembangan Aplikasi Pencarian Artikel Ilmiah Berbasis Mobile. *Technomedia Journal*, 8(2SP), 135–150. <https://doi.org/10.33050/tmj.v8i2sp.2010>
- Handayani, S., & Anitasari, M. (2022). Karakteristik Pengguna Mobile Banking di Kota Bengkulu. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 10(S1), 353–366. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v10is1.2002>
- Lukita, C., Pranata, S., & Agustin, K. (2020). Metode Servqual Dan Importance Performance Analysis Untuk Analisa Kualitas Layanan Jasa Pendidikan Tinggi Pada Mahasiswa Di Cirebon. *Jurnal Digit*, 9(2), 167. <https://doi.org/10.51920/jd.v9i2.117>
- Lusiana, L., Pasda, S., Mustari, M., Ahmad, M. I. S., & Hasan, M. (2020). Pengaruh Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy dan Tangibles Terhadap Kepuasan Konsumen GrabBike. *JEKPEND: Jurnal Ekonomi Dan Pendidikan*, 3(2), 34. <https://doi.org/10.26858/jekpend.v3i2.14307>
- Mohd. Farid Tiza, F. S. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan, Studi kasus pada perusahaan JNE Cabang Padang. *INA-Rxiv*, 1–8.
- Monica, C., & Marlius, D. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada Bank Nagari cabang Muaralabuh. *Jurnal Pundi*, 7(1), 53. <https://doi.org/10.31575/jp.v7i1.465>
- Nurul, A., Azhar, A., & Perkasa, A. A. (2022). Pengaruh Service Excellence Oleh Customer Service
-

- Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Muamalat Kcp Stabat. *Jurnal Kitab Iqtishad*, 10. <https://jurnal.islahiyah.ac.id/index.php/jki/article/view/57%0Ahttps://jurnal.islahiyah.ac.id/index.php/jki/article/download/57/48>
- Pambudi, T. W. S., & Soliha, E. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan, Citra Bank, Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 04(01), 27–39.
- Purnomo, A. Y., & Dwiyanto, B. M. (2017). Analisis Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Bank X Area Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 6(2), 1–8. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Safri, H. (2019). Manajemen Sumber Daya Manusia Global Terhadap Tinjauan Uu Nomor 13 Tahun 2003. *Jurnal Informatika*, 7(1), 1–16. <https://doi.org/10.36987/informatika.v7i1.748>
- Sari, D. M., Fasa, M. I., & Suharto, S. (2021). Manfaat Dan Risiko Penggunaan Layanan Perbankan Melalui Aplikasi Mobile Banking. *Al-Infaq: Jurnal Ekonomi Islam*, 12(2), 170. <https://doi.org/10.32507/ajei.v12i2.892>
- Setyowati, S., Sigit, P., & Maulidiyah, R. I. (2021). Spiritualitas Berhubungan Dengan Kesepian Pada Lanjut Usia. *Jurnal Ilmiah Keperawatan Jiwa*, 4(9), 67–78.
- Sugiyono, D. (2010). Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D. In *Penerbit Alfabeta*.
- Sulistiyowati, L. (2017). Analisis Tingkat Kepuasan Nasabah Atas Kualitas Layanan M- Banking Dan Dampaknya Terhadap Minat Memiliki Produk Lain Di PT Bank Riau Kepri Cabang Utama Pekanbaru). *Procuration*, 5(2), 116–127.
- Susanti, S., Fasa, M. I., Suharto, S., & Fachri, A. (2021). Analisis Kualitas Layanan Mobile Banking Dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Nasabah. *IJAB Indonesian Journal of Accounting and Business*, 3(1), 13–27. <https://doi.org/10.33019/ijab.v3i1.5>
- Tajibu, K. (2019). Analisis Kualitas Layanan Administrasi Akademik terhadap Kepuasan Mahasiswa pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar. *Jurnal Jurnalisa*, 05(2), 284–300.
- Vahlevi, R., & Indra Vitaharsa, L. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Di Bank Bni Kcu Daan Mogot. *Jurnal Sosial Sains*, 2(9), 1060–1069. <https://doi.org/10.36418/jurnalsosains.v2i9.480>



© 2022 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY SA) license (<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>).