

LEMBAR PERSETUJUAN

Skripsi ini disetujui untuk dipertahankan dan diperbahyaskan oleh :

Nama : Helda Anugrah Iasa

NPM : 20210015

Judul : Pengaruh Keamanan dan Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepercayaan Nasabah Pada PT. Bank Sumut Cahang Teluk Dalam, Kabupaten Nias Selatan

Telah diterima dan terdaftar pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas HKBP Nommensen Medan.

Dengan diterimanya skripsi ini maka telah dilengkapi syarat-syarat akademis untuk menanggapi ujian skripsi untuk menyelesaikan studi

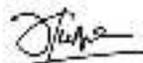
SARJANA ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI STRATA SATU (S-1)
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS

Pembimbing I



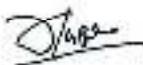
Drs. Dr. Nalom Siagian, MM

Pembimbing II



Drs. Kepler Sinaga, MM

Ketua Program Studi



Drs. Kepler Sinaga, MM



Dr. Des. Nalom Siagian, MM

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Seiring perkembangan internet yang melaju cepat, lalu memberi dampak pada banyak sekali konsep kehidupan sehari-hari membuat masyarakat beranggapan bahwa internet bisa menjadi pilihan dalam mempercepat penyelesaian sebagai solusi permasalahan kehidupan. Kemajuan teknologi informasi melalui internet inilah yang dapat memberikan kemudahan bagi kehidupan manusia dalam berbagai bidang, misalnya dalam bidang transaksi keuangan. Oleh karena itu sudah banyak jenis pasar dalam bisnis menggunakan layanan melalui internet termasuk dunia perbankan (Paskalis et al, 2020:171).

Bank Sumut sebagai bank yang mendorong pembangunan daerah khususnya provinsi Sumatera Utara dalam melaksanakan kegiatannya sampai saat ini masih menggunakan metode konvensional, yaitu nasabah datang ke bank dengan berbagai tujuan transaksi. Seperti untuk melakukan transaksi antar rekening saja, nasabah harus datang ke bank, mengisi blanko yang bertuliskan transfer dan kemudian mengantri di bank sumut. Dengan menggunakan metode seperti ini dinilai kurang efisien karena menyita banyak waktu nasabah, dan Teller pun menghabiskan banyak waktu untuk mengecek kembali nomor rekening dan jumlah transaksi apakah sudah benar atau tidak.

Kemajuan teknologi informasi yang hadir saat ini dapat membantu dunia perbankan dalam menunjang keberhasilan pada sistem operasional bank itu sendiri. Untuk memudahkan transaksi perbankan dan memberikan kualitas pelayanan terbaik kepada nasabah, maka bank menawarkan suatu produk layanan yang fungsinya mendukung berbagai kegiatan perbankan

dengan nasabah yaitu *Mobile Banking* atau dikenal dengan nama (*Sumut Mobile*). Banyak hal yang bisa didapatkan oleh nasabah dengan adanya mobile banking ini karena nasabah bisa dengan cepat mendapatkan informasi perbankan yang cepat, efektif dan efisien, serta dapat mengurangi waktu tunggu nasabah dalam melakukan berbagai transaksi perbankan.

Mobile banking (*Sumut Mobile*) merupakan layanan yang hanya bisa diakses oleh nasabah yang mempunyai rekening di bank Sumut itu sendiri. Kualitas layanan *Mobile banking* dinilai sangat membantu meningkatkan efisiensi, efektifitas dan produktivitas bagi nasabah yang dinilai memiliki aktivitas yang padat. Penyediaan layanan mobile banking memberikan kemudahan bagi nasabah dalam bertransaksi tanpa harus mendatangi bank yang bersangkutan. Jenis-jenis layanan yang terdapat di mobile banking meliputi transfer dana antar bank maupun bank lain, informasi saldo, mutasi, pembayaran tagihan mulai dari angsuran, asuransi, rekening listrik, air, telepon dan lain-lain.

Kehadiran *mobile banking* ini bertujuan untuk mencapai kepuasan nasabah bank Sumut. Kepuasan nasabah tidak hanya memberikan keuntungan dalam jangka pendek akan tetapi mampu memberikan keuntungan dalam jangka panjang dan memberikan keunggulan daya saing bagi bank Sumut sendiri. Apabila nasabah selalu merasa pelayanan yang diberikan oleh bank melebihi harapannya, artinya kecil kemungkinan nasabah beralih ke bank lain. Nasabah akan cenderung menggunakan kembali bank yang mampu memberikan pelayanan yang memuaskan dan biasanya akan mempromosikan pelayanan yang didapatkan kepada calon nasabah lain. Bahkan banyak persepsi yang ditemukan sekarang ini adalah bahwa ketika tidak menggunakan *mobile banking* maka dia dianggap kuno dan tidak modern.

Tabel 1.1

Jumlah Data Nasabah PT. Bank Sumut Cabang Teluk Dalam Pada Tahun 2020-2023

NO	TAHUN	Jumlah Nasabah
1	2020	4.120 orang
2	2021	3.256 orang
3	2022	3.875 orang
TOTAL		11.241 orang

Sumber data : Bank Sumut cabang Teluk Dalam (2023)

Tabel 1.2

Jumlah Data Nasabah Pengguna Mobile Banking Pada Tahun 2020-2023

NO	TAHUN	Jumlah pengguna Mobile Banking
1	2020	1.895 orang
2	2021	2.967 orang
3	2022	3.038 orang
TOTAL		7.900 orang

Sumber data : Bank Sumut cabang Teluk Dalam (2023)

Dari tabel diatas terlihat bahwa jumlah pengguna *mobile banking* pada tahun 2020 mencapai 1.895 orang, kemudian pada tahun 2021 mengalami kenaikan 2.967 orang, dan pada tahun 2022 pengguna *mobile banking* mengalami kenaikan sebesar 3.038. Maka dari data diatas dapat disimpulkan bahwa pengguna *mobile banking* dari tahun 2020-2022 mengalami kenaikan jumlah pengguna setiap tahunnya.

Berdasarkan pengamatan yang dilakukan oleh peneliti di bank Sumut cabang Teluk Dalam, masih banyak ditemukan nasabah yang datang ke bank atau ke ATM bank Sumut hanya untuk bertransaksi meskipun sudah memiliki *mobile banking*. *Mobile banking* memang di nilai sangat membantu kemudahan transaksi bagi para nasabah akan tetapi di sisi lain memberikan resiko pada faktor keamanan. Menggunakan *mobile banking* memang akhir-akhir ini rentan terhadap terjadinya penipuan yang dilakukan oleh orang-orang yang tidak bertanggungjawab, seperti mencuri data pribadi lalu masuk ke akun keuangan pribadi korban lalu mencuri uang dengan jumlah yang sangat besar. Dan biasanya nasabah pengguna layanan *mobile banking* akan menerima SMS atau telepon palsu dari seorang peretas sistem komputer atau dikenal dengan nama (*hacker*) yang menyamar sebagai pegawai bank dan akan menanyakan informasi tentang rekening bank milik nasabah. Artinya disini keamanan merupakan isu yang penting dan sering kali menjadi faktor yang membuat nasabah ragu untuk melakukan transaksi melalui layanan *mobile banking*.

Keamanan merupakan faktor penting dalam penggunaan *mobile banking*. Keamanan yang baik akan memberikan rasa percaya kepada nasabah untuk menggunakan layanan mobile banking. Nasabah mengharapkan bahwa informasi pribadi dan keuangan mereka akan tetap aman saat menggunakan *mobile banking*. Keamanan yang terjamin akan meningkatkan kepercayaan nasabah terhadap bank dan membentuk hubungan yang langgeng antara bank dengan nasabah.

Selain keamanan, kualitas layanan juga merupakan faktor penting dalam kepuasan nasabah terhadap *mobile banking*. Nasabah mengharapkan adanya kemudahan dalam penggunaan layanan mobile banking, cepatnya proses transaksi, dan ketersediaan fitur-fitur yang memadai. Kualitas layanan yang baik juga melibatkan kejelasan informasi yang diberikan,

responsifnya layanan pelanggan, dan kenyamanan dalam interaksi dengan mobile banking. Pengaruh keamanan dan kualitas layanan mobile banking terhadap kepuasan nasabah dapat sangat signifikan. Jika nasabah merasa bahwa *mobile banking* aman digunakan dan layanan yang diberikan berkualitas, mereka akan merasa puas dan mungkin akan menggunakan layanan mobile banking secara terus-menerus. Sebaliknya, jika nasabah merasa khawatir terkait keamanan atau merasa tidak puas dengan kualitas layanan yang diberikan, mereka mungkin akan mencari alternatif lain atau tidak menggunakannya dengan sering.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dalam bentuk skripsi dengan judul **“Pengaruh Keamanan dan Kualitas Layanan *Mobile Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT Bank Sumut Cabang Teluk Dalam, Kabupaten Nias Selatan”**.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka penulis merumuskan permasalahan dalam penelitian ini yaitu

1. Apakah keamanan layanan *mobile banking* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Sumut Cabang Teluk Dalam, Kabupaten Nias selatan?
2. Apakah kualitas layanan *mobile banking* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Sumut Cabang Teluk Dalam, Kabupaten Nias Selatan?
3. Apakah keamanan dan kualitas layanan *mobile banking* berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Sumut Cabang Teluk Dalam, Kabupaten Nias Selatan?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang diangkat, maka tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini yaitu

1. Untuk mengetahui pengaruh keamanan *mobile banking* terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Sumut Cabang Teluk Dalam, Kabupaten Nias selatan.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan *mobile banking* terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Sumut Cabang Teluk Dalam, Kabupaten Nias Selatan
3. Untuk mengetahui pengaruh keamanan dan kualitas layanan *mobile banking* terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Sumut Cabang Teluk Dalam, Kabupaten Nias Selatan.

1.4. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah :

1. Bagi Peneliti

Untuk memenuhi tugas akademik, dan menambah pengetahuan penulis tentang struktur penulisan penelitian yang baik dan benar serta sebagai bahan masukan untuk memperdalam wawasan dan keilmuan yang berkaitan dengan keamanan dan kualitas layanan *mobile banking* terhadap kepuasan nasabah.

2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan bahan informasi tentang kualitas *mobile banking*, dan sebagai bahan pertimbangan dalam mengembangkan layanan untuk meningkatkan kepuasan nasabah pada PT Bank Sumut cabang Teluk Dalam.

3. Bagi peneliti selanjutnya

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai salah satu referensi dan rujukan untuk melaksanakan penelitian lebih lanjut dan menambah pengetahuan pembaca.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Landasan Teori

2.1.1. Defenisi Keamanan

Dibalik kelebihan yang ditawarkan *mobile banking* sendiri, terdapat resiko keamanan yang menjadi bahan pertimbangan nasabah. Kerahasiaan data nasabah adalah sesuatu yang bersifat privasi harus di lindungi dengan hati-hati. Perlindungan data nasabah sangat penting untuk melindungi nasabah dari pencurian data, peretasan, serta penyalahgunaan data untuk hal-hal yang melanggar hukum.

Menurut Erina Nila dalam jurnal ISSN (2022:13) keamanan adalah kemampuan untuk menyimpan atau mengendalikan informasi berupa data pribadi dan data perusahaan nasabah terhadap kejahatan dunia maya, pencurian, dan perusakan online. Sedangkan menurut Garfinkel dan Lipford dalam jurnal ekonomi dan bisnis (2020:115) mengemukakan bahwa defenisi keamanan data adalah usaha untuk melindungi dan menjamin tiga aspek dalam dunia siber yaitu kerahasiaan data, keutuhan data, dan ketersediaan data. Sedangkan menurut Suryadharma dan Budyastuty dalam jurnal Sri Lestari (2021:70) mengemukakan bahwa keamanan sistem informasi bisa diartikan sebagai kebijakan, prosedur, dan pengukuran teknis yang digunakan untuk mencegah akses yang tidak sah, perubahan program, pencurian dan kerusakan fisik terhadap sistem informasi. Keamanan informasi merupakan perlindungan informasi dari berbagai ancaman agar menjamin kelanjutan proses bisnis, mengurangi resiko bisnis, dan meningkatkan *return of investment* (ROI) serta peluang bisnis (Chaekar, etc.,2020:145)

Berdasarkan beberapa defenisi diatas, penulis menyimpulkan bahwa keamanan merupakan usaha untuk melindungi privasi atau data untuk mencegah akses yang tidak sah yang dapat merugikan pengguna layanan.

Keamanan layanan *mobile banking* disini merupakan bentuk perlindungan privasi kepada data privasi nasabah pengguna *mobile banking* atas berbagai indikasi terjadinya kejahatan yang

dapat merugikan nasabah. Keamanan yang terjamin akan meningkatkan kepercayaan nasabah terhadap bank dan membentuk hubungan yang langgeng antara bank dengan nasabah.

2.1.2. Konsep Keamanan

Keamanan merupakan sebagai kondisi atau kualitas yang bebas dari ketakutan, kecemasan, atau kepedulian. Jaringan komunikasi yang aman, dapat didefinisikan sebagai suatu jaringan dimana pengguna tidak merasakan ketakutan atau kecemasan sewaktu menggunakan jaringan. Dalam buku sistem informasi manajemen (2020:145) terdapat tiga komponen dasar sebagai pertimbangan dalam perancangan dan pembahasan sistem keamanan diantaranya adalah sebagai berikut :

a. Confidentiality:

Keamanan informasi menjamin bahwa hanya mereka yang memiliki hak yang boleh mengakses informasi tertentu. Atau dalam pengertian lain merupakan tindakan pencegahan dari orang tidak atau pihak yang tidak berhak untuk mengakses informasi.

b. Integrity:

Keamanan informasi menjamin kelengkapan informasi dan menjaga dari kerusakan atau ancaman lain yang mengakibatkan berubah informasi dari aslinya. Pengertian lain dari *integrity* adalah memastikan bahwa informasi tersebut masih utuh, akurat, dan belum dimodifikasi oleh pihak yang tidak berhak.

c. Availability:

Keamanan informasi menjamin pengguna dapat mengakses informasi kapanpun tanpa adanya gangguan dan tidak dalam format yang tidak biasa digunakan. Pengguna dalam hal ini bisa jadi manusia, atau komputer yang tentunya dalam hal ini memiliki otorisasi untuk mengakses informasi. *Availability* meyakinkan bahwa pengguna mempunyai kesempatan dan akses pada suatu informasi.

Tingkat keamanan pada informasi juga bergantung pada tingkat sensitivitas informasi dalam database, informasi yang tidak terlalu sensitif sistem keamanannya tidak terlalu ketat sedangkan untuk informasi yang sangat sensitif perlu pengaturan tingkat keamanan yang ketat untuk akses informasi tersebut (Nasional, 2020:147)

2.1.3. Indikator Keamanan

Menurut Raman dan Arasu dan Viswanathan (dalam Jamaludin, 2022:13) indikator keamanan diantaranya :

1. Aman
2. Terjamin keamanannya
3. Informasi akurat
4. Menjaga data pribadi nasabah
5. Melindungi transaksi
6. Aman dan nyaman saat bertransaksi
7. Keamanan sesuai harapan
8. Khawatir kerahasiaan data pribadi nasabah

2.2. Kualitas Layanan

2.2.1. Defenisi Kualitas

Kualitas merupakan aspek penting bagi perusahaan. Saat ini, sebagian besar konsumen mulai menjadikan kualitas sebagai ukuran utama dalam menjatuhkan pilihan terhadap suatu produk/layanan. Lebih dari itu, kualitas seringkali menjadi sarana promosi yang secara otomatis mampu menaikkan/menurunkan nilai jual produk perusahaan.

Oakland, dalam buku *pengendalian kualitas* (2015:5), menjelaskan bahwa kualitas merupakan pemenuhan terhadap kebutuhan konsumen (*meeting the customer requirements*). Kualitas sering kali digunakan untuk menandakan keunggulan suatu produk atau jasa. Dengan selalu menciptakan barang sesuai dengan kebutuhan pelanggan, maka akan memberikan kepuasan dan menumbuhkan loyalitas pelanggan. Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berpengaruh pada produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang menemui atau melebihi harapan Tjiptono, (2001:50). Sedangkan Philip B. Crosby di dalam buku *Quality*

Improvement and Lean Six Sigma (2017:36) mendefinisikan “kualitas sebagai kesesuaian dengan persyaratan atau spesifikasi (*conformance to requirements or specification*)”.

2.2.2. Defenisi Layanan

Layanan merupakan salah satu proses penting dalam meningkatkan value perusahaan bagi pelanggan sehingga banyak perusahaan menjadikan budaya layanan sebagai standar sikap orang di dalam perusahaan. Menurut Philip Kotler dan Gary Armstrong di dalam buku *Service Operation* (2009:7) mendefinisikan layanan sebagai aktivitas atau manfaat yang ditawarkan oleh satu kelompok ke kelompok lainnya berupa sesuatu yang bersifat *intangible*. Layanan adalah paradigma perusahaan untuk menciptakan sebuah value abadi bagi pelanggan melalui produk barang dan jasa (Hermawan kartajaya, 2009:7)

Menurut Lewis, Booms Tjiptono dan Chandra dalam jurnal *Ecodemica* (2018:50) kualitas layanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekepetasi pelanggan. Kualitas layanan atau jasa berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan (Nasution, 2014:5).

Kualitas pelayanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atau pelayanan yang nyata-nyata mereka terima/peroleh dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan/inginkan terhadap atribut-atribut pelayanan suatu perusahaan. Jika jasa yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan

baik dan memuaskan, jika jasa yang diterima melampaui harapan konsumen, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sangat baik dan berkualitas. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah dari pada yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk

Kualitas pelayanan adalah tingkat layanan yang berkaitan dengan harapan dan kebutuhan pelanggan atau pengguna. Hal ini ini berarti bahwa layanan tersebut berkualitas jika perusahaan atau lembaga tertentu mampu menyediakan produk dan jasa (layanan) sesuai dengan keinginan, kebutuhan, harapan pelanggan/pengguna. Kualitas pelayanan adalah landasan utama untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen.

Dari beberapa pengertian diatas maka dapat disimpulkan bahwa Kualitas layanan mobile banking disini merupakan suatu tingkat kelebihan layanan yang digunakan sebagai usaha untuk memenuhi harapan nasabah.

2.2.3. Dimensi kualitas Layanan

Menurut Parasuraman, Zeithamel, dan Berry di dalam buku *Quality Improvement and Lean Six Sigma* (2017:57) mendefenisikan dimensi kualitas layanan diantaranya :

1. *Tangible* (Bukti langsung)
Meliputi fasilitas fisik seperti perlengkapan, personel atau pegawai, dan sarana komunikasi.
2. *Service reliability* (keandalan layanan)
Berupa kemampuan memberikan pelayanan dengan cepat dan memuaskan. Berbeda dengan product reability, di mana berhubungan terhadap keandalan penyedia layanan dalam hubungan untuk melakukan janji pelayanan yang akurat.
3. *Responsiveness* (Daya tanggap)
Mencakup kemampuan memberikan layanan, dan daya tanggap para staff dalam memberikan pelayanan.
4. *Assurance* (Jaminan)
Mengacu pada pengetahuan dan kesopanan dan sifat yang dapat dipercaya dalam memberikan pelayanan
5. *Emphaty* (Empati)
Mencakup layanan pelanggan yang menginginkan empati dari penyedia layanan.

2.2.4. Faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan

Menurut Parasuraman di kutip oleh Tjiptono terdapat faktor yang mempengaruhi kualitas sebuah layanan adalah *expected service* (layanan yang diharapkan) dan *perceived service* (layanan yang diterima). Jika layanan yang diterima sesuai bahkan dapat memenuhi apa yang diharapkan maka jasa dikatakan baik atau positif. Jika layanan yang diterima melebihi *expected service*, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sebagai kualitas ideal. Sebaliknya apabila *perceived service* lebih jelek dibandingkan *expected service*, maka kualitas pelayanan dipersepsikan negatif atau buruk. Oleh sebab itu, baik tidaknya kualitas pelayanan tergantung pada kemampuan perusahaan dan stafnya memenuhi harapan pelanggan secara konsisten.

Kualitas memberikan suatu dorongan kepada konsumen untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan konsumen.

Sekarang ini menurut para pelanggan semakin pintar dan sangat kritis, sehingga perusahaan sebagai pelaku bisnis harus mampu memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan para pelanggan. Sedikit saja penyimpangan, misalnya pelayanan yang tidak sesuai dengan yang diharapkan, para pelanggan akan menilai jelek perusahaan tersebut.

2.2.5. Indikator Kualitas

Menurut Hana Catur Wahyuni, wiwik Sulistiyowati dan Muhammad Khamin di dalam buku *pengendalian kualitas* (2015:11), dimensi kualitas terdiri dari :

1. Kinerja (*performance*)
2. Feature
3. Keandalan
4. Kesesuaian
5. Daya tahan
6. Kemampuan pelayanan
7. Keindahan produk
8. Kualitas yang dirasakan

2.3. Kepuasan Nasabah

2.3.1. Defenisi Kepuasan Nasabah

Nasabah sendiri pada lembaga perbankan sangatlah penting. Nasabah sangat berpengaruh terhadap kelanjutan suatu bank. Sehingga tanpa adanya nasabah maka tujuan bank sendiri tidak akan tercapai secara maksimal. Untuk mendapatkan dan mempertahankan nasabah maka bank harus bisa memberikan rasa puas kepada nasabah agar nasabah senang, percaya dan menggunakan bank yang sama sehingga tidak beralih ke bank lain.

Pakar pemasaran jasa Kotler dan Keller dalam jurnal ekonomi syariah teori dan terapan (2020:1120) berpendapat, bahwa kepuasan merupakan rasa senang atau kecewa yang timbul setelah membandingkan kinerja suatu produk atau jasa dengan ekspektasi mereka. Jika kinerja yang didapat tidak sesuai dengan ekspektasi maka pelanggan akan tidak puas. Sebaliknya jika pelanggan merasa puas dan melebihi ekpetasi maka pelanggan akan sangat puas. Kepuasan merupakan suatu respon emosi seseorang terhadap sesuatu terhadap suatu hal yang tengah dihadapinya, emosi berarti menunjukkan perasaan suka atau tidak suka dalam suatu hal. Kepuasan dapat digambarkan sebagai evaluasi perbedaan yang dirasakan nasabah antara harapan sebelumnya dengan kinerja aktual dari produk (Toor et al.,2016:1120).

Menurut Indrasari (2019:17) mengemukakan bahwa memuaskan kebutuhan konsumen adalah keinginan setiap perusahaan. Dengan memperhatikan Kepuasan konsumen maka kelangsungan suatu perusahaan akan lebih baik dan sekaligus meningkatkan keunggulan dalam persaingan. Konsumen yang puas akan jasa ataupun produk biasanya akan kembali membeli produk dan menggunakannya kembali pada saat kebutuhan yang sama muncul dikemudian hari.

Menurut Nuralam (2017:58) mengemukakan bahwa kepuasan merupakan penilaian mengenai ciri atau keistimewaan produk atau jasa, atau produk itu sendiri, yang menyediakan tingkat kesenangan pelanggan berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan konsumen pelanggan.

Berdasarkan beberapa defenisi diatas maka dapat disimpulkan bahwa Kepuasan nasabah adalah perbandingan antara kenyataan apa yang dirasakan oleh nasabah dengan apa yang diharapkan oleh nasabah. Apabila yang dirasakan nasabah melebihi dengan apa yang diharapkan, berarti nasabah telah memenuhi kepuasannya.

2.3.2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah

Adapun 5 faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah dalam jurnal Al-Amwal (2018:301)

1. Kualitas produk, yaitu pelanggan akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.
2. Kualitas layanan mobile banking atau jasa, yaitu pelanggan akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan yang diharapkan. Pelanggan yang puas akan menunjukkan kemungkinan untuk kembali membeli produk yang sama.
3. Emosional, yaitu pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan karena kualitas dari produk tetapi sosial atau self esteem yang membuat pelanggan merasa puas terhadap merek tertentu.
4. Harga, yaitu produk mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggan.
5. Kemudahan dan biaya, yaitu kemudahan dalam memperoleh produk atau jasa dan kemudahan dalam pembayaran dapat membuat pelanggan akan semakin puas bila relatif mudah, nyaman, dan efisien dalam mendapatkan suatu produk atau pelayanan. Pelanggan tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa tersebut.

2.3.3. Strategi Meningkatkan Kepuasan Konsumen (Nasabah)

Karna Kepuasan nasabah merupakan hal yang sangat penting dalam keberlangsungan suatu perusahaan (Bank) maka perusahaan perlu membuat strategi yang tepat untuk meningkatkan kepuasan nasabah. Menurut Yamit (2005:5), terdapat beberapa strategi yang dapat dilakukan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan atau konsumen (nasabah) yaitu:

1. Mengetahui kebutuhan dan keinginan pelanggan, yaitu dengan cara melakukan penelitian untuk mengetahui kebutuhan dan keinginan pelanggan.

2. Mengetahui proses pengambilan keputusan dalam membeli. Dengan mengetahui tipe pengambilan keputusan pelanggan dalam memilih dan menggunakan layanan jasa, pihak penyedia jasa dapat memprediksi faktor yang mempengaruhi pelanggan dalam memutuskan pembelian dan memilih cara pelayanan yang tepat.
3. Membangun citra lembaga. Lembaga perlu memperhatikan proses informasi yang membentuk persepsi pelanggan terhadap layanan yang telah diberikan. Persepsi positif atau negatif sangat tergantung pada informasi yang diterima pada pelanggan atau jasa pelayanan yang telah diberikan oleh lembaga.
4. Membangun kesadaran akan pentingnya kepuasan pelanggan. Membangun kesadaran harus di implementasikan dalam tindakan nyata bahwa semua unit/bagian yang ada dalam lembaga bertanggung jawab untuk memuaskan pelanggan. Jika kepuasan pelanggan atau nasabah menjadi motivasi setiap unit/bagian dalam lembaga atau organisasi, maka pembentukan citra lembaga akan maksimal.

2.3.4. Indikator Kepuasan Nasabah

Menurut Irwan (2008:109) indikator kepuasan konsumen atau nasabah dipengaruhi oleh :

1. Perasaan puas
2. Selalu membeli produk
3. Akan merekomendasikan kepada orang lain
4. Terpenuhinya harapan pelanggan

2.4. *Mobile Banking*

2.4.1. Definisi *Mobile Banking*

Mobile banking atau disebut juga *m-banking* merupakan layanan digital perbankan dengan menerapkan teknologi informasi. Layanan ini dihadirkan oleh pihak bank demi membantu para nasabah agar memperlancar dan mempermudah segala kegiatan transaksinya (Hadi dan Novi, 2015:172). Mobile banking juga merupakan sebuah sistem layanan dari sebuah lembaga keuangan seperti bank yang bertujuan untuk melakukan sejumlah transaksi keuangan yang dapat diakses langsung oleh nasabah melalui perangkat mobile seperti telepon seluler. Melalui layanan mobile banking, memeriksa saldo rekening, memonitor jangka waktu deposito, mengecek kartu kredit serta pembayaran lain, dan transaksi lainnya juga akan lebih mudah dilakukan (Jayantari dan Seminari, 2018:173).

Mobile banking adalah layanan digital yang ditawarkan oleh bank atau lembaga keuangan untuk melakukan transaksi keuangan dan non-keuangan menggunakan perangkat seluler seperti Smart Phone. *Mobile banking* menawarkan kemudahan jika dibandingkan dengan SMS banking karena nasabah tidak perlu mengingat format pesan SMS yang akan dikirimkan ke bank dan juga nomor tujuan SMS banking.

Dengan adanya *mobile banking* nasabah tidak perlu lagi membuang waktu untuk antri di bank ataupun ATM karena saat ini transaksi bisa dilakukan dimana saja dan kapanpun dengan mudah dan praktis melalui handphone. Fitur-fitur layanan *mobile banking* antara lain layanan informasi (saldo, Mutasi rekening, tagihan kartu kredit, suku bunga, dan lokasi cabang/ATM terdekat), dan layanan transaksi, seperti transfer, pembayaran tagihan (listrik, air, pajak, kartu kredit, asuransi, internet), pembelian (pulsa, tiket), dan berbagai fitur lainnya (Otoritas jasa keuangan).

Dari beberapa pengertian diatas maka dapat disimpulkan bahwa layanan *Mobile banking* adalah layanan yang sangat membantu meningkatkan efisiensi, efektifitas dan produktivitas bagi nasabah yang di nilai memiliki aktivitas yang padat. *Mobile banking* atau dikenal dengan *M-banking* merupakan layanan yang berbasis digital yang hanya bisa di akses oleh nasabah yang mempunyai rekening di bank yang bersangkutan.

2.4.2. Manfaat Mobile Banking

Menurut Tom & Oliviera dalam jurnal ekonomi syariah teori dan terapan (2020:1119) manfaat dari adanya teknologi *mobile banking* adalah sebagai berikut:

1. Untuk konsumen, *mobile banking* mengefisienkan waktu dan biaya yang di miliki pengguna dengan memungkinkan pengguna melakukan layanan keuangan lainnya tanpa harus menghubungi customer service atau mengunjungi teller di cabang bank tersebut.

2. Untuk lembaga keuangan, mobile banking memberikan manfaat tambahan bagi bank. Mobile banking juga memungkinkan bank untuk melakukan penjualan produk dan layanan perbankan lainnya.

2.4.3. Sumut *Mobile*

Sumut *mobile* adalah layanan digital yang dihadirkan oleh bank sumut untuk memberikan pelayanan terbaik kepada nasabahnya. Layanan yang diberikan ini

bertujuan untuk memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi baik pembayaran ataupun pembelian melalui media *Mobile Banking*.



Gambar 2.1

Tampilan fitur layanan Sumut Mobile

Sumber : <https://www.banksumut.co.id/en/sumutmobile/>

Dari gambar 2.1 dapat dijelaskan mengenai fitur layanan yang tersedia dalam Sumut Mobile, diantaranya sebagai berikut :

1. Info rekening
 - Cek saldo dan Mutasi
2. Transfer

Transfer transaksi antar rekening bank sumut dan transfer antar bank.

3. Pembayaran

Transaksi pembayaran (Telepon/HP, PLN, Internet, Pendidikan, PDAM, Pajak Kendaraan, Pajak Daerah Retribusi, PSTN, Tiket, TV Kabel, dan Asuransi).

4. Pembelian

Transaksi pembelian (Pulsa Reguler, PLN Token, Paket Data, dan E-wallet).

5. Tarik Tunai

Layanan tarik tunai tanpa kartu melalui ATM bank sumut.

Kemudian untuk syarat pendaftaran Sumut Mobile dapat dijelaskan sebagai

berikut :

1. Nasabah mengisi dan menandatangani formulir aplikasi umum untuk menu sumut mobile yang dapat diperoleh di cabang.
2. Menunjukkan bukti asli identitas diri yang sah (KTP, paspor) dan bukti kepemilikan pemegang rekening.
3. Untuk rekening gabungan setiap perorangan pemegang rekening gabungan masing-masing harus menandatangani formulir aplikasi umum untuk menu sumut mobile dan selanjutnya hanya diberikan 1 akses sumut mobile sebagaimana yang diberikan untuk nasabah pemilik rekening perorangan.
4. Nasabah harus memiliki *SIM Card* dari operator GSM yang telah bekerja sama dengan bank.
5. Apabila nasabah telah memenuhi syarat maka sebagai tanda persetujuannya bank akan memberikan PIN sumut mobile yang dikirim langsung ke ponsel nasabah pengguna melalui SMS.
6. Nasabah dapat juga melakukan pendaftaran sumut mobile melalui kantor cabang bank sumut.
7. Dengan dilaksanakannya pendaftaran layanan sumut mobile oleh nasabah melalui cabang, maka nasabah menyatakan tunduk pada syarat dan ketentuan layanan sumut mobile yang berlaku.

2.5 Penelitian Terdahulu

Penelitian ini dilakukan berdasarkan referensi penelitian sebelumnya. Tujuannya adalah untuk mempermudah peneliti dalam mencari data yang dibutuhkan, memilih metode yang sesuai terhadap objek yang diteliti, serta memberikan arahan dalam menganalisa data yang diteliti.

Adapun penelitian terdahulu yang digunakan sebagai referensi dalam melakukan penelitian ini adalah sebagai berikut.

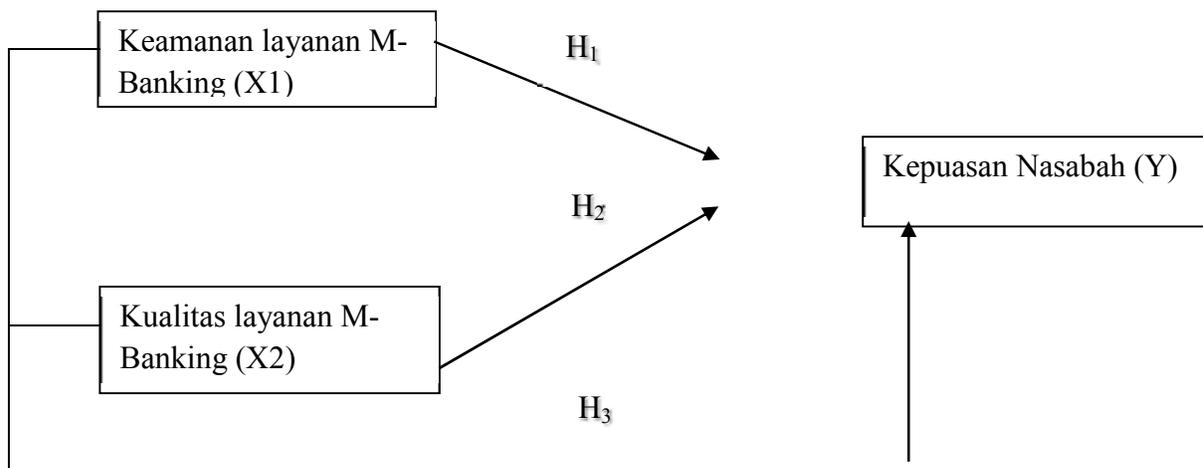
Tabel. 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1	Intan Diva (2022)	Pengaruh kualitas layanan mobile banking terhadap kepuasan nasabah bank Aceh Syariah di Kecamatan Kuta Alam.	Kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan mobile banking berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah bank Aceh Syariah di kecamatan Kuta Alam.
2	Melvi Adela (2021)	Pengaruh layanan mobile banking terhadap kepuasan nasabah pada bank BNI syariah KCP Rajabasa.	Kuantitatif	Berdasarkan uji simultan (uji F) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel layanan mobile banking yang meliputi keamanan sistem sistem mobile banking, kemudahan penggunaan layanan, kredibilitas perusahaan layanan perbankan, dan kecepatan bersama-sama terhadap kepuasan nasabah.

3	Baiq Hilwayatul Ahla (2022)	Pengaruh kualitas layanan mobile banking terhadap kepuasan nasabah bank syariah Indonesia di kota Depok.	Kuantitatif	Berdasarkan uji simultan (uji F) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel layanan mobile banking yang meliputi keamanan sistem sistem mobile banking, kemudahan penggunaan layanan, kredibilitas perusahaan layanan perbankan, dan kecepatan bersama-sama terhadap kepuasan nasabah.
---	-----------------------------	--	-------------	---

2.6. Kerangka Konseptual Penelitian

Kerangka konseptual tentang bagaimana teori hubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah penting (Uma Sekaran dalam Nur Ahmadi Bi Rahmani, 2016:23). Berdasarkan teori, maka dapat dilihat kerangka konseptual yang menggambarkan hubungan dari variabel independent, dalam hal ini keamanan (X1) dan kualitas layanan mobile banking (X2), terhadap variabel dependen yaitu kepuasan nasabah (Y). variabel-variabel tersebut akan di analisis dalam penelitian sehingga diketahui seberapa besar pengaruh masing-masing variabel tersebut dapat mempengaruhi kepuasan nasabah. Kerangka konseptual dapat dilihat pada gambar 2.2.



Gambar 2.2
Kerangka Konseptual

2.7. Hipotesis penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan (Sugiyono 2014:70). Tujuannya adalah untuk mengarahkan dan memberikan pedoman dalam pokok permasalahan serta tujuan penelitian. Maka dari uraian masalah yang ada, maka hipotesis yang dikembangkan dalam penelitian ini adalah :

1. Keamanan

H_0 : Keamanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Sumut cabang Teluk Dalam.

H_1 : Keamanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Sumut cabang Teluk Dalam.

2. Kualitas Layanan

H_0 : Kualitas layanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Sumut cabang Teluk Dalam.

H_1 : Kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Sumut cabang Teluk Dalam.

3. Keamanan dan Kualitas Layanan

H_0 : Keamanan dan Kualitas Layanan tidak berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Sumut cabang Teluk Dalam.

H_1 : Keamanan dan Kualitas Layanan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Sumut cabang Teluk Dalam.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif yaitu untuk mengetahui pengaruh keamanan dan kualitas layanan *mobile banking* terhadap kepuasan nasabah Bank Sumut cabang Teluk Dalam. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang instrument penelitiannya menggunakan alat, seperti SPSS yang spesifikasinya adalah sistematis, terencana, dan terstruktur dengan jelas sejak awal hingga pembuatan desain penelitian, baik tentang tujuan penelitian, subjek penelitian, objek penelitian, sampel data, maupun metodologinya (Mulai pengumpulan data hingga analisis data).

3.2. Tempat dan Waktu Penelitian

Dalam penyusunan penelitian ini, maka penulis melakukan penelitian di PT. Bank Sumut cabang Teluk Dalam, yang berlokasi di Jl. Diponegoro No. 79, kelurahan pasar Teluk Dalam Kabupaten Nias Selatan. Kegiatan penelitian ini akan dilaksanakan pada bulan Oktober 2023 sampai dengan bulan April 2024.

Tabel 3.1
Waktu Penelitian

No.	Kegiatan	Waktu Penelitian						
		Okt	Nov	Des	Jan	Feb	Mar	Apr
1	Pengajuan Judul							
2	Acc Judul							
3	Penyusunan Proposal							
4	Bimbingan Proposal							
5	Seminar Proposal							
6	Revisi Proposal							
7	Penelitian							
8	Pengolahan Data dan Analisis Data							
9	Bimbingan Skripsi							
10	Periksa Buku							
11	Penggandaan dan Tanda Tangan							
12	Ujian Meja Hijau							

3.3. Jenis Variabel Penelitian

3.3.1. Variabel Bebas atau Independent

Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi variabel lain atau menghasilkan akibat pada variabel yang lain, yang pada umumnya berada dalam urutan tata waktu yang terjadi lebih dulu (Martono, 2016:61). Variabel ini disimbolkan dengan variabel “X”.

X1 : Keamanan

X2 : Kualitas Layanan

3.3.2. Variabel Terikat atau Dependent

Variabel terikat merupakan variabel yang diakibatkan atau dipengaruhi oleh variabel bebas (Martono, 2016:61). Variabel ini disimbolkan dengan variabel “Y” .

Y :Kepuasan Nasabah

3.3.3. Skala Pengukuran Data

Teknik skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode skala Likert. Menurut Noor (2011:128) skala Likert merupakan skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena. Berikut contoh tabel skala Likert:

Tabel 3.2
Skala Pengukuran

NO	Jawaban	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Netral (N)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

3.4. Populasi dan Sampel

3.4.1. Populasi

Populasi dapat dikatakan "kumpulan" banyak sampel penelitian, sehingga didalam penelitian sangat diperlukan penentuan sampel tersebut sebagai cara untuk "memudahkan" dalam membaca fenomena atau realitas yang ada (Nalom Siagian, 2021:53).

Populasi dalam penelitian ini sebanyak 7.900 orang yang merupakan nasabah pengguna layanan mobile banking pada PT. Bank Sumut Cabang Teluk Dalam

3.4.2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut, ataupun bagian kecil dari anggota populasi yang diambil menurut prosedur tertentu sehingga dapat mewakili populasinya (Nur Ahmadi Bi Rahmadi, 2016:34). Sampel merupakan bagian dari populasi yang memiliki karakteristik yang relative sama dan dianggap bisa mewakili populasi. Sampel dalam penelitian ini adalah nasabah pengguna layanan mobile banking di PT. Bank Sumut cabang Teluk Dalam melalui pendekatan statistik, menurut Slovin pengambilan sampel dapat ditentukan dengan rumus:

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

Keterangan :

n = Besaran sampel

N = Besaran populasi

e = Kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan yang tidak bisa ditolerir sebesar 10%

Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah sebanyak 7.900 orang sehingga presentase kelonggaran yang digunakan adalah 10% dan hasil perhitungan dapat dibulatkan untuk mencapai kesesuaian. Maka untuk mengetahui sampel penelitian, dengan perhitungan sebagai berikut:

$$n = \frac{7.900}{1+7.900 (10\%)^2}$$

$$n = \frac{7.900}{1+7.900 (0.01)}$$

$$n = \frac{7.900}{1+79.00}$$

$$n = 98,75 \text{ dibulatkan menjadi } 100$$

3.5. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kuisisioner

Merupakan pengumpulan data dengan cara menggunakan pertanyaan – pertanyaan melalui daftar pertanyaan yang akan di isi oleh responden yang menjadi sampel penelitian

2. Dokumentasi

Merupakan pengumpulan data dan informasi dari buku – buku, dokumen, judul, jurnal dan internet yang berkaitan dengan penelitian ini dan penelitian terdahulu

3. Observasi

Merupakan pengamatan secara langsung terhadap objek penelitian

4. Wawancara

Merupakan tanya jawab kepada responden yang dianggap dapat memberikan jawaban atau penjelasan tentang hal – hal maupun data yang diperlukan.

3.6. Defenisi Operasional

Defenisi operasional adalah defenisi yang dibuat spesifik sesuai dengan kriteria pengujian atau pengukuran. Tujuan dari defenisi operasional ini adalah agar pembaca lain juga memiliki pengertian yang sama. Metode pemecahan masalah terhadap objek pembahasan ditentukan dengan menetapkan variabel penelitian yang dijabarkan kedalam subvariabel. Selanjutnya dijabarkan ke dalam indikator, kemudian idkator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrument (alat ukur) yang dapat berupa pernyataan.

Tabel 3.3
Operasionalisasi penelitian

Variabel	Defenisi Operasional	Indikator	Skala Ukur
Keamanan	Keamanan adalah usaha untuk melindungi privasi atau data untuk mencegah akses yang tidak sah yang dapat merugikan pengguna layanan.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Terjamin keamanannya 2. Informasi akurat 3. Menjaga data pribadi nasabah 4. Melindungi transaksi 5. Keamanan sesuai harapan 	Likert
Kualitas Layanan	Kualitas Layanan adalah Suatu tingkat kelebihan layanan yang digunakan sebagai usaha untuk	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kinerja (performance) 2. Keandalan 3. Kesesuaian 	Likert

	memenuhi harapan nasabah.	<ol style="list-style-type: none"> 4. Kemampuan pelayanan 5. Keindahan produk 6. Kualitas yang dirasakan 	
Kepuasan Nasabah	Perbandingan antara kenyataan apa yang dirasakan oleh nasabah dengan apa yang diharapkan oleh nasabah	<ol style="list-style-type: none"> 1. Perasaan puas 2. Selalu membeli produk 3. Akan merekomendasikan kepada orang lain 4. Terpenuhinya harapan pelanggan 	Likert

3.7. Uji Instrument

3.7.1. Uji Validitas

Tujuan melakukan uji validitas adalah untuk mengevaluasi sejauh mana alat ukur yang digunakan dalam penelitian dapat mengukur variabel yang dimaksud dengan akurat dan konsisten. Uji validitas bertujuan untuk memastikan bahwa item – item atau pertanyaan dalam alat ukur tersebut memang benar – benar mampu mengukur variabel yang telah ditetapkan, serta untuk menilai apakah hasil pengukuran tersebut dapat diandalkan dan bermanfaat untuk memenuhi tujuan penelitian.

Jika $r_{hitung} \geq r_{tabel}$, maka pertanyaan instrument atau item-item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total, maka dapat dinyatakan bahwa item pernyataan tersebut valid atau bila signifikan $\alpha 5\% = (0,5)$.

Jika $r_{hitung} \leq r_{tabel}$, maka instrument tersebut tidak valid. Dalam melakukan penguraian validitas, penulis menggunakan alat bantu program SPSS versi 22.

3.7.2. Uji Reliabilitas

Menurut Noor (2011:130) mengemukakan bahwa reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana alat ukur dapat dipercaya atau diandalkan. Hal ini berarti menunjukkan sejauh mana alat pengukur dikatakan konsisten, jika dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama. Dalam penelitian ini pengujian reliabilitas dilakukan dengan menggunakan Cronbach Alpha. Cronbach Alpha yang semakin mendekati 1 menunjukkan semakin tinggi koefisien internal reliabilitasnya dan nilai Cronbach Alpha yang menunjukkan $\alpha \geq 0,70$ dianggap sudah cukup memuaskan.

1. Jika nilai cronbach alpha $> 0,7$ artinya reliabilitas mencukupi.
2. Jika nilai cronbach alpha $> 0,8$ artinya seluruh item adalah reliabilitas dan memiliki reliabilitas yang kuat.
3. Jika nilai cronbach alpha $> 0,9$ atau nilai cronbach alpha = 1 artinya reliabilitas sempurna
4. Jika nilai cronbach alpha antara 0.70 – 0.90 artinya reliabilitas tinggi.
5. Jika nilai cronbach alpha $< 0,50$ artinya reliabilitas rendah.
6. Jika alpha rendah, kemungkinan salah satu atau beberapa pernyataan atau item tidak reliable.

3.8. Uji Asumsi Klasik

3.8.1. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah uji yang mengukur apakah data memiliki distribusi normal sehingga dapat dipakai statistik parametrik, jika data tidak terdistribusikan dengan normal dapat

dipakai non-parametrik. Suatu model regresi yang valid adalah distribusi data normal atau mendekati normal. Pengujian normalitas dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik distribusi normal.

3.8.2. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas untuk melihat apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka tersebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi heteroskedastisitas. Adapun dasar untuk menganalisisnya, yaitu:

1. Jika titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebur, kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
2. Jika ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.8.3. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas (independent). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antara variabel bebas. Jika variabel bebas saling berkorelasi maka variabel-variabel tersebut tidak original. Variabel original adalah variabel bebas yang nilai korelasi antara variabel independent sama dengan nol. Ada tidaknya multikolinieritas dapat dideteksi dengan melihat nilai tolerance dan variance inflation factor (VIF).

1. $VIF > 10$: antara variabel independent terjadi multikolinieritas.
2. $VIF < 10$: antara variabel independent tidak terjadi multikolinieritas.

3.8.4. Regresi Linier Berganda

Analisis regresi berganda dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas (keamanan dan kualitas layanan) terhadap variabel terikat (kepuasan nasabah). Dalam menganalisis data ini peneliti menggunakan aplikasi software SPSS versi 22. Adapun model persamaan yang digunakan regresi sampelnya adalah :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan :

Y = Kepuasan Nasabah

a = Konstanta

b₁,b₂ = Koefisien Regresi

X₁ = Keamanan

X₂ = Kualitas layanan

e = Epison

Suatu perhitungan statistik disebut signifikan secara statistik apabila nilai uji statistiknya berada dalam daerah kritis (daerah dimana H₀ ditolak). Sebaliknya disebut tidak signifikan bila nilai uji statistik berada dalam daerah dimana H₀ diterima.

3.9. Uji Hipotesis

3.9.1. Uji Parsial (Uji t)

Uji-t digunakan untuk menguji bagaimana pengaruh masing-masing variabel bebas Keamanan (X₁) dan kualitas layanan (X₂) terhadap variabel terikat Kepuasan Nasabah (Y)

apakah signifikan. Uji t memiliki tujuan untuk menentukan seberapa besar pengaruh variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat. Untuk menguji variabel yang berpengaruh X1, X2 terhadap Y pada tingkat kepercayaan 5% (0,05).

Dengan Kriteria pengambilan keputusan berikut:

1. Pengaruh Keamanan layanan mobile banking terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank Sumut Cabang Teluk Dalam
 - a. Jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ maka H_0 ditolak H_1 diterima. Artinya terdapat pengaruh keamanan layanan mobile banking terhadap kepuasan nasabah Pada PT Bank Sumut Cabang Teluk Dalam
 - b. Jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ maka H_0 di terima. Artinya tidak terdapat pengaruh kualitas layanan mobile banking terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank Sumut Cabang Teluk Dalam.
2. Pengaruh Kualitas layanan mobile banking terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank Sumut Cabang Teluk Dalam
 - a. Jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ maka H_0 ditolak H_1 diterima. Artinya terdapat pengaruh kualitas layanan mobile banking terhadap kepuasan nasabah Pada PT Bank Sumut Cabang Teluk Dalam
 - b. Jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ maka H_0 di terima. Artinya tidak terdapat pengaruh kualitas layanan mobile banking terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank Sumut Cabang Teluk Dalam.

3.9.2. Uji Secara Simultan (Uji F)

Uji F adalah uji secara simultan atau serentak yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas yaitu keamanan (X1) dan kualitas (X2) bekerja secara bersama-sama dalam mempengaruhi secara signifikan terhadap variabel Kepuasan Nasabah (Y).

Adapun kriteria pengujian yang digunakan, yaitu :

- a. Jika $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ maka H_0 di tolak H_1 diterima. Artinya keamanan dan kualitas layanan mobile banking berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank Sumut Cabang Teluk Dalam.
- b. Jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ maka H_1 di tolak H_0 diterima. Artinya keamanan dan kualitas layanan mobile banking tidak berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank Sumut Cabang Teluk Dalam.

3.9.3. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi R^2 pada intinya mengukur kadar pengaruh variabel bebas terhadap variabel tidak bebas. Nilai koefisien berkisar antara 0 dan 1 ($0 < R^2 < 1$).

Jika R^2 mendekati satu, maka dapat dikatakan bahwa pengaruh variabel bebas (X) adalah besar terhadap variabel terikat (Y). Sebaliknya jika R^2 semakin mendekati nol, maka dapat dikatakan bahwa pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) adalah kecil. Hal ini berarti model yang digunakan tidak kuat untuk menerangkan pengaruh variabel bebas yang diteliti terhadap variabel terikat