



**EFEKTIVITAS LAYANAN APLIKASI BNI *MOBILE BANKING*
DI KANTOR CABANG DJUANDA KOTA BOGOR**

Skripsi

Dibuat oleh:

Raden Muhammad Alfaridzi
021117265

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PAKUAN
BOGOR**

OKTOBER 2021



**EFEKTIVITAS LAYANAN APLIKASI BNI *MOBILE BANKING*
DI KANTOR CABANG DJUANDA KOTA BOGOR**

Skripsi

Diajukan sebagai salah satu syarat dalam mencapai gelar Sarjana Manajemen
Program Studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan
Bogor

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
(Dr. Hendro Sasongko, Ak., M., CA)



Ketua Program Studi Manajemen
(Prof. Dr. Yohanes Indrayono, Ak., MM., CA)

ii

LEMBAR PERSETUJUAN PEMERIKSAAN SIDANG SKRIPSI

Kami selaku Ketua dan Anggota Komisi telah melakukan bimbingan skripsi mulai tanggal: 30/September/2020 dan berakhir tanggal: 08/September/2021 Dengan ini menyatakan:

Nama	: Yohanes Muhammad Alfaridzi	L/P*
NPM	: 0210000265	
Program Studi	: Manajemen	
Mata Kuliah	: Manajemen Pemasaran	
Ketua Komisi	: Hj. Sri Hartini., Dra., MM.	
Anggota Komisi	: Fredi Andria., S.Tp., MM	
Judul Skripsi	: Efektivitas Layanan Aplikasi BNI <i>Mobile Banking</i> Di Kantor Cabang Djuanda Kota Bogor	

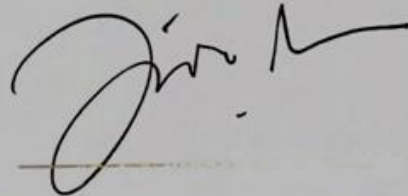
Menyetujui bahwa nama tersebut di atas dapat disertakan mengikuti ujian sidang skripsi yang dilaksanakan oleh pimpinan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan.

Disetujui,

Ketua Komisi Pembimbing
(Hj. Sri Hartini., Dra., MM.)



Anggota Komisi Pembimbing
(Fredi Andria., S.Tp., MM.)



Diketahui,

Ketua Program Studi
(Prof. Dr. Yohanes Indrayono, Ak., MM., CA)



**EFEKTIVITAS LAYANAN APLIKASI BNI *MOBILE BANKING*
DI KANTOR CABANG DJUANDA KOTA BOGOR**

Skripsi

Telah disidangkan dan dinyatakan lulus
Pada hari Selasa, tanggal 5 Oktober 2021

Raden Muhammad Alfaridzi
0211 17 265

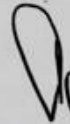
Disetujui,

Ketua Penguji Sidang

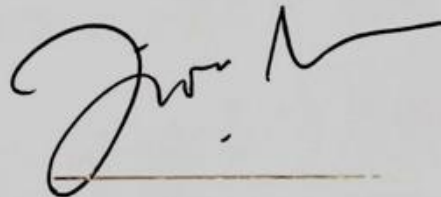
(Oktori Kiswati Zaini, S.E., M.M.)



Ketua Komisi Pembimbing
(Hj. Sri Hartini., Dra., MM.)



Anggota Komisi Pembimbing
(Fredri Andria., S.Tp., MM.)



Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Raden Muhammad Alfaridzi

NPM : 0211 17 265

Judul Skripsi : Efektivitas Layanan Aplikasi BNI *Mobile Banking* Di Kantor
Cabang Djuanda Kota Bogor

Dengan ini saya menyatakan bahwa Paten dan Hak Cipta dari produk skripsi di atas adalah benar karya saya dengan arahan dari komisi pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apapun kepada perguruan tinggi manapun.

Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir skripsi ini.

Dengan ini saya melimpahkan Paten, Hak Cipta dari karya tulis saya kepada Universitas Pakuan.

Bogor, Oktober 2021



Raden Muhammad Alfaridzi
0211 17 265

© Hak Cipta milik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan, tahun 2021

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan.

Dilarang mengumumkan dan atau memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis dalam bentuk apapun tanpa seizin Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan.

ABSTRAK

RADEN MUHAMMAD ALFARIDZI 021117265. Efektivitas Layanan Aplikasi BNI *Mobile Banking* Di Kantor Cabang Djuanda Kota Bogor. Di bawah bimbingan SRI HARTINI dan FREDI ANDRIA.

Semakin ketatnya persaingan antar Bank yang menawarkan produk-produk atau fasilitas yang dimiliki masing-masing Bank, dari semua data yang ada Bank BNI mendapati pertumbuhan jumlah nasabah yang sangat kecil dibandingkan dari pesaingnya yaitu Bank BRI dan Bank Mandiri. Terlebih lagi Bank BNI merupakan Bank yang terlebih dulu didirikan jika dibandingkan dengan Bank Mandiri. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis mengenai kualitas sistem, kualitas informasi, kualitas layanan, kepuasan pelanggan dan untuk mengetahui keefektifitas layanan aplikasi BNI *Mobile Banking* Di Kantor Cabang Djuanda Kota Bogor.

Jenis Penelitian yang digunakan adalah deskriptif explanatory. Objek penelitian ini adalah Efektivitas Aplikasi BNI *Mobile Banking*. Penelitian ini menggunakan data primer dan sekunder. Sampel yang digunakan sebanyak 100 responden dengan metode *purposive sampling*. Metode analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif efektivitas.

Hasil penelitian menunjukkan kualitas sistem dinilai sangat efektif yaitu dengan persentase 87%, kualitas informasi dinilai sangat efektif dengan persentase 86,33%, kualitas layanan dinilai sangat efektif dengan persentase 85,067 % dan kepuasan pelanggan dinilai sangat efektif dengan persentase 86,6%. Berdasarkan hasil analisis, diketahui bahwa Efektivitas Layanan Aplikasi BNI *Mobile Banking* Di Kantor Cabang Djuanda Kota Bogor menurut tanggapan responden dalam penelitian ini berada pada kategori “Sangat Sukses” atau “Sangat Efektif”. Persentase penilaian responden berkaitan dengan Efektivitas Layanan Aplikasi BNI *Mobile Banking* Di Kantor Cabang Djuanda Kota Bogor sebesar 86,22%.

Kata Kunci : BNI *Mobile Banking*, Efektivitas

PRAKATA

Segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah serta karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Tanpa-Nya penulis belum sanggup menyelesaikannya dengan baik. Salawat dan salam terlimpah curahkan kepada baginda kita tercinta yakni Nabi Muhammad SAW.

Skripsi ini ditulis sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen di Universitas Pakuan yang berjudul **“Efektivitas Layanan Aplikasi BNI Mobile Banking Di Kantor Cabang Djuanda Kota Bogor”**

Penyelesaian skripsi ini tidak lepas dari bantuan, bimbingan, doa, dukungan serta semangat dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. Hendro Sasongko, Ak., MM., CA. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan.
2. Prof. Dr. Yohanes Indarayono, Ak., MM.,CA Selaku Ketua Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan.
3. Bapak Doni Wihartika, S.Pi., MM. Selaku Asisten Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan.
4. Ibu Hj. Sri Hartini., Dra., MM. Selaku ketua komisi Pembimbing penelitian.
5. Bapak Fredi Andria., S.Tp., MM. Selaku anggota komisi Pembimbing penelitian.
6. Seluruh Dosen, Staf Tata Usaha beserta Karyawan Perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan Bogor.
7. Kepada keluarga saya yaitu Bapak, Ibu dan Kakak-kakak yang senantiasa selalu memberikan doa, kasih sayang dan dukungannya.
8. Kepada Adel, Fina, Eja dan Ifa yang senantiasa memberi semangat dan motivasi untuk penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Kepada seluruh teman-teman pejuang S.M. yang selalu memberi semangat dan mendoakan untuk penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun sangatlah penulis harapkan. Akhir kata, penulis berharap agar Allah SWT berkenan membalas kebaikan semua pihak yang telah membantu penulis dalam penyusunan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan.

Bogor, Oktober 2021

Penulis

DAFTAR ISI

Halaman	
COVER	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI DAN PERNYATAAN TELAH DISIDANGKAN	iv
LEMBAR PERNYATAAN PELIMPAHAN HAK CIPTA	v
LEMBAR HAK CIPTA	vi
ABSTRAK	vii
PRAKATA	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Identifikasi dan Perumusan Masalah	6
1.2.1. Identifikasi Masalah	6
1.2.2. Perumusan Masalah.....	7
1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian.....	7
1.3.1. Maksud Penelitian	7
1.3.2. Tujuan Penelitian.....	7
1.4. Kegunaan Penelitian.....	7
1.4.1. Kegunaan Praktis.....	7
1.4.2. Kegunaan Akademis.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1. Manajemen Pemasaran.....	9
2.1.1. Pengertian Pemasaran.....	9
2.1.2. Pengertian Manajemen Pemasaran.....	9
2.1.3. Pengertian Jasa	9
2.3. Efektivitas	10
2.3.1. Definisi Efektivitas.....	10
2.3.2. Indikator Efektivitas	10
2.4. Kepuasan Pelanggan	11
2.4.1. Definisi Kepuasan Pelanggan.....	11
2.4.2. Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan	11
2.5. <i>Mobile Banking</i>	11
2.5.1. Pengertian <i>Mobile Banking</i>	11
2.6. Bank BNI	12
2.7. <i>BNI Mobile Banking</i>	12
2.7.1. Definisi <i>BNI Mobile Banking</i>	12
2.7.2. Keuntungan <i>BNI Mobile Banking</i>	13
2.7.3. Fitur-fitur dalam menu <i>BNI Mobile Banking</i>	13
2.8. Penelitian Sebelumnya dan Kerangka Pemikiran	13
2.8.1. Penelitian Sebelumnya	13

2.8.2 Kerangka Pemikiran	25
BAB III METODE PENELITIAN	26
3.1. Jenis Penelitian.....	26
3.2. Objek, Unit Analisis, dan Lokasi Penelitian	26
3.2.1. Objek	26
3.2.2. Unit Analisis.....	26
3.2.3. Lokasi Penelitian	26
3.3. Jenis dan Sumber Data Penelitian	26
3.3.1. Jenis Data Penelitian	26
3.3.2. Sumber Data Penelitian	26
3.4. Operasional Variabel.....	27
3.5. Metode Penarikan Sampel.....	28
3.6. Metode Pengumpulan Data	28
3.7. Metode Pengolahan/Analisis Data	29
3.7.1 Uji Validitas.....	29
3.7.2 Uji Reliabilitas.....	30
3.7.4 Analisis Deskriptif Efektivitas	30
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	31
4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian	31
4.1.1 Sejarah dan Perkembangan Bank BNI	31
4.1.2 Kegiatan Usaha.....	32
4.1.3 Struktur Organisasi dan Uraian Tugas	34
4.2 Metode Pengolahan/Analisis Data	37
4.2.1. Hasil Uji Validitas	37
4.2.2 Hasil Uji Reliabilitas	38
4.3. Variabel Penelitian	38
4.4 Analisis Deskriptif Efektivitas Penggunaan Aplikasi BNI <i>Mobile Banking</i> Di Kantor Cabang Djuanda Kota Bogor	44
4.5 Pembahasan.....	49
4.5.1 Kualitas Sistem (<i>System Quality</i>) aplikasi BNI <i>Mobile Banking</i> Di Kantor Cabang Djuanda Kota Bogor	49
4.5.2 Kualitas Informasi (<i>Information Quality</i>) aplikasi BNI <i>Mobile Banking</i> Di Kantor Cabang Djuanda Kota Bogor	49
4.5.3 Kualitas Layanan (<i>Service Quality</i>) aplikasi BNI <i>Mobile Banking</i> Di Kantor Cabang Djuanda Kota Bogor	49
4.5.4 Kepuasan Pelanggan (<i>Custumor Satisfaction</i>) aplikasi BNI <i>Mobile Banking</i> Di Kantor Cabang Djuanda Kota Bogor	50
4.5.5 Efektivitas Penggunaan Aplikasi BNI <i>Mobile Banking</i> Di Kantor Cabang Djuanda Kota Bogor.....	50
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	51
5.1 Simpulan	51
5.2 Saran	51
DAFTAR PUSTAKA	53
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	57

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Pertumbuhan Pengguna Internet Di Dunia Periode Januari 2020.....	2
Tabel 1.3 Peringkat <i>satisfaction, loyalty, and engagement awards</i> Bank umum kelompok usaha IV.....	
Tabel.1.4 Perkiraan Peningkatan Jumlah Nasabah Bank BNI.....	
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	16
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	27
Tabel 3.2 Jumlah Asumsi Nasabah BNI Tahun 2020 Di Kota Bogor Cabang Djuanda Naik 12%.....	28
Tabel 3.3 Keterangan Likert	29
Tabel 3.4 Tabel Tingkat Keefektifan.....	30
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas.....	37
Tabel 4.2 Hasil Uji Reliabilitas Total.....	38
Tabel 4.3 Skala Likert.....	44
Tabel 4.4 Tabel Tingkat Kesuksesan.....	45
Tabel 4.5 Pernyataan Responden.....	45
Tabel 4.6 Tabel Tingkat Kesuksesan.....	46
Tabel 4.7 Tabel Tingkat Kesuksesan.....	47
Tabel 4.8 Tabel Tingkat Kesuksesan.....	47
Tabel 4.9 Tabel Tingkat Kesuksesan.....	48
Tabel 4.10 Tabel Tingkat Kesuksesan.....	48

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Jumlah transaksi <i>mobile banking</i> beberapa bank umum tahun 2020 di Kota Bogor.....	3
Gambar 1.2 Perbandingan Data Nasabah BNI dan Mandiri.....	4
Gambar 1.3 Jumlah transaksi BNI <i>Mobile Banking</i> Cabang Bogor kuartal I dan II Tahun 2019.....	5
Gambar 4.1 Sebaran Responden Menurut Kemudahan untuk digunakan.....	38
Gambar 4.2 Sebaran Responden Menurut Sistem tidak mengalami kegagalan.....	39
Gambar 4.3 Sebaran Responden Menurut Menjaga kerahasiaan data.....	39
Gambar 4.4 Sebaran Responden Menurut Semua informasi tersedia.....	40
Gambar 4.5 Sebaran Responden Menurut Tersedia informasi yang dibutuhkan.....	40
Gambar 4.6 Sebaran Responden Menurut Diperbaharui dengan cepat.....	41
Gambar 4.7 Sebaran Responden Menurut Keamanan aplikasi.....	41
Gambar 4.8 Sebaran Responden Menurut Kecepatan tindakan terhadap keluhan.....	42
Gambar 4.9 Sebaran Responden Menurut Kecepatan respons.....	42
Gambar 4.10 Sebaran Responden sesuai kebutuhan dan harapan pelanggan.....	43
Gambar 4.11 Sebaran responden bersedia memberi rekomendasi kepada orang lain.....	43

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Hasil Skor Responden	59
---------------------------------------	----

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang semakin pesat di era digital saat ini telah mempengaruhi pola perilaku manusia dalam mengakses beragam informasi dan berbagai fitur layanan elektronik. Salah satu perkembangan teknologi yang menjadi bahan kajian terkini di Indonesia adalah Teknologi Finansial dalam lembaga perbankan. Menurut definisi yang dijabarkan oleh *National Digital Research Centre* (NDRC), teknologi finansial adalah istilah yang digunakan untuk menyebut suatu inovasi di bidang jasa finansial, di mana istilah tersebut berasal dari kata "*financial*" dan "*technology*" (*Fintech*) yang mengacu pada inovasi finansial dengan sentuhan teknologi *modern* (Sukma, 2016). Konsep *Fintech* tersebut mengadaptasi perkembangan teknologi yang dipadukan dengan bidang finansial pada lembaga perbankan, sehingga diharapkan bisa memfasilitasi proses transaksi keuangan yang lebih praktis, aman serta *modern*, meliputi layanan keuangan berbasis digital yang saat ini telah berkembang di Indonesia, yaitu *payment channel system*, *digital Banking*, *online digital insurance*, *Peer to Peer (P2P) Lending*, serta *crowd funding* (Siregar, 2016).

Adanya kemajuan teknologi perbankan tersebut, maka efektivitas waktu dapat dipercepat dalam sistem transaksi perbankan antar nasabah (Firmansyah dan Widiati, 2016). Pernyataan tersebut juga didukung berdasarkan survei yang dilakukan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) yang dirilis Maret 2019, total populasi penduduk Indonesia sebanyak 264,16 juta orang. Dari total populasi itu, sebanyak 64,8% penduduk sudah sadar akan hadirnya internet. Hal ini menunjukkan bahwa dalam hal jumlah, penetrasi pemanfaatan teknologi digital di Indonesia sangat besar, bahkan melebihi populasi gabungan negara-negara lain di ASEAN, dan telah mengubah perilaku masyarakat hampir pada semua aspek kehidupan, seperti jual beli secara *online (e-commerce)*, interaksi sosial secara digital, buku elektronik, koran elektronik, transportasi publik (taksi dan ojek), layanan pendukung pariwisata, serta *financial technology* (Siregar, 2016). Indonesia berada di peringkat tiga dengan pertumbuhan populasi yang mengakses internet sebesar 17 persen dalam satu tahun terakhir. Angka ini sama dengan 25,3 juta pengakses internet baru dalam setahun. Pertumbuhan populasi pengakses internet Indonesia ini hanya kalah dari Cina dan India. India menempati peringkat pertama dengan 127 juta pengakses internet baru dalam satu tahun. Sementara Cina berada di peringkat kedua dengan 25,4 juta pengakses internet baru dalam setahun terakhir dapat dilihat dari Tabel 1.1 pertumbuhan internet di dunia:

Tabel 1.1 Pertumbuhan Pengguna Internet Di Dunia Periode Januari 2020

No	Negara	Pengguna
1.	India	127.610.000
2.	China	25.490.000
3.	Indonesia	25.365.368
4.	Pakistan	11.751.089
5.	Irak	10.637.541
6.	Mesir	9.803.630
7.	Congo	8.988.740
8.	Brazil	8.516.438
9.	Vietnam	6.169.040
10.	Bangladesh	5.765.248

Sumber: Data Sekunder, Ramadhan, 2021

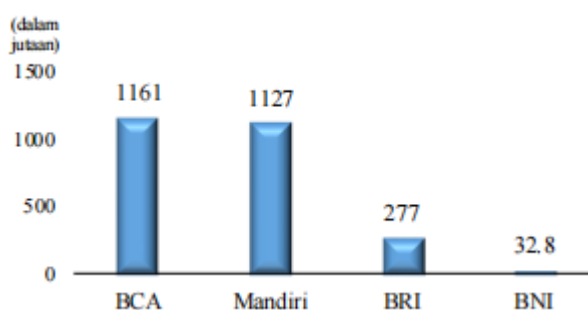
Peningkatan pertumbuhan pengguna internet membuat jumlah Bank menjadi bertambah, saat ini jumlah Bank di Indonesia sudah cukup banyak. Keberadaan Bank yang semakin meningkat diharapkan dapat memenuhi kebutuhan masyarakat akan layanan perbankan. Masyarakat pun dalam memilih Bank perlu mempertimbangkan pelayanan yang diberikan oleh setiap Bank. Pelayanan tersebut tentu tidak hanya pelayanan dasar saja tetapi juga pelayanan yang dapat menghemat waktu dan tenaga bagi para nasabah. Terlebih lagi saat ini teknologi semakin berkembang hampir disetiap bidang kehidupan, tidak terkecuali di bidang perbankan. Banyak Bank yang terus mengembangkan pelayanan konvensional menjadi pelayanan yang memanfaatkan teknologi. Sebagai contoh banyak Bank di Indonesia yang sudah menerapkan layanan *Mobile Banking*. Salah satu Bank yang sudah menerapkan teknologi ini yaitu Bank Negara Indonesia (BNI).

Kemajuan dan perkembangan teknologi informasi yang pesat telah mempengaruhi industri perbankan, seperti halnya *Mobile Banking* merupakan salah satu wujud dari perkembangan teknologi tersebut. Perangkat komunikasi merupakan salah satu contoh dari perkembangan teknologi yang pada saat ini juga dimanfaatkan oleh sektor perbankan. Saat ini sudah banyak Bank yang telah menyediakan akses *mobile* untuk mengetahui informasi keuangan. Kondisi tersebut merupakan salah satu perbaikan layanan terhadap nasabah.

Industri perbankan menyediakan fasilitas *Mobile Banking* guna mencapai kepuasan nasabah. Setelah menggunakan produk, nasabah akan merasakan kepuasan atau kekecewaan. Kepuasan akan mendorong nasabah untuk menggunakan ulang produk. Sebaliknya, jika kecewa nasabah tidak akan menggunakan produk yang sama lagi di

kemudian 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.

Pada saat ini telepon seluler sebagai alat komunikasi yang paling diminati, maka sangat besar peluang para nasabah yang akan menggunakan layanan *Mobile Banking* dalam meningkatkan pelayanan terhadap nasabahnya, maka Bank BNI meluncurkan aplikasi *mobile* yang bernama *BNI Mobile Banking*. Aplikasi ini menyediakan berbagai fitur untuk pelayanan nasabah seperti melihat saldo, transfer, pembelian, pembayaran dan lain sebagainya. Hal tersebut dilakukan agar para konsumen merasa puas atas kualitas yang diberikan pada aplikasi *BNI Mobile Banking*. Menurut Ninik Rustanti (2015) menyebutkan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah, meliputi kualitas produk, harga produk, kualitas layanan, sikap terhadap produk, biaya dan kemudahan mendapatkan produk.



Sumber : Data Sekunder, Andrian, 2021

Gambar 1.1 Jumlah transaksi atau penggunaan *mobile banking* beberapa bank umum tahun 2020 di Kota Bogor

Bank BNI sebagai salah satu bank besar di Kota Bogor memanfaatkan potensi bisnis dari *Mobile Banking* dengan meluncurkan *BNI mobile banking* pada tahun 2014. Sejak saat itu, *BNI mobile banking* terus fokus meningkatkan tampilan dan fungsi *mobile banking*-nya sehingga menjadi lebih *fresh* dan *user friendly*, namun *BNI mobile banking* nyatanya belum menunjukkan kinerja yang unggul dibanding bank-bank pesaing (Gambar 1.1). Perbedaan jumlah transaksi atau penggunaan *mobile banking* yang diperoleh Bank BNI tergolong jauh apabila dibanding bank-bank pesaingnya.

Tidak hanya itu menurut Dewi (2019) pada kuartal III 2019 PT Bank Mandiri Tbk mencatatkan pertumbuhan yang signifikan dari transaksi *Mobile Banking* dan *internet Banking*. Secara total keduanya mencatatkan transaksi 340 juta per Oktober 2019 atau meningkat 39% secara yoy. Nilai transaksinya mencapai Rp 663 triliun atau meningkat 33% yoy. PT Bank Mandiri Tbk juga mencatatkan pertumbuhan yang signifikan dari transaksi *Mobile Banking* dan *internet Banking*. Secara total keduanya mencatatkan transaksi 340 juta per Oktober 2019 atau meningkat 39% secara yoy. Nilai transaksinya mencapai Rp 663 triliun atau meningkat 33% yoy. Sedangkan transaksi ATM BNI mencapai 1,08 miliar transaksi atau meningkat 16,5% yoy. Sementara itu, nilai transaksinya mencapai Rp 520 triliun atau tumbuh 6,7% yoy. Transaksi SMS Banking meningkat 31,1% menjadi 480 juta transaksi dengan nilai Rp 58 triliun.

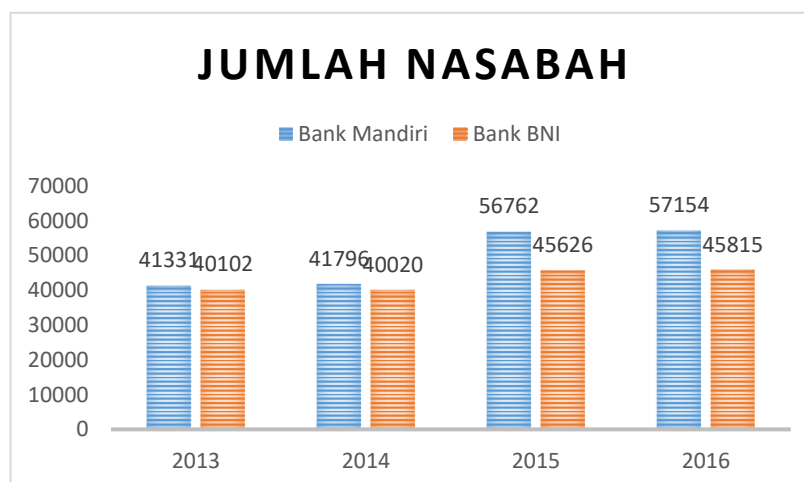
Sedangkan transaksi *internet Banking* tumbuh 3,9% menjadi 21 juta transaksi dengan nilai Rp 66 triliun.

Tabel 1.3 Peringkat *satisfaction, loyalty, and engagement awards* Bank umum kelompok usaha IV Tahun 2018

Peringkat	2017	2018
1	BCA	Bank Mandiri
2	BNI	BCA
3	Bank Danamon	Bank Danamon
4	-	BNI
5	-	BRI

Sumber: Data Sekunder, Putra, 2021

Potensi yang besar dari pelanggan diikuti pula dengan tantangan yang dimilikinya. pelanggan memiliki karakteristik cenderung dapat mudah beralih perusahaan pemberi jasa apabila merasa tidak puas dengan jasa tersebut (Setyaningsih, 2018). Bank BNI mengalami penurunan peringkat dari segi kepuasan nasabah pada tahun 2017 menuju 2018 (Tabel 1.3). Penelitian oleh Rusdianti et al. (2016) menyebutkan kepuasan nasabah Bank BNI dalam menggunakan *e-Banking* juga hanya sebesar 61.57% yang artinya nasabah cenderung belum puas dengan layanan *e-Banking*



Sumber : Data Sekunder, Prasetyo et al, 2021

Gambar 1.2 Perbandingan Data Nasabah BNI dan Mandiri

Dari data diatas dapat dilihat bahwa pertumbuhan jumlah nasabah Bank BNI cabang Djuanda mengalami kenaikan setiap tahunnya. walaupun begitu bila dibandingkan dengan saingannya pertumbuhan nasabah Bank Mandiri cabang Djuanda pada tahun 2013, 2014 dan 2015 sedikit lebih baik dan bahkan pada tahun 2016 pertumbuhan nasabah Bank Mandiri melonjak jauh diatas Bank BNI. Selain itu dapat dilihat dari persentase antara Bank BNI dan Bank Mandiri, meskipun pertumbuhan nasabah Bank BNI terus naik setiap tahunnya tetapi pertumbuhan dari

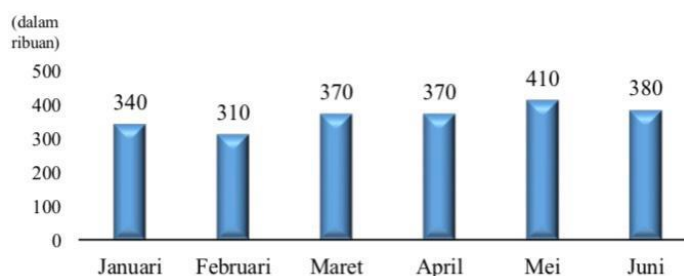
Bank Mandiri jauh diatas Bank BNI dan setiap tahunnya jarak antara jumlah nasabah semakin jauh . Kejadian ini menunjukkan walaupun terjadi kenaikan jumlah nasabah di Bank BNI bukan berarti itu hal yang baik karena pesaing disekitarnya (Bank Mandiri) juga memiliki potensi kenaikan pertumbuhan jumlah nasabah yang lebih tinggi. Hal ini harus menjadi perhatian Bank BNI. Bank BNI harus bisa meningkatkan pelayanan, serta fasilitas yang lebih dari Bank pesaing. Berikut dapat dilihat dari Tabel 1.4 data perkiraan peningkatan nasabah Bank BNI sejak tahun 2016:

Tabel 1.4 Data Asumsi Peningkatan Jumlah Nasabah Bank BNI Cabang Djuanda 12%/Tahun

Tahun	Jumlah Nasabah
2016	45.815
2017	51.313
2018	57.470
2019	64.366
2020	72.090

Sumber: Diolah dari data primer, 2021

Dibuat data asumsi pada Tabel 1.4 untuk Bank BNI memperhatikan tingkat kenaikan jumlah nasabah 12% di tahun 2020 (Menurut Karnalies, 2021) sehingga Bank BNI dapat merencanakan adanya peningkatan kualitas layanan dan tingkat kepuasan nasabah bertambah. Dengan adanya layanan yang baik dan memenuhi apa yang dibutuhkan nasabah dapat membuat nasabah terus bertambah setiap tahunnya.



Sumber: Data Sekunder, Andrian, 2021

Gambar 1.3 Jumlah transaksi BNI *Mobile Banking* Cabang Bogor kuartal I dan II tahun 2019

Nasabah tidak selalu berpindah perusahaan jasa apabila merasa belum puas terhadap layanan, tetapi dapat terjadi penurunan frekuensi penggunaan layanan apabila nasabah merasa perusahaan tersebut tidak dapat memenuhi ekspektasinya (Darussalam, 2015). Penurunan transaksi *Mobile Banking* terjadi pada Bank BNI cabang Bogor (Gambar 1.3). Frekuensi penggunaan *Mobile Banking* yang masih fluktuatif dan cenderung menurun di beberapa bulan dapat mengindikasikan adanya ketidakpuasan nasabah yang berada di cabang Bogor dalam menggunakan *Mobile Banking*.

Bisa disimpulkan dari semua tabel di atas bahwasanya Bank BNI mendapati pertumbuhan yang sangat kecil dibandingkan dari pesaingnya yaitu Bank BRI dan Bank Mandiri. Terlebih lagi Bank BNI merupakan Bank tertua kedua setelah Bank BRI yang selanjutnya Bank Mandiri dengan posisi ketiga, Akan tetapi dari segi pendapatan, asset, dan laba Bank BNI selalu di posisi terakhir jika dibandingkan Bank BRI dan Bank Mandiri.

Berdasarkan penjelasan di atas, Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis data mengenai kualitas sistem, kualitas informasi, kualitas layanan, kepuasan pelanggan dan untuk mengetahui keefektivitas aplikasi BNI *Mobile Banking* Di Kantor Cabang Djuanda Kota Bogor. Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat membantu pihak BNI untuk meningkatkan kualitas layanan BNI *Mobile Banking* sehingga para pengguna tetap menggunakan layanan BNI *Mobile Banking* dan tidak beralih kepada Bank lain. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan sampel pelanggan BNI yang sudah menggunakan BNI *Mobile Banking* di wilayah Kota Bogor Cabang Djuanda.

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengambil judul “**Efektivitas Layanan Aplikasi BNI *Mobile Banking* Di Kantor Cabang Djuanda Kota Bogor**”

1.2. Identifikasi dan Perumusan Masalah

1.2.1. Identifikasi Masalah

Semakin ketatnya persaingan antar Bank yang menawarkan produk-produk atau fasilitas yang dimiliki masing-masing Bank, dari semua tabel di atas Bank BNI mendapati pertumbuhan jumlah nasabah yang sangat kecil dibandingkan dari pesaingnya yaitu Bank Mandiri. Terlebih lagi Bank BNI merupakan Bank yang terlebih dulu didirikan jika dibandingkan dengan Bank Mandiri, akan tetapi bila dibandingkan dengan saingannya pertumbuhan nasabah Bank Mandiri cabang Djuanda pada tahun 2013, 2014 dan 2015 sedikit lebih baik dan bahkan pada tahun 2016 pertumbuhan nasabah Bank Mandiri melonjak jauh diatas Bank BNI. Untuk menganalisis data mengenai kualitas sistem aplikasi BNI *Mobile Banking* di Kantor Cabang Djuanda Kota Bogor, untuk menganalisis data mengenai kualitas informasi aplikasi BNI *Mobile Banking* di Kantor Cabang Djuanda Kota Bogor, untuk menganalisis data mengenai kualitas layanan aplikasi BNI *Mobile Banking* di Kantor Cabang Djuanda Kota Bogor dan untuk mengetahui keefektivitas penggunaan layanan aplikasi BNI *Mobile Banking* di Kantor Cabang Djuanda Kota Bogor.

Berdasarkan uraian di atas, maka dapat diidentifikasi masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Rendahnya penggunaan aplikasi BNI *Mobile Banking*.
2. Rendahnya peringkat Bank BNI pada kategori Bank yang ada di Kota Bogor

1.2.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini dapat dirumuskan yaitu :

1. Bagaimana kualitas sistem aplikasi BNI *Mobile Banking* di Kantor Cabang Djuanda Kota Bogor?
2. Bagaimana kualitas informasi aplikasi BNI *Mobile Banking* di Kantor Cabang Djuanda Kota Bogor?
3. Bagaimana kualitas layanan aplikasi BNI *Mobile Banking* di Kantor Cabang Djuanda Kota Bogor?
4. Bagaimana kepuasan pelanggan pada aplikasi BNI *Mobile Banking* di Kantor Cabang Djuanda Kota Bogor?
5. Bagaimana efektivitas penggunaan layanan aplikasi BNI *Mobile Banking* di Kantor Cabang Djuanda Kota Bogor?

1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1. Maksud Penelitian

Maksud dilakukannya penelitian ini adalah untuk memperoleh data-data dan informasi tentang efektivitas penggunaan layanan aplikasi BNI *Mobile Banking* di Kantor Cabang Djuanda Kota Bogor, sebagai bahan penyusunan skripsi dalam rangka memenuhi tugas akhir guna mendapatkan gelar Sarjana Manajemen.

1.3.2. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang telah ditetapkan maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk menganalisis data mengenai kualitas sistem aplikasi BNI *Mobile Banking* di Kantor Cabang Djuanda Kota Bogor
2. Untuk menganalisis data mengenai kualitas informasi aplikasi BNI *Mobile Banking* di Kantor Cabang Djuanda Kota Bogor
3. Untuk menganalisis data mengenai kualitas layanan aplikasi BNI *Mobile Banking* di Kantor Cabang Djuanda Kota Bogor
4. Untuk menganalisis data mengenai kepuasan pelanggan pada aplikasi BNI *Mobile Banking* di Kantor Cabang Djuanda Kota Bogor
5. Untuk mengetahui keefektivitas layanan aplikasi BNI *Mobile Banking* di Kantor Cabang Djuanda Kota Bogor.

1.4. Kegunaan Penelitian

1.4.1. Kegunaan Praktis

Bagi pihak yang terkait dengan penelitian ini yaitu Bank BNI, dapat memberikan masukan atau pertimbangan dalam menyusun strategi untuk meningkatkan layanan aplikasi BNI *Mobile Banking* sehingga bisa meningkatkan layanan.

1.4.2. Kegunaan Akademis

Manfaat akademis yang dapat diambil dalam penelitian ini yaitu untuk menambah wawasan tentang efektivitas penggunaan layanan BNI *Mobile Banking* Untuk Peningkatan Layanan Nasabah BNI di Kantor Cabang Djuanda Kota Bogor, sebagai bahan referensi untuk mengetahui peningkatan layanan terhadap penggunaan *Mobile Banking*. Serta memberikan informasi mengenai pentingnya dan manfaat dalam pengungkapan faktor – faktor yang mempengaruhi peningkatan layanan dalam menggunakan *Mobile Banking* maupun sebagai salah satu bahan referensi atau bahan pertimbangan dalam penelitian selanjutnya.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Manajemen Pemasaran

2.1.1. Pengertian Pemasaran

Menurut Kotler dan Keller (2016) pemasaran merupakan suatu proses sosial yang dimana individu atau kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain. Menurut Assauri (2018) pemasaran adalah aktivitas, mengatur lembaga dan proses untuk menciptakan, berkonsumsi, memberikan dan bertukar penawaran yang memiliki nilai untuk pelanggan, klien, mitra dan masyarakat pada umumnya.

Menurut Tjiptono (2015) Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial dimana individu atau kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan, penawaran, dan pertukaran segala sesuatu yang bernilai dengan orang atau kelompok lain. Teori di atas dapat disimpulkan bahwa pemasaran adalah pelaksanaan aktivitas bisnis yang mengarahkan aliran barang dan jasa dari produsen ke konsumen dalam rangka memuaskan konsumen sebaik mungkin dan mewujudkan tujuan perusahaan.

2.1.2. Pengertian Manajemen Pemasaran

Menurut Kotler dan Keller (2016) Manajemen pemasaran sebagai seni dan ilmu memilih pasar sasaran, mendapatkan, menjaga dan membutuhkan pelanggan dengan menciptakan, menyerahkan dan mengkomunikasi nilai pelanggan yang unggul.

Menurut Swastha dan Handoko (2016) Manajemen pemasaran adalah suatu proses manajemen pemasaran, yang meliputi penganalisaan, perencanaan pelaksanaan, dan pengawasan kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan. Menurut Budianto (2015) Manajemen pemasaran adalah analisis, perencanaan, penerapan dan pengendalian terhadap program yang dirancang untuk menciptakan, membangun dan mempertahankan pertukaran dan hubungan yang menguntungkan dengan pasar sasaran dengan maksud untuk mencapai tujuan-tujuan organisasi.

Teori di atas dapat disimpulkan bahwa manajemen pemasaran merupakan suatu kegiatan yang menawarkan produk kepada konsumen dengan mempertimbangkan perencanaan, penganalisaan, pelaksanaan dan pengawasan sehingga dapat mendatangkan hasil berupa laba sesuai dengan yang diharapkan.

2.1.3. Pengertian Jasa

Menurut Kotler (2016) Jasa adalah aktivitas yang ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain yang apabila produk berupa jasa dengan sifat tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun. Menurut Cry dan Gray (dalam Santoso 2018) menyatakan bahwa Jasa tidak dapat diraba, dan dihasilkan sekaligus dipakai.

Menurut Tjiptono dan Chandra (2016) Jasa merupakan aktifitas, manfaat atau kepuasan yang ditawarkan untuk dijual.

Teori di atas dapat disimpulkan bahwa jasa adalah kegiatan ekonomi dengan hasil keluaran yang tidak berwujud yang ditawarkan dari penyedia jasa yaitu perusahaan kepada pengguna jasa atau konsumen.

2.3. Efektivitas

2.3.1. Definisi Efektivitas

Penilaian efektivitas suatu program perlu dilakukan untuk mengetahui tentang sejauh mana manfaat dan dampak yang ditimbulkan oleh penerima program, hal ini juga menentukan dapat tidaknya suatu program dilanjutkan. Maka perlu dilakukan evaluasi untuk mencari tahu seberapa efektif program yang dijalankan.

Kata efektif merupakan kata yang berasal dari bahasa Inggris yaitu *effective* yang memiliki arti berhasil. Kamus ilmiah populer mengartikan efektivitas sebagai ketepatan penggunaan, hasil guna atau sebagai penunjang sebuah tujuan. Efektivitas diartikan berbeda-beda oleh beberapa ahli teori sesuai dengan pendekatan yang digunakan. Berikut penjelasan efektivitas menurut beberapa ahli teori :

- a) Menurut Mahmudi 2015 Efektivitas merupakan hubungan antara output dengan tujuan. Semakin besar kontribusi output terhadap pencapaian tujuan, maka semakin efektif organisasi, program, atau kegiatan.
- b) Menurut Bastian (dalam Asnawi 2016) Efektivitas adalah keberhasilan dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya.
- c) Menurut Sattar (2017) efektivitas merupakan suatu ukuran yang menyatakan seberapa jauh target (kuantitas, kualitas dan waktu) telah tercapai. Semakin besar presentase target yang dicapai maka semakin tinggi efektivitasnya.

Teori di atas dapat disimpulkan bahwa efektivitas merupakan tolak ukur atas penilaian suatu kegiatan yang dilakukan terhadap tujuan diadakannya kegiatan tersebut. Sehingga dengan mengetahui tingkat efektivitas akan diketahui seberapa pengaruh kegiatan tersebut terhadap tujuan yang telah direncanakan.

2.3.2. Indikator Efektivitas

Adapun indikator-indikator untuk mengukur tingkat efektivitas menurut Starawaji (2017) :

- a) Keberhasilan Program
- b) Keberhasilan Sasaran
- c) Kepuasan terhadap program
- d) Tingkat *input* dan *output*
- e) Pencapaian tujuan menyeluruh

2.4. Kepuasan Pelanggan

2.4.1. Definisi Kepuasan Pelanggan

Menurut Chinomona et al., (2015) Kepuasan sebagai konten pelanggan sehubungan dengan pengalaman mereka sebelumnya dengan perusahaan yang diberikan oleh *e-commerce* lainnya serta melihat kepuasan pelanggan dengan *e-service quality* sebagai posisi keseluruhan atau perasaan *negative* mengenai pengalaman pembelian mereka yang diberikan oleh perusahaan *e-commerce*. Menurut Sunyoto (2015) Kepuasan konsumen merupakan salah satu alasan dimana konsumen memutuskan untuk berbelanja pada suatu tempat. Apabila konsumen merasa puas dengan suatu produk, mereka cenderung akan terus membeli dan menggunakannya serta memberitahukan orang lain tentang pengalaman mereka yang menyenangkan dengan produk tersebut

Teori di atas dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan merupakan perasaan senang atau kecewa dari seseorang yang muncul setelah membandingkan produk maupun jasa dari apa yang mereka pikirkan dengan apa yang mereka harapkan.

2.4.2. Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan

Vinna (2015) menyebutkan lima faktor utama yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, antara lain sebagai berikut:

- 1) Kualitas produk, yaitu nasabah akan puas apabila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.
- 2) Kualitas layanan, yaitu nasabah akan merasa puas apabila mendapatkan layanan yang baik atau sesuai dengan harapan.
- 3) Emosional, yaitu nasabah merasa puas apabila orang memujinya apabila menggunakan merek yang mahal.
- 4) Harga, yaitu produk yang mempunyai kualitas yang sama, tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi.
- 5) Biaya, yaitu nasabah yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa tersebut.

2.5. Mobile Banking

2.5.1. Pengertian Mobile Banking

Menurut Hanif et al (2017) *Mobile Banking* adalah layanan yang disediakan oleh Bank atau lembaga keuangan lainnya yang memungkinkan pelanggannya untuk melakukan transaksi keuangan dari jarak jauh dengan menggunakan perangkat *mobile* seperti *smartphone*, maupun *tablet*. Sedangkan dalam penelitian Hanif et al, menyatakan bahwa *Mobile Banking* merupakan sebuah fasilitas dari Bank dalam era *modern* yang mengikuti perkembangan teknologi dan komunikasi. Layanan yang terdapat pada *Mobile Banking* meliputi pembayaran, *transfer*, *history*, dan lain sebagainya. Penggunaan layanan *Mobile Banking* tersebut pada telepon seluler

memungkinkan para nasabah untuk menjalankan aktivitas perbankannya menjadi lebih mudah dan juga tanpa batas ruang dan waktu

2.6. Bank BNI

Menurut Anonim (2020) PT. Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk (selanjutnya disebut “BNI” atau “Bank”) pada awalnya didirikan di Indonesia sebagai Bank sentral dengan nama “Bank Negara Indonesia” berdasarkan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang No. 2 tahun 1946 tanggal 5 Juli 1946. Selanjutnya, berdasarkan Undang-Undang No. 17 tahun 1968, BNI ditetapkan menjadi “Bank Negara Indonesia 1946”, dan statusnya menjadi Bank Umum Milik Negara. Selanjutnya, peran BNI sebagai Bank yang diberi mandat untuk memperbaiki ekonomi rakyat dan berpartisipasi dalam pembangunan nasional dikukuhkan oleh UU No. 17 tahun 1968 tentang Bank Negara Indonesia 1946.

Berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 19 tahun 1992, tanggal 29 April 1992, telah dilakukan penyesuaian bentuk hukum BNI menjadi Perusahaan Perseroan Terbatas (Persero). Penyesuaian bentuk hukum menjadi Persero, dinyatakan dalam Akta No. 131, tanggal 31 Juli 1992, dibuat di hadapan Muhani Salim, S.H., yang telah diumumkan dalam Berita Negara Republik Indonesia No. 73 tanggal 11 Oktober 1992 Tambahan No. 1A.

BNI merupakan Bank BUMN (Badan Usaha Milik Negara) pertama yang menjadi perusahaan publik setelah mencatatkan sahamnya di Bursa Efek Jakarta dan Bursa Efek Surabaya pada tahun 1996. Untuk memperkuat struktur keuangan dan daya saingnya di tengah industri perbankan nasional, BNI melakukan sejumlah aksi korporasi, antara lain proses rekapitalisasi oleh Pemerintah di tahun 1999, divestasi saham Pemerintah di tahun 2007, dan penawaran umum saham terbatas di tahun 2010.

Saat ini, 60% saham-saham BNI dimiliki oleh Pemerintah Republik Indonesia, sedangkan 40% sisanya dimiliki oleh masyarakat, baik individu maupun institusi, domestik dan asing. BNI kini tercatat sebagai Bank nasional terbesar ke-4 di Indonesia, dilihat dari total aset, total kredit maupun total dana pihak ketiga. Dalam memberikan layanan finansial secara terpadu, BNI didukung oleh sejumlah perusahaan anak, yakni Bank BNI Syariah, BNI Multifinance, BNI Sekuritas, BNI Life Insurance, dan BNI Remittance.

2.7. BNI Mobile Banking

2.7.1. Definisi BNI Mobile Banking

Menurut Anonim (2020) BNI *Mobile Banking* adalah fasilitas layanan perbankan yang memudahkan untuk bertransaksi langsung melalui *smartphone*, secara aman, mudah, dan cepat. BNI *Mobile Banking* memberikan layanan transaksi informasi saldo, *transfer*, pembayaran tagihan telepon, pembayaran kartu kredit, pembayaran tiket pesawat, pembelian pulsa, pembukaan rekening Taplus, pembukaan rekening Deposito, dan lain-lain. BNI *Mobile Banking* juga dapat diaktifasikan dan digunakan untuk bertransaksi di luar negeri.

2.7.2 Keuntungan BNI *Mobile Banking*

Menurut Anonim (2020) Keuntungan menggunakan BNI *Mobile Banking* dapat memanfaatkan fitur-fitur lainnya, di antaranya:

1. Transfer ke sesama BNI atau Bank lain.
2. Transfer terjadwal.
3. Pembayaran berbagai macam tagihan.
4. Pembelian melalui situs-situs *e-commerce*.
5. Cek saldo dan mutasi rekening.
6. Cek bukti *transfer*.

Satu keunggulan lain yang penting untuk diketahui adalah aplikasi BNI *Mobile Banking* memiliki tampilan yang bersih dan menunya mudah di baca/digunakan, bahkan untuk orang awan sekalipun. Jadi, soal urusan transaksi perbankan, BNI *Mobile Banking* bisa menjadi alternatif yang wajib dicoba.

2.7.3. Fitur-fitur dalam menu BNI *Mobile Banking*

Menurut Anonim (2020) Fitur dalam menu BNI *Mobile Banking* adalah sebagai berikut:

1. Rekeningku
2. Transfer
3. Pembayaran
4. Pembelian.
5. Investasi.
6. Produk dan Jasa Lainnya
7. Administrasi
8. Quick Transfer
9. Info Banner dan Promo

2.8. Penelitian Sebelumnya dan Kerangka Pemikiran

2.8.1. Penelitian Sebelumnya

1. Penelitian terdahulu bertujuan untuk mendapatkan bahan perbandingan dan acuan. Selain itu untuk menghindari anggapan kesamaan dengan penelitian ini. Maka dalam penelitian ini peneliti mencantumkan hasil-hasil penelitian terdahulu. Penelitian yang dilakukan Yusmaina (2020) dengan judul “Efektivitas Dan Risiko Penggunaan *Mobile Banking* Terhadap Kepuasan Mahasiswa Dalam Bertransaksi di Bank Syariah Mandiri (BSM) (Studi Pada Mahasiswa UIN Raden Intan Lampung angkatan 2016)” yang telah diterbitkan di dalam Skripsi UIN Raden Intan Lampung 2020. Penelitian ini memiliki hasil analisis Efektivitas berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa dalam bertransaksi menggunakan *Mobile Banking*. Risiko berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa dalam bertransaksi menggunakan *mobile Banking*. Efektivitas dan

risiko berpengaruh secara bersama-sama terhadap kepuasan mahasiswa dalam bertransaksi menggunakan *Mobile Banking*. Adapun perbedaannya dengan penelitian penulis adalah penelitian ini bertujuan untuk mengetahui efektivitas dan resiko penggunaan *Mobile Banking* Bank Mandiri sedangkan penelitian yang penulis lakukan adalah untuk mengetahui efektivitas layanan aplikasi *Mobile Banking* Bank BNI

2. Penelitian yang dilakukan oleh Anindita (2015) dengan judul “Minat Pengguna Internet Bsnking Pada Bank BCA Surabaya Dilihat Dari Aspek Manfaat, Kemudahan dan Keamanan” yang telah diterbitkan didalam Artikel Ilmiah STIE PERBANAS 2015. Penelitian ini memiliki hasil manfaat berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *internet Banking* Klik BCA, Kemudahan penggunaan berpengaruh tidak signifikan terhadap minat menggunakan *internet Banking* Klik BCA, Keamanan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *internet Banking* KlikBCA. Adapun perbedaannya dengan penelitian penulis adalah penelitian ini mengambil minat pengguna aspek manfaat, kemudahan dan keamanan sedangkan penelitian yang akan penulis lakukan yaitu efektivitas dan kepuasan pelanggan.
3. Penelitian yang dilakukan oleh Husnul et al (2013) dengan judul “Efektivitas Layanan *Internet Banking* Berdasarkan Persepsi Konsumen (Studi Pada Nasabah PT. Bank Mandiri Dan PT. Bank Negara Indonesia 2013)” yang diterbitkan dalam Jurnal Universitas Telkom 2020. Penelitian ini memiliki hasil Kinerja perbankan Bank Mandiri dan BNI 46 untuk produk, kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan lebih dari cukup baik dipersepsikan oleh pelanggan (nasabah), namun ada beberapa indikator dari masing-masing dimensi untuk ditingkatkan dalam upaya meningkatkan penyimpanan dana pihak ketiga, Persepsi nasabah atas kinerja perbankan Mandiri dan BNI 46 rata-rata (*means*) terbesar secara berturut-turut terjadi pada dimensi : produk, kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan, Berdasarkan jumlah pelanggan (nasabah) dan indikatornya, kinerja Bank BNI relatif lebih baik dari kinerja Bank Mandiri dipersepsikan oleh pelanggan (nasabah), namun perbedaan kinerja itu relative tidak berarti (tidak signifikan). Kinerja perbankan tersebut sama dipersepsikan oleh pelanggannya (nasabahnya). Adapun perbedaan dengan penelitian yang akan penulis lakukan yaitu penelitian ini menggunakan objek pada Bank Mandiri dan Bank BNI sedangkan penelitian yang akan penulis lakukan objeknya hanya pada Bank BNI.
4. Penelitian dilakukan oleh Fitri dan Islaminingsih (2016) dengan judul “Efektivitas Penggunaan Layanan *M-Library* bagi Pemustaka di Perpustakaan Universitas Gadjah Mada Yogyakarta”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui efektivitas penggunaan layanan *m-library* bagi pemustaka di Perpustakaan Universitas Gadjah Mada Yogyakarta dengan menggunakan teori *D&M Information System Succes Model*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa layanan *m-library* efektif digunakan bagi pemustaka Perpustakaan Universitas Gadjah Mada Yogyakarta

dengan nilai efektivitas sebesar 53,30337 (lima puluh tiga koma tiga nol tiga tiga tujuh) dan berada pada tingkatan cukup efektif. Adapun perbedaannya dengan penelitian penulis adalah penelitian ini meneliti efektivitas penggunaan layanan *M-Library* bagi Pemustaka di Perpustakaan Universitas Gadjah Mada Yogyakarta sedangkan penelitian yang akan saya lakukan adalah efektivitas penggunaan layanan aplikasi *Mobile Banking* BNI untuk memaksimalkan Tingkat Kepuasan Pelanggan BNI Di Kantor Cabang Djuanda Kota Bogor.

5. Penelitian yang dilakukan oleh Zahrudin et al (2018) yang berjudul “Efektifitas Sistem Informasi *Internet Banking* PermataNet Study kasus PT.Bank Permata Tbk menggunakan AMOS” menemukan bahwa Bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi efektivitas sistem informasi PermataNet dalam *internet Banking* di PT.Bank Permata Tbk, secara Kualitas Sistem/SQ berpengaruh signifikan terhadap penggunaan/U. Secara Kualitas Informasi/IQ dan kualitas pelayanan/SrQ sama-sama berpengaruh terhadap Manfaat/NB. Secara Penggunaan/U dan Kepuasan Pengguna/US sama-sama berpengaruh terhadap Manfaat/NB. Berdasarkan Hasil Pengolahan : Bahwa efektivitas sistem informasi PermataNet dalam *internet Banking* di PT.Bank Permata Tbk saat ini ternyata belum berjalan efektif, karena terbukti hanya terdapat 5 (lima) dari 9 (Sembilan) hubungan kausal antar variabel dari model DeLone dan McLean yang terbukti signifikan. Oleh karena itu, masih diperlukan perbaikan kualitas untuk menjadi efektif. Berdasarkan Tingkat Efektivitas : Sistem informasi PermataNet di Permata Bank ditentukan oleh seberapa besar pengaruh signifikansi hubungan kausal antar variabel dari DeLone dan McLean, dikarenakan terdapat 5 (lima) dari 9 (Sembilan) hubungan kausal antar variabel yang ada dan terbukti signifikan, maka dinyatakan bahwa tingkat efektivitas sistem informasi *internet Banking* ini sebesar 55,6%, dalam hal derajat pengaruh dengan skala sama. Adapun perbedaan dengan penelitian peneliti adalah penelitian ini meneliti efektivitas *internet Banking* sedangkan penelitian yang akan peneliti lakukan adalah efektivitas layanan aplikasi *Mobile Banking* Bank BNI.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu bertujuan untuk mendapatkan bahan perbandingan dan acuan. Selain itu, untuk menghindari anggapan kesamaan dengan penelitian ini. Maka dalam tinjauan pustaka ini peneliti mencantumkan hasil-hasil penelitian terdahulu sebagai berikut :

No	Nama Peneliti, Tahun & Judul Penelitian	Variabel yang diteliti	Indikator	Metode Analisis	Hasil Penelitian	Publikasi
1.	Iin Yusmaina (2020), Efektivitas Dan Risiko Penggunaan <i>Mobile Banking</i> Terhadap Kepuasan Mahasiswa Dalam Bertransaksi di Bank Syariah Mandiri (BSM) (Studi Pada Mahasiswa UIN Raden Intan Lampung angkatan 2016)	Efektivitas penggunaan <i>Mobile Banking</i> (X1). Resiko penggunaan <i>Mobile Banking</i> (X2). Kepuasan mahasiswa (Y)	X1 : Pengaruh efektivitas terhadap kepuasan mahasiswa dalam bertransaksi menggunakan <i>mobile Banking</i> di Bank syariah X2 : Pengaruh risiko terhadap kepuasan mahasiswa	Metode Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian eksploratif dengan metode kuesioner dengan uji normalitas, uji validitas, uji hipotesis	Berdasarkan hasil analisis tersebut didapatkan: 1. Efektivitas berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa dalam bertransaksi menggunakan <i>Mobile Banking</i> . 2. Risiko berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa dalam bertransaksi menggunakan <i>mobile Banking</i> . 3. Efektivitas dan risiko berpengaruh secara bersama-sama terhadap kepuasan mahasiswa dalam	Skripsi UIN Raden Intan Lampung 2020

			dalam bertransaksi menggunakan <i>mobile Banking</i> di Bank syariah Y : Pengaruh risiko terhadap kepuasan mahasiswa dalam bertransaksi menggunakan <i>mobile Banking</i> di Bank syariah		bertransaksi menggunakan <i>Mobile Banking</i>	
2.	Gabrillia Anindita (2015), Minat Pengguna Internet Bsnking Pada Bank BCA Surabaya Dilihat Dari Aspek	Manfaat (X1), Kemudahan (X2), Keamanan (X3), dan	X1 : Pengaruh Manfaat Terhadap Minat	Metode Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah	1. Manfaat berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan <i>internet Banking</i> Klik BCA. 2. Kemudahan penggunaan berpengaruh tidak	Artikel ilmiah STIE Perbanas Surabaya 2015

	Manfaat, Kemudahan dan Keamanan	Minat Menggunakan <i>Internet Banking</i> (Y).	Menggunakan <i>Internet Banking</i> KlikBCA X2 : Pengaruh Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Menggunakan <i>Internet Banking</i> KlikBCA X3 : Pengaruh Keamanan Terhadap Minat Menggunakan <i>Internet Banking</i> KlikBCA Y : Minat Penggunaan <i>Internet Banking</i>	penelitian deskriptif dengan metode penelitian klasifikasi sampel. Variabel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini meliputi variabel independen yaitu manfaat, kemudahan dan keamanan, sedangkan variabel dependennya yaitu minat menggunakan <i>internet Banking</i> dan	signifikan terhadap minat menggunakan <i>internet Banking</i> Klik BCA. 3. Keamanan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan <i>internet Banking</i> KlikBCA.	
--	---------------------------------	--	---	---	---	--

				menggunakan analisis data deskriptif.		
3.	Fanni Husnul, Astri Wulandari , Agus Maolana H. (2013), Efektivitas Layanan <i>Internet Banking</i> Berdasarkan Persepsi Konsumen (Studi Pada Nasabah PT. Bank Mandiri Dan PT. Bank Negara Indonesia Tahun 2013)	Efektivitas Layanan (X). Persepsi Konsumen (Y).	X : Free of error, concise, <i>Representation Completeness, Consistent Representation, Accessibility.</i> ke competitor Y : Kualitas Layanan, Kepuasan pelanggan, Loyalitas Pelanggan	Jenis data yang digunakan adalah data primer dan data empiris ini didapat dengan menyebarkan kuesioner kepada konsumen (nasabah) yang berisi pernyataan tentang layanan internet Banking yang diberikan kedua Bank tersebut.	1. Kinerja perbankan Bank Mandiri dan BNI 46 untuk produk, kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan lebih dari cukup baik dipersepsikan oleh pelanggan (nasabah), namun ada beberapa indikator dari masing-masing dimensi untuk ditingkatkan dalam upaya meningkatkan penyimpanan dana pihak ketiga. 2. Persepsi nasabah atas kinerja perbankan Mandiri dan BNI 46 rata-rata (means) terbesar secara berturut-turut terjadi pada dimensi : produk, kualitas	Jurnal Universitas Telkom 2013.

					<p>pelayanan, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan.</p> <p>3. Berdasarkan jumlah pelanggan (nasabah) dan indikatornya, kinerja Bank BNI relatif lebih baik dari kinerja Bank Mandiri dipersepsikan oleh pelanggan (nasabah), namun perbedaan kinerja itu relative tidak berarti (tidak signifikan).</p>	
4.	Annisa Fitri, dan Rizki Nur Islaminingsih (2016), Efektivitas Penggunaan Layanan <i>M-Library</i> Bagi Pemustaka di Perpustakaan Universitas Gadjah Mada Yogyakarta	Kualitas sistem (X1), kualitas informasi (X2), kualitas layanan (X3), tujuan penggunaa	X1 : Keandalan (<i>Reliability</i>), Kelengkapan (<i>Completeness</i>), Keluwesan Sistem (<i>System Flexibility</i>), Kemudahan Penggunaan (<i>Ease of Use</i>).	Jenis penelitian yang digunakan yaitu kuantitatif. Pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian,	Layanan <i>M-Library</i> efektif digunakan bagi Pemustaka Perpustakaan Universitas Gadjah Mada Yogyakarta.	Jurnal Ilmu Perpustakaan Universitas Diponegoro 2016

		n (Y1), dan kepuasan pengguna (Y2).	X2 :Dapat dipercaya (<i>Reliability</i>), Relevan (<i>Relevance</i>), Tepat Waktu (<i>Timeliness</i>), Lengkap (<i>Completeness</i>), Mudah dipahami (<i>Understandability</i>). X3 : Keandalan (<i>Reliability</i>), Daya Tanggap (<i>Responsive</i>), Jaminan (<i>Assurance</i>), Empati (<i>Empathy</i>), Bukti Fisik (<i>Tangible</i>).	analisis data bersifat kuantitatif atau statistik. Adapun jenis penelitian yang digunakan yaitu deskriptif. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan survei. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner.		
--	--	-------------------------------------	--	--	--	--

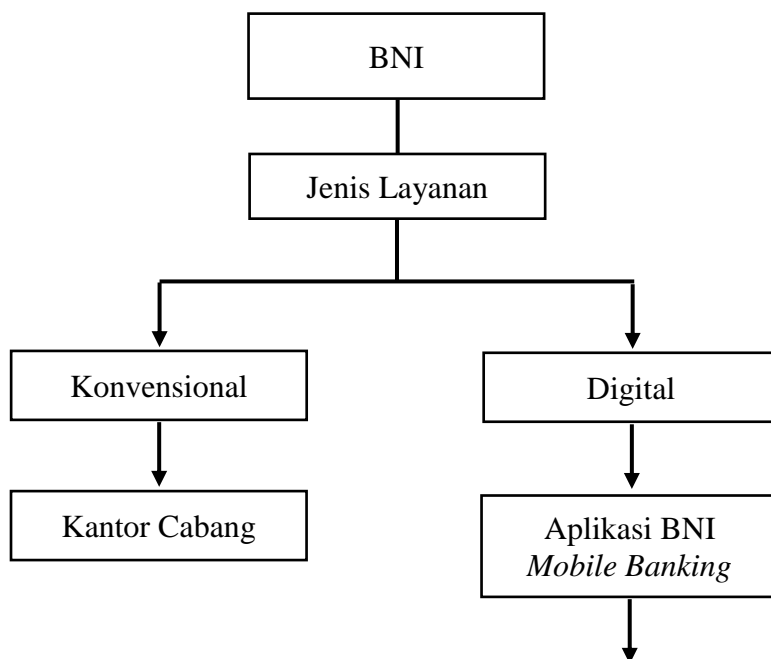
			<p>Y1 : Tujuan Penggunaan (<i>Intention to Use</i>)</p> <p>Y2 : Kepuasan Pengguna (<i>User Satisfaction</i>)</p>	<p>Selain kuesioner, peneliti juga menggunakan teknik pengumpulan data berupa observasi nonpartisipan. Teknik <i>sampling</i> yang digunakan untuk pemilihan sampel dalam penelitian ini adalah <i>purposive random sampling</i>. Metode analisis statistik data yang digunakan</p>		
--	--	--	--	---	--	--

				untuk uji korelasi yaitu korelasi Spearman Rank.		
5.	Muhammad Zahruddin, Giandari Maulani dan Nur Azizah (2018), “Efektifitas Sistem Informasi <i>Internet Banking</i> PermataNet Study kasus PT.Bank Permata Tbk menggunakan AMOS”	Efektivitas (X), Kepuasan Nasabah (Y)	X : Apakah faktor-faktor yang mempengaruhi efektifitas dari sistem informasi <i>internet Banking</i> PermataNet PT. Bank Permata Tbk Y: apakah sistem PermataNet ini sudah berjalan efektif bagi pengguna/nasabah	Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Sumber data yang diambil adalah data primer dan sekunder dengan penarikan populasi dan sampel, metode pengumpulan datanya	Berdasarkan Hasil Pengolahan : Bahwa efektivitas sistem informasi PermataNet dalam <i>internet Banking</i> di PT.Bank Permata Tbk saat ini ternyata belum berjalan efektif, karena terbukti hanya terdapat 5 (lima) dari 9 (Sembilan) hubungan kausal antar variabel dari model DeLone dan McLean yang terbukti signifikan. Oleh karena itu, masih diperlukan perbaikan kualitas untuk menjadi efektif. Berdasarkan Tingkat Efektivitas : Sistem informasi	Jurnal Seminar Nasional Sistem Informasi dan Teknologi Informasi 2018

				<p>menggunakan kuesioner. Dengan metode AMOS atau <i>Analysis of Moment Structure</i></p>	<p>PermataNet di Permata Bank ditentukan oleh seberapa besar pengaruh signifikansi hubungan kausal antar variabel dari DeLone dan McLean, dikarenakan terdapat 5 (lima) dari 9 (Sembilan) hubungan kausal antar variabel yang ada dan terbukti signifikan, maka dinyatakan bahwa tingkat efektivitas sistem informasi <i>internet Banking</i> ini sebesar 55,6%, dalam hal derajat pengaruh dengan skala sama.</p>	
--	--	--	--	---	--	--

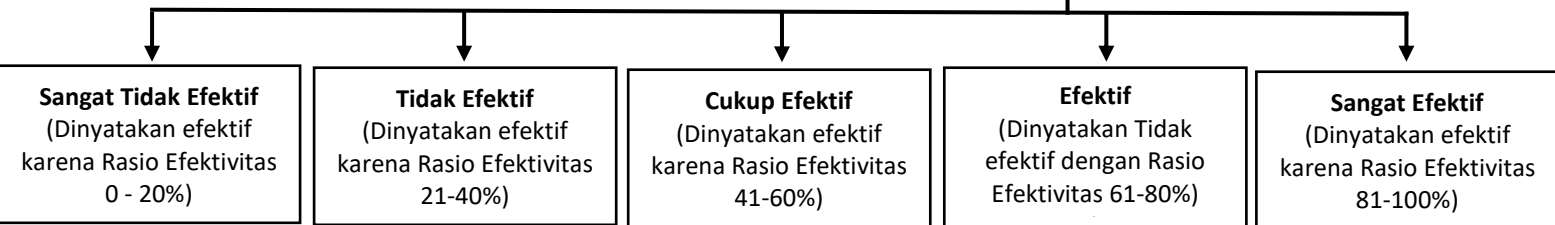
2.8.2 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan model konseptual yang menjelaskan hubungan antara teori dengan faktor-faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting dan merupakan tulang punggung seluruh tubuh penelitian. Kerangka pemikiran merupakan dasar pemikiran dari peneliti (argumentasi peneliti) yang dilandasi dengan konsep-konsep dan teori yang relevan guna memecahkan masalah penelitian. Berdasarkan variabel untuk peningkatan layanan nasabah BNI di Kantor Cabang Djuanda Kota Bogor, maka kerangka konseptual penelitian sebagai berikut:



Menurut DeLone dan McLean
(dalam Rahayu, 2018) :

1. Kualitas Sistem
2. Kualitas Informasi
3. Kualitas Layanan
4. Kepuasan Pengguna



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian deskriptif *explanatory*, menggunakan data primer dan sekunder dengan menyebarkan kuesioner kepada pelanggan (nasabah) yang berisi pernyataan tentang layanan *Mobile Banking* yang dimiliki oleh Bank BNI di Kantor Cabang Djuanda Kota Bogor.

3.2. Objek, Unit Analisis, dan Lokasi Penelitian

3.2.1. Objek

Objek pada penelitian ini adalah efektivitas aplikasi BNI *Mobile Banking* dengan indikator yaitu kualitas sistem (*system quality*), kualitas informasi (*information quality*), kualitas layanan (*service quality*), dan kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*).

3.2.2. Unit Analisis

Unit analisis yang digunakan adalah analisis *Individual*. Analisis *Individual* maksudnya adalah sumber data dalam penelitian ini diperoleh dari respon setiap individu/orang. maksudnya adalah sumber data diambil dari responden pengguna aplikasi BNI *Mobile Banking*.

3.2.3. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini yaitu di Cabang Pusat Bank BNI Kota Bogor di Jalan Ir. Haji Juanda No. 52, Bogor, Jawa Barat, Indonesia.

3.3. Jenis dan Sumber Data Penelitian

3.3.1. Jenis Data Penelitian

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif.

3.3.2. Sumber Data Penelitian

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh peneliti secara langsung dari unit analisis yang diteliti yaitu organisasi dan individu/orang yang diperoleh melalui survei. Data sekunder adalah data yang diperoleh peneliti secara tidak langsung diperoleh melalui media masa dan perusahaan penyedia data, *website* resmi, studi pustaka yang berisi data teori pendukung dan data yang digunakan peneliti dalam penelitian sebelumnya.

3.4. Operasional Variabel

Tabel 3.1 Operasional Variabel
Efektivitas Penggunaan Layanan Aplikasi *Mobile Banking* BNI Untuk Peningkatan
Layanan Nasabah BNI Di Kantor Cabang Djuanda Kota Bogor

Variabel	Indikator	Ukuran	Skala
<i>Variable</i>			
Efektivitas	Kualitas Sistem (<i>System Quality</i>)	Prosedur penggunaan yang mudah	Ordinal
		Sistem tidak mengalami kegagalan	
		Menjaga kerahasiaan data	
	Kualitas Informasi (<i>Information Quality</i>)	Semua informasi tersedia	Ordinal
		Tersedia informasi yang dibutuhkan	
		Diperbaharui dengan cepat	
	Kualitas Layanan (<i>Service Quality</i>)	Keamanan pada aplikasi	Ordinal
		Kecepatan tindakan terhadap keluhan	
		Kecepatan respons	
	Kepuasan Pelanggan (<i>Custumor Satisfaction</i>)	Sesuai kebutuhan dan harapan pelanggan	Ordinal
		Bersedia memberi rekomendasi kepada orang lain	

3.5. Metode Penarikan Sampel

Menurut Sugiyono (2013) “Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”. Penelitian ini menggunakan sampel data responden. Untuk menentukan ukuran sampel peneliti menggunakan rumus Slovin menurut Sari et al (2019) adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

n = Jumlah sampel

N = Jumlah Populasi

d² = Nilai kritis atau batas ketelitian yang diinginkan atau tingkat kesalahan yang dapat ditolerir (1%, 5% dan 10%)

Metode penarikan sampel ini menggunakan populasi data perkiraan nasabah Bank BNI di Cabang Juanda Kota Bogor tahun 2020 sebanyak 72.090 orang.

Berdasarkan rumus di atas, diperoleh jumlah sampel sebagai berikut:

$$\frac{72.090}{72.090 (0,01)+1} = \frac{72.090}{720,9+1} = \frac{72.090}{721,9} = 99,9 = 100 \text{ responden}$$

Tabel 3.2

Jumlah Perkiraan Nasabah BNI Tahun 2020 Di Kota Bogor Cabang Djuanda

Tahun	Total
2020	72.090

Sumber : Diolah dari data primer, 2021

Teknik sampling merupakan suatu teknik pengambilan sampel. Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat berbagai teknik sampling yang digunakan (Sugiyono, 2015).

Metode penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* merupakan teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan atau kriteria tertentu. Kriteria yang dibutuhkan dalam penelitian ini yaitu nasabah BNI Cabang Djuanda Kota Bogor yang menggunakan aplikasi BNI *Mobile Banking*.

3.6. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data merupakan suatu cara yang dilakukan untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan penelitian. Sumber data yang dapat dikumpulkan untuk menghasilkan informasi dikategorikan menjadi

dua yaitu data sekunder yaitu mengakses data melalui internet dan data primer yaitu survey (kuesioner).

Tabel 3.3 Keterangan Likert

No	Pilihan	Inisial	Skor
1	Sangat Setuju	SS	5
2	Setuju	S	4
3	Kurang Setuju	KS	3
4	Tidak Setuju	TS	2
5	Sangat Tidak Setuju	STS	1

Sumber: Sugiyono (2013)

3.7. Metode Pengolahan/Analisis Data

3.7.1 Uji Validitas

Untuk mengetahui tingkat validitas suatu instrumen penelitian perlu dilakukan uji coba terlebih dahulu dan kemudian hasilnya akan dianalisis. Menurut Sugiyono (2016) Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid, dengan kata lain instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Untuk menguji tingkat validitas suatu instrumen peneliti menggunakan rumus korelasi *product moment* menurut Sari et al (2019) dengan rumus sebagai berikut:

$$r_{hitung} = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{n \cdot \sum X^2 - (\sum X)^2\} \cdot \{n \cdot \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan:

r = Koefisien Korelasi

$\sum XY$ = Jumlah perkalian x dan y

$\sum X$ = Jumlah nilai variabel x

$\sum Y$ = Jumlah nilai variabel y

$\sum X^2$ = Jumlah pangkat dua nilai variabel x

$\sum Y^2$ = Jumlah pangkat dua nilai variabel y

n = Banyaknya sampel

Kaidah keputusan: Jika $r_{hitung} > r_{Tabel}$ berarti valid, dan sebaliknya

Jika $r_{hitung} < r_{Tabel}$ berarti tidak valid

3.7.2 Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2015) “Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama”

Untuk menguji reliabilitas pada penelitian ini digunakan teknik analisis formula *Alpha Cronbach's*. Rumus *Alpha* menurut Sari et al (2019) digunakan untuk alternative jawaban yang lebih dari dua, rumusnya sebagai berikut:

$$r_{11} = \frac{k}{(k-1)} \left(1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma t^2} \right)$$

Dimana:

r_{11} = Nilai Reliabilitas

$\sum \sigma b^2$ = Jumlah varians skor tiap-tiap item

σt = Varians total

K = Banyaknya butir pertanyaan

Suatu angket penelitian dikatakan reliable atau handal jika jawaban seseorang terhadap suatu pertanyaan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Suatu variabel dikatakan reliable jika memiliki *Cronbach alpha* > 0,6.

3.7.4 Analisis Deskriptif Efektivitas

Analisis deskriptif yang akan dilakukan pada setiap item pertanyaan kuesioner, akan diperoleh data frekuensi berupa skor ideal dan skor perolehan pada tiap-tiap pertanyaan.

$$\text{Efektivitas} = \frac{\text{skor yang diperoleh}}{\text{skor ideal}} \times 100\%$$

Sumber : Sari et al, 2019

Keterangan:

1. Skor yang diperoleh = \sum (Frekuensi x Skala nilai)
2. Skor ideal = (Skala nilai tertinggi x jumlah item pertanyaan x jumlah responden)

Hasil nilai efektivitas kemudian diinterpretasikan menggunakan Tabel tingkat keefektifan

Tabel 3.4 Tabel Tingkat Keefektifan (Sari et al, 2019)

Rasio Efektivitas	Tingkat Capaian
0 – 20%	Sangat tidak efektif
21 – 40%	Tidak efektif
41 – 60%	Cukup efektif
61 – 80%	Efektif
81 – 100%	Sangat efektif

BAB IV

HASIL PENELITIAN

4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian

4.1.1 Sejarah dan Perkembangan Bank BNI

BNI merupakan Bank milik pemerintah yang dulunya Bank sirkulasi dengan kewenangan membuat dan mengedarkan alat transaksi. Tanggal berdirinya BNI diperingati sebagai Hari Bank Nasional. Sebagai Bank komersial tertua di Indonesia yang pada saat ini memiliki kurang lebih 914 kantor cabang di Indonesia dan luar negeri. Berdirinya Bank BNI tak terlepas dari perjuangan rakyat Indonesia memperjuangkan kemerdekaan. Saat itu, ada keinginan mencapai perekonomian yang lebih baik, serta memiliki alat tukar yang mendukung sebuah transaksi.

Pada 19 Oktober 1945, Pemerintah Indonesia memutuskan untuk mendirikan sebuah Bank. Bank yang statusnya milik negara tersebut bertugas sebagai Bank sirkulasi. Pemerintah memberikan mandat kepada R.M. Margono Djojohadikoesoemo yang sebelumnya merupakan anggota Badan Penyidik Usaha Persiapan Kemerdekaan Indonesia (BPUPKI). Pada 9 Oktober 1945, dibentuk Yayasan Poesat Bank Indonesia, hingga akhirnya pada 5 Juli 1946, berdirilah Bank sentral dengan nama Bank Negara Indonesia (BNI). Poesat Bank Indonesia dengan Bank Negara Indonesia melebur menjadi satu.

Sebagai Bank sentral atau Bank sirkulasi, BNI mulai mengedarkan alat pembayaran resmi pertama setelah beberapa bulan berdiri. Baca juga: Cerita Lahirnya Rupiah dari Surabaya, Jakarta, hingga Yogyakarta Oeang Republik Indonesia (ORI) merupakan mata uang pertama yang dihasilkan dan diedarkan pada 30 Oktober 1946. ORI tampil dalam bentuk uang kertas dengan berisi tanda tangan Menteri Keuangan. Meskipun ORI belum sampai ke seluruh pelosok Indonesia, rakyat sangat berbangga karena Indonesia sudah memiliki alat tukar sendiri. Menjadi Bank umum Pada 1949, BNI tak lagi berfungsi sebagai Bank sirkulasi karena pemerintah mengalihkannya ke De Javasche Bank yang merupakan Bank bentukan Pemerintah Belanda. Selanjutnya, pada 1950, pemerintah memberikan izin kepada BNI untuk menjadi Bank devisa dengan tujuan memfasilitasi kegiatan ekspor perkebunan. Selain itu, BNI ditetapkan sebagai Bank pembangunan dan memiliki akses ke luar negeri tanpa harus melalui De Javasche Bank.

Secara resmi, melalui Undang-Undang Darurat Nomor 2 tahun 1955, BNI menjadi Bank umum dengan jangkauan usaha yang lebih luas. Baca juga: BNI Gelar Program Serap Gabah untuk Pangkas Mata Rantai Pertanian Dengan jangkauan yang lebih luas, BNI mulai membuka kantornya di luar negeri seperti Singapura, Tokyo, Hong Kong, London, New York, dan Grand Cayman Island. Melalui Ketetapan Presiden No 17 Tahun 1965 tentang integrasi Bank pemerintah, BNI berubah namanya menjadi Bank Negara Indonesia Unit III. Akhirnya ditetapkan kembali dengan Undang-undang No 18 tahun 1968, Bank Negara Indonesia III dirubah menjadi Bank negara Indonesia

1946. Perubahan nama dari tahun ke tahun tidak mengubah kinerja BNI. Pada November 1996, BNI menjadi Bank pertama pemerintah yang melakukan IPO (Initial Public Offering) yaitu saham Bank yang dicatatkan pada Bursa Efek Jakarta dan Surabaya. Pada 2004, identitas perusahaan diperbarui dengan mempersingkat "Bank BNI" menjadi "BNI", sedangkan tahun pendirian digunakan sebagai logo perusahaan. Hingga saat ini, 60 persen saham BNI dimiliki oleh Pemerintah Republik Indonesia, sedangkan 40 persen sisanya dimiliki oleh masyarakat, baik individu maupun institusi, domestik, dan asing. BNI kini tercatat sebagai Bank nasional terbesar ke-4 di Indonesia, jika dilihat dari total aset, total kredit, maupun total dana pihak ketiga. Dalam memberikan layanan finansial secara terpadu, BNI didukung oleh sejumlah perusahaan anak, yakni Bank BNI Syariah, BNI Multifinance, BNI Sekuritas, BNI Life Insurance, dan BNI Remittance.

4.1.2 Kegiatan Usaha

1. Produk simpanan, bentuk simpanan di Bank BNI diantara lain:

- a. Tabungan BNI Taplus, tabungan yang akan memberikan Anda layanan PLUS dengan berbagai macam fitur dan manfaat.
- b. Tabungan BNI Taplus Anak lebih diperuntukkan untuk anak dibawah 17 tahun agar mewujudkan impian untuk menabung sendiri
- c. Save Deposit Box bertujuan sebagai penyimpanan box atau penyewaan box dihitung dari besar kecilnya box. Jangka waktu penyimpanannya ada yang 6 bulan dan 12 bulan. Bank BNI memiliki Save deposit box 107 wilayah di kantor cabang
- d. Giro, berupa sebuah cek yang berguna sebagai sarana transaksi keuangan untuk mempermudah usaha maupun untuk keperluan keluarga anda karena mempunyai begitu banyak fasilitas yang menguntungkan yang dapat anda manfaatkan.
- e. Deposito, simpanan berjangka yang menjadikan simpanan yang aman dengan tingkat suku bunga yang menarik.
- f. BNI Tapenas diperuntukkan untuk investasi sebagai perencanaan kebutuhan di masa depan seperti : asuransi untuk anak, asuransi kesehatan, dan asuransi jiwa.
- g. BNI Dollar, Simpanan dalam bentuk mata uang asing (USD/ SGD) yang memiliki nilai tukar lebih stabil dan aman. Suku bunga tabungan valuta asing yang menarik dihitung atas dasar saldo harian.
- h. BNI Taplus Bisnis, tabungan yang diperuntukkan mendukung transaksi bisnis.

2. Produk Pinjaman

a. BNI Griya

Pinjaman yang ditujukan untuk membiayai pembelian rumah tinggal, apartemen, rumah susun, ruko/rukan, rumah peristirahatan (villa), dan pembelian kavling/tanah matang di real estate, pembangunan/ renovasi, *refinancing*, *take over* yang konstruksinya dibiayai oleh Bank BNI.

b. BNI Griya Multiguna

Fasilitas kredit untuk kredit konsumen untuk keperluan pengembangan profesi antara lain pembelian peralatan kedokteran, renovasi kantor dan lain-lain atau untuk keperluan konsumtif lainnya antara lain biaya pendidikan, biaya pernikahan, traveling, rumah sakit dan lain-lain.

c. BNI Griya Flexi

Fasilitas kredit yang diberikan kepada karyawan yang sistem pembayaran gajinya dibayar melalui Bank BNI. saat ini sistem seperti ini populer disebut Kredit Tanpa Agunan (KTA) sampai maksimal 100 juta rupiah.

d. BNI OTO

Fasilitas kredit untuk pembelian kendaraan bermotor roda 2 dan roda 4 dengan jaminan berupa kendaraan bermotor yang dibiayai tersebut. Minimal kredit Rp 5 juta dan maksimal Rp 1 miliar.

e. BNI Cerdas

Produk layanan BNI Cerdas memberikan Anda kemudahan memperoleh kredit tanpa agunan untuk Biaya pendidikan pre-school hingga pasca sarjana pada lembaga pendidikan di Dalam Negeri yang terakreditasi (diakui) pada Departemen Pendidikan Nasional dan telah berdiri (beroperasi) minimal 3 (tiga) tahun.

f. BNI Instan

Produk dan layanan ini memfasilitasi kredit bagi Anda para pemegang Deposito, Tabungan dan Giro dari BNI. Maksimum kredit sebesar 90% dari jumlah simpanan

3. Pelayanan Jasa dan Produk Jasa

Untuk memberikan pelayanan jasa yang optimal maka Bank BNI memberikan jasa-jasa :

- a. BNI Transfer, melakukan pengiriman uang dalam negeri. Pengiriman dana dari suatu cabang ke cabang lainnya atau ke Bank lain atas permintaan nasabah untuk dibayarkan kepada penerima di cabang/Bank lain.
- b. Kiriman uang ke luar negeri, pengiriman uang dari satu negara ke negara lain melalui sarana draft, SWIFT (SWIFT Code : BNINIDJA), TT/Kawat. Transfer ke luar negeri dilakukan dalam valuta asing yang mempunyai catatan kurs pada Bank Indonesia.
- c. *Travellers Cheque*, sebagai pengganti uang tunai yang praktis bagi siapapun, terutama para wisatawan, pengusaha, pedagang dan profesional yang sering melakukan perjalanan ke luar kota.
- d. Inkaso, layanan untuk menagih pembayaran atas surat/dokumen berharga kepada pihak ketiga di tempat/kota lain di dalam negeri. Nama layanan ini disebut INKASO. Surat/dokumen berharga yang dapat diinkasokan adalah wesel/draft, cek bilyet giro, kuitansi, surat promes/aksep dan hadiah undian.
- e. Uang kertas asing, alat pembayaran yang sah dinegara penerbitnya. Uang kertas asing yang dapat diperjualbelikan adalah yang mempunyai catatan kurs resmi Bank Indonesia, misalnya Dollar Amerika, Poundsterling Inggris, Deutsche Mark

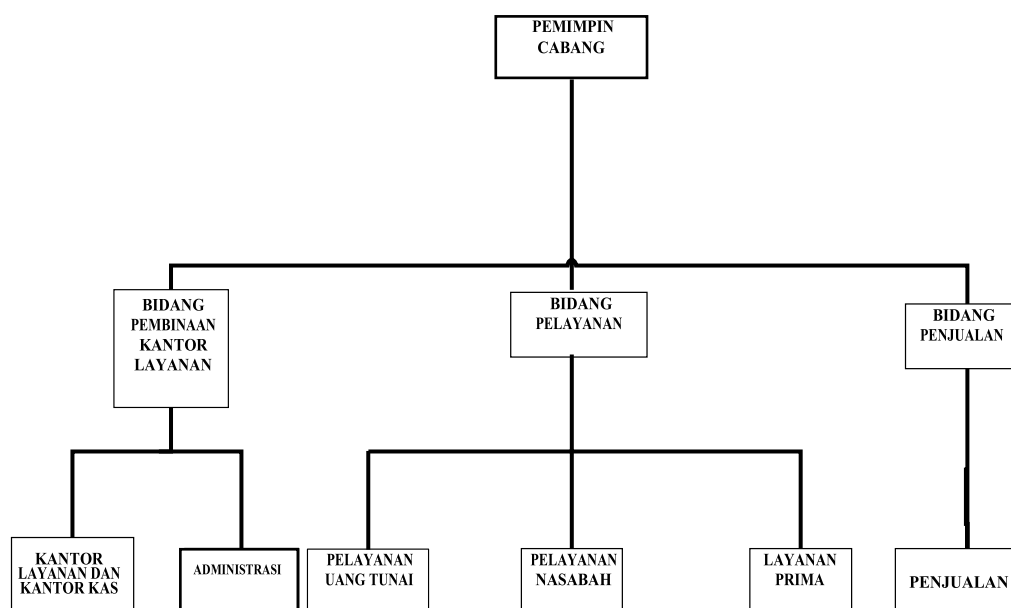
Jerman, French franc Perancis, Netherlands Gulden, Dollar Hong Kong, Ringgit Malaysia dan Dollar Singapura.

- f. Save deposit box, layanan penyimpanan barang berharga/dokumen anda seperti perhiasan, logam mulia, saham, obligasi, surat berharga, sertifikat atau barang-barang Anda yang tidak ternilai harganya.

Produk layanan dapat dihasilkan Bank BNI yaitu: phone plus, layanan prima, ATM BNI, BNI Infomas, pembayaran listrik, telepon dan pajak dan BNI Mobile.

4.1.3 Struktur Organisasi dan Uraian Tugas

Struktur Organisasi PT. Bank BNI di Kantor Cabang



Sumber : Data Sekunder, Setiawan, 2021.

Uraian tugas struktur organisasi PT. Bank BNI di Kantor Cabang :

1. Pemimpin Kantor Cabang
 - a. Menetapkan rencana kerja dan anggaran, sasaran usaha dan tujuan yang akan dicapai dan secara aktif menyelia secara langsung unit-unit kerja menurut bidang tugasnya di area kerjanya sejalan dengan prosedur yang berlaku.
 - b. Bertanggung jawab penuh dan berperan aktif dalam kegiatan:
 - c. Memimpin dan bertanggung jawab penuh atas seluruh aktivitas Kantor Cabang dan Kantor Layanan terutama dalam hal meningkatkan mutu pelayanan yang unggul terhadap nasabah, pengembangan dan pengendalian usaha dan mengelola administrasi cabang sehingga dapat memberikan kontribusi laba yang nyata terhadap BNI.
 - d. Bertanggung jawab sepenuhnya untuk membina dan mengembangkan kepegawaian Kantor Cabang dan Kantor Layanan dalam usaha meningkatkan prestasi dan mutu kerja para pegawai.
 - e. Bertanggung jawab secara penuh atas pelaksanaan fungsi manajemen secara optimal melalui pembentukan komite-komite yang melibatkan Kantor Cabang dan

Kantor Layanan secara berkesinambungan sehingga berjalan dan fungsi secara efektif.

2. Pemimpin Bidang Pelayanan, memberikan dukungan kepada Pemimpin Cabang dalam mengkoordinasikan dan mengendalikan aktifitas operasional dan pelayanan transaksi produk dan jasa BNI kepada nasabah. Bertanggung jawab penuh dan berperan aktif dalam kegiatan:
 - a. Menyelia seluruh aktivitas pelayanan nasabah di *front office* dan mengupayakan pelayanan yang optimal.
 - b. Menyelia dan berpartisipasi aktif terhadap Kas Besar berkoordinasi dengan *Cash Admin Center*, Unit Pelayanan Nasabah, Unit Pelayanan Uang Tunai dan Layanan Prima.
 - c. Memimpin dan berpartisipasi aktif terhadap unit-unit di bawahnya dalam memantau dan memastikan penyempurnaan atas hasil temuan pemeriksaan audit (intern/ekstern) yang telah dilakukan sesuai dengan rencana/saran/perbaikan/penyempurnaan yang diberikan oleh auditor.
 - d. Mengimplementasikan standar pelayanan bersama unsur pimpinan dalam usaha pencapaian kinerja layanan sesuai standar pelayanan yang sudah ditetapkan.
 - e. Memberikan masukan kepada Pemimpin Kantor Cabang Utama mengenai pengelolaan dan pengalokasian sumber daya (manusia,fasilitas) dan aktivitas pegawai antar kantor layanan.
 - f. Memeriksa kelengkapan persyaratan, kualitas dokumen pendukung dan menandatangani surat pengantar permohonan kredit konsumtif yang diajukan melalui unit Pelayanan Nasabah .

3. Pemimpin Bidang Pembinaan Kantor Layanan, bertanggung jawab penuh dan berperan aktif dalam kegiatan:
 - a. Memimpin dan bertanggung jawab penuh atas seluruh aktivitas, harian pelayanan nasabah. Dikantor layanan (KLN) dan aktivitas operasional lainnya dalam rangka memberikan peningkatan bisnis dan memaksimalkan kontribusi laba terhadap laba BNI secara keseluruhan.
 - b. Memimpin dan berpartisipasi aktif terhadap unit-unit yang dibawahnya dalam memantau dan memastikan bahwa perbaikan/penyempurnaan atas temuan hasil pemeriksaan audit (intern/ekstern) telah dilakukan sesuai dengan rencana/saran perbaikan/pemyempurnaan yang diberikan oleh auditor.
 - c. Memimpin dan berpartisipasi aktif terhadap unit-unit yang dibawahnya dalam memantau dan memastikan bahwa perbaikan/penyempurnaan atas temuan hasil pemeriksaan audit (intern/ekstern) telah dilakukan sesuai dengan rencana/saran perbaikan/pemyempurnaan yang diberikan oleh auditor.
 - d. Mengimplementasikan standar pelayanan bersama unsur pimpinan dalam usaha pencapaian kinerja layanan sesuai standar pelayanan yang telah ditetapkan.
 - e. Membina dan membangun hubungan baik dengan nasabah.
 - f. Memantau pengelolaan persediaan uang kas diseluruh kantor layanan.

4. Pemimpin Bidang Penjualan, bertanggung jawab penuh dan berperan aktif dalam kegiatan:

- a. Mengelola dan mengembangkan hubungan dengan nasabah utama dan calon nasabah utama potensial untuk meningkatkan penjualan produk dan jasa BNI.
 - b. Mengelola penjualan produk dan jasa BNI yang ditargetkan
 - c. Mengelola penelitian potensi ekonomi dan menyusun peta bisnis daerah,
 - d. Menyiapkan persuratan terkait dengan penjualan dan pengembalian hubungan dengan nasabah/calon nasabah.
 - e. Mengelola informasi dan laporan terkait dengan penjualan.
5. Bidang Administrasi, bidang Administrasi dibagi menjadi 2 bagian yaitu:
- a. Administrasi I, dimana bagian administrasi ini lebih mengfokuskan pada bagian Bank secara umum atau Bagian Administrasi Umum. Dimana Bagian Administrasi Umum adalah administrasi yang mempunyai tugas memberikan pelayanan di bidang persuratan, keuangan, mengelola kepegawaian cabang utama dan kantor layanan, perlengkapan, logistik, hubungan masyarakat, organisasi, dan tata laksana.
 - b. Administrasi II, dimana bagian administrasi II lebih mengfokuskan pada layanan kepada nasabah. Dimana fungsi pokok nya diantaranya:
 1. Mengelola Adiministrasi keuangan cabang.
 2. Mengelola administrasi transaksi kliring.
 3. Mengelola aktivitas perpajakan.
 4. Mengelola aktivitas administrasi kredit.
 5. Melayani aplikasi aplikasi BNI instan dan penerbitan
 6. garansi Bank (*full Cover/ Fasilitas*).
6. Bidang Kantor Layanan dan Kantor Kas, fungsi pokok dari bagian ini adalah:
- a. Melayani informasi mengenai produk dan jasa Bank.
 - b. Melayani semua jenis transaksi kas/tunai, pemindahan dan *payment point*.¹⁹
 - c. Melayani transaksi penukaran valuta asing dan produk jasa lainnya.
 - d. Mengelola administrasi surat/dokumen yang keluar masuk.
 - e. Mengelola kas ATM.
7. Bidang Pelayanan Uang Tunai, fungsi pokok dari penyelia pelayanan uang tunai adalah:
- a. Melayani semua jenis transaksi/tunai dan pemindahan.
 - b. Melayani kegiatan external *payment point*.
8. Bidang Pelayanan Nasabah, fungsi pokok dari Penyelia pelayanan Nasabah adalah:
- a. Mengelola transaksi produk, dana, jasa dan kredit.
 - b. Melayani informasi transaksi produk, dana, jasa dan kredit.
 - c. Melayani transaksi luar negeri.
 - d. Melayani transaksi jasa dalam negeri.
 - e. Mengelola sistem penerimaan/antrian nasabah.
 - f. Melayani transaksi simponi dan *paying agent*.

- g. Mengelola pelaksanaan layanan untuk kenyamanan nasabah.
9. Bidang Layanan Prima, fungsi pokok dari penyelia layanan prima adalah:
- Melayani transaksi nasabah inti.
 - Mengelola layanan untuk nasabah inti kantor cabang utama.
 - Melayani informasi produk/jasa dalam dan luar negeri.
10. Bidang Penjualan, fungsi pokok dari penyelia penjualan adalah:
- Menjual produk dan jasa BNI.
 - Melakukan *ekstensif* dan *intensif marketing*.
 - Melakukan penelitian potensi ekonomi dan menyusun peta bisnis regional.
 - Mengelola administrasi penjualan.

4.2 Metode Pengolahan/Analisis Data

4.2.1. Hasil Uji Validitas

Uji validitas pada penelitian ini dilakukan dengan analisis faktor menggunakan alat bantu SPSS 20. Uji validitas dilakukan kepada 30 responden. Hasil uji validitas dapat dilihat pada Tabel 4.1 sebagai berikut:

Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas

No	Item	Signifikansi	r-Hitung	r-Tabel (N=30)	Keterangan
1	X1.1	5% (0,05)	0,604	0,361	Valid
2	X1.2	5% (0,05)	0,614	0,361	Valid
3	X1.3	5% (0,05)	0,557	0,361	Valid
4	X1.4	5% (0,05)	0,556	0,361	Valid
5	X1.5	5% (0,05)	0,735	0,361	Valid
6	X1.6	5% (0,05)	0,659	0,361	Valid
7	X1.7	5% (0,05)	0,621	0,361	Valid
8	X1.8	5% (0,05)	0,582	0,361	Valid
9	X1.9	5% (0,05)	0,713	0,361	Valid
10	X1.10	5% (0,05)	0,781	0,361	Valid
11	X1.11	5% (0,05)	0,602	0,361	Valid

Sumber: Diolah dari data primer, 2021

Berdasarkan Tabel 4.1 dapat dilihat bahwa uji validitas yang dilakukan pada 30 responden menghasilkan 11 pertanyaan yang dinyatakan valid. Hal ini dapat disimpulkan dengan melihat bahwa setiap variabel memiliki r-hitung lebih besar dibandingkan r-tabel. Hal ini mengindikasikan bahwa seluruh pernyataan yang dibuat dinilai layak dan dapat digunakan untuk keperluan penelitian.

4.2.2 Hasil Uji Reliabilitas

Tabel 4.2 Hasil Uji Reliabilitas Total

Cronbach's Alpha	N of Items
,803	11

Sumber: Diolah dari data primer, 2021

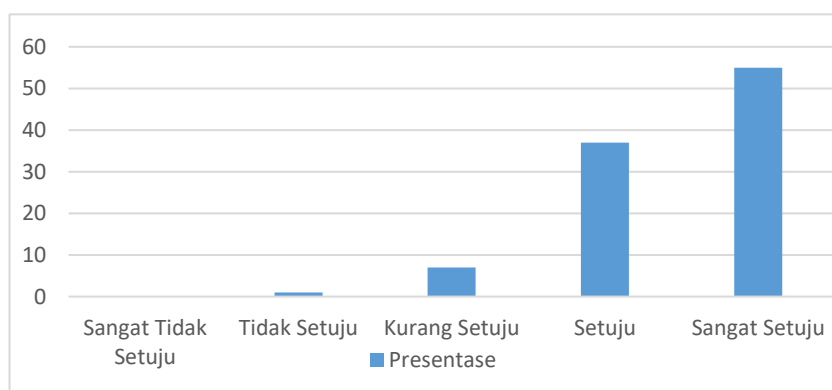
Berdasarkan hasil analisis yang terdapat pada Tabel 4.2 di atas dengan menggunakan SPSS 20 maka didapatkan nilai *cronbach alpha* sebesar 0,896. Hal ini menunjukkan nilai *cronbach alpha* > 0,6 dapat disimpulkan bahwa instrumen pada penelitian tersebut reliabel.

4.3. Variabel Penelitian

4.3.1 Efektivitas

1. Kualitas Sistem (*System Quality*)

A. Prosedur penggunaan yang mudah

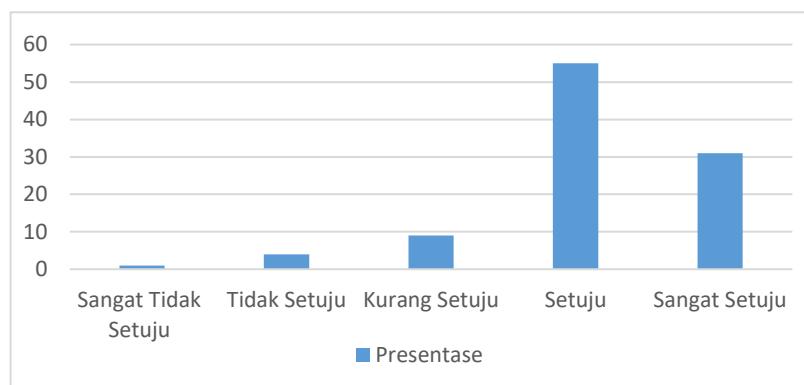


Sumber: Diolah dari data primer, 2021

Gambar 4.1 Sebaran Responden Menurut Kemudahan untuk digunakan

Berdasarkan Gambar 4.1 di atas dapat dilihat bahwa dari total 100 responden, sebanyak 55 responden menyatakan Sangat Setuju, diikuti 37 orang menyatakan Setuju, kemudian 7 orang menyatakan Kurang Setuju dan hanya 1 orang yang menyatakan Tidak Setuju terhadap kemudahan penggunaan aplikasi BNI *Mobile Banking*. Hal ini berarti bahwa aplikasi BNI *Mobile Banking* sudah memberikan manfaat bagi penggunanya, dapat digunakan dengan prosedur yang mudah dan bisa dipahami oleh banyak orang.

B. Sistem tidak mengalami kegagalan

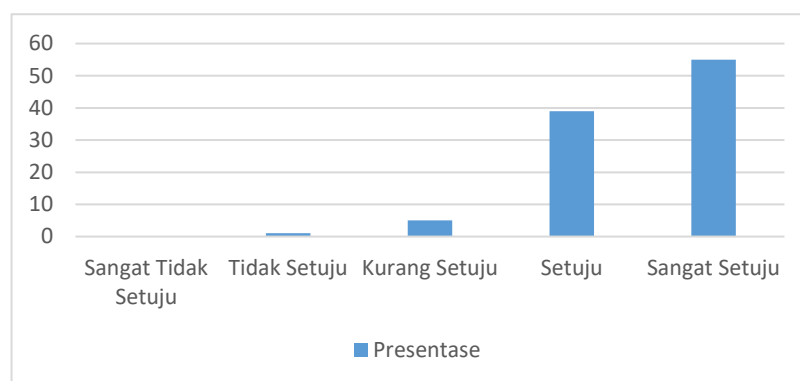


Sumber: Diolah dari data primer, 2021

Gambar 4.2 Sebaran Responden Menurut Sistem tidak mengalami kegagalan

Berdasarkan Gambar 4.2 di atas dapat dilihat bahwa dari total 100 responden, sebanyak 55 responden menyatakan Setuju, diikuti 31 orang menyatakan Sangat Setuju, kemudian 9 orang menyatakan Kurang Setuju, diikuti dengan 4 orang yang menyatakan Tidak Setuju dan hanya 1 orang yang menyatakan Sangat Tidak Setuju terhadap sistem tidak mengalami kegagalan aplikasi BNI *Mobile Banking*. Hal ini berarti bahwa aplikasi BNI *Mobile Banking* dapat menjalankan fungsinya dengan baik pada saat dibutuhkan dalam jangka waktu dan kondisi tertentu.

C. Menjaga kerahasiaan data



Sumber: Diolah dari data primer, 2021

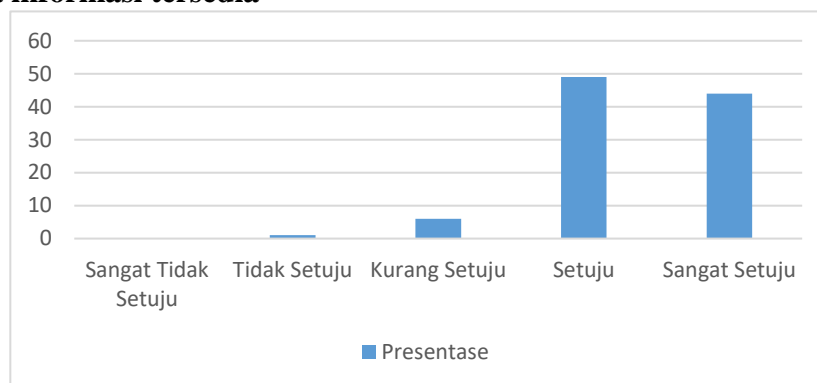
Gambar 4.3 Sebaran Responden Menurut Menjaga kerahasiaan data

Berdasarkan Gambar 4.3 atas dapat dilihat bahwa dari total 100 responden, sebanyak 55 responden menyatakan Sangat Setuju, diikuti 39 orang menyatakan Setuju, kemudian 5 orang menyatakan Kurang Setuju dan hanya 1 orang yang menyatakan Tidak Setuju terhadap Menjaga kerahasiaan data aplikasi BNI *Mobile Banking*. Hal ini berarti bahwa aplikasi BNI *Mobile Banking* sudah dapat dikatakan aman dengan adanya proteksi dan kerahasiaan data terjaga sehingga pelanggan BNI

yang menggunakan aplikasi tersebut tidak perlu khawatir apabila data pribadi dan keluarga disebar luaskan atau dimanfaatkan oleh pihak yang tidak bertanggungjawab.

2. Kualitas Informasi (*Information Quality*)

A. Semua informasi tersedia

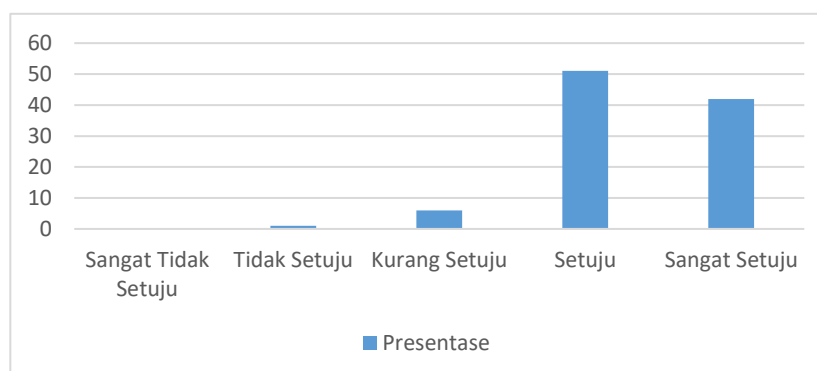


Sumber: Diolah dari data primer, 2021

Gambar 4.4 Sebaran Responden Menurut Semua informasi tersedia

Berdasarkan Gambar 4.4 atas dapat dilihat bahwa dari total 100 responden, sebanyak 49 responden menyatakan Setuju, diikuti 44 orang menyatakan Sangat Setuju, kemudian 6 orang menyatakan Kurang Setuju dan hanya 1 orang yang menyatakan Tidak Setuju terhadap Semua informasi tersedia data aplikasi BNI *Mobile Banking*. Hal ini berarti bahwa aplikasi BNI *Mobile Banking* sudah tersedia informasi secara lengkap sehingga pelanggan BNI dapat mengaksesnya melalui aplikasi tersebut dimana saja dan kapan saja.

B. Tersedia informasi yang dibutuhkan



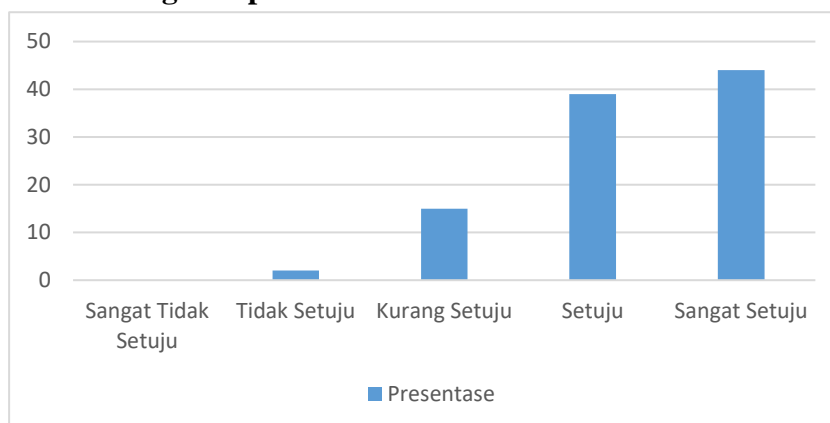
Sumber: Diolah dari data primer, 2021

Gambar 4.5 Sebaran Responden Menurut Tersedia informasi yang dibutuhkan

Berdasarkan Gambar 4.5 atas dapat dilihat bahwa dari total 100 responden, sebanyak 51 responden menyatakan Setuju, diikuti 42 orang menyatakan Sangat Setuju, kemudian 6 orang menyatakan Kurang Setuju dan hanya 1 orang yang menyatakan Tidak Setuju terhadap Menjaga kerahasiaan data aplikasi BNI *Mobile*

Banking. Hal ini berarti bahwa aplikasi *BNI Mobile Banking* sudah tersedia informasi yang dibutuhkan sehingga pelanggan BNI dapat mengaksesnya melalui aplikasi tersebut dimana saja dan kapan saja.

C. Diperbaharui dengan cepat



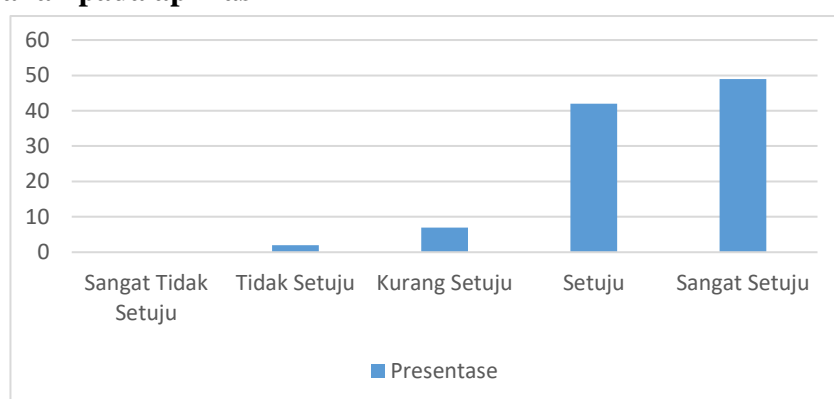
Sumber: Diolah dari data primer, 2021

Gambar 4.6 Sebaran Responden Menurut Diperbaharui dengan cepat

Berdasarkan Gambar 4.6 atas dapat dilihat bahwa dari total 100 responden, sebanyak 44 responden menyatakan Sangat Setuju, diikuti 39 orang menyatakan Setuju, kemudian 15 orang menyatakan Kurang Setuju dan hanya 2 orang yang menyatakan Tidak Setuju terhadap Diperbaharui dengan cepat aplikasi *BNI Mobile Banking*. Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan BNI pengguna aplikasi *BNI Mobile Banking* dapat memperoleh informasi secara cepat dan selalu diperbaharui setiap waktu.

3. Kualitas Layanan (*Service Quality*)

A. Keamanan pada aplikasi



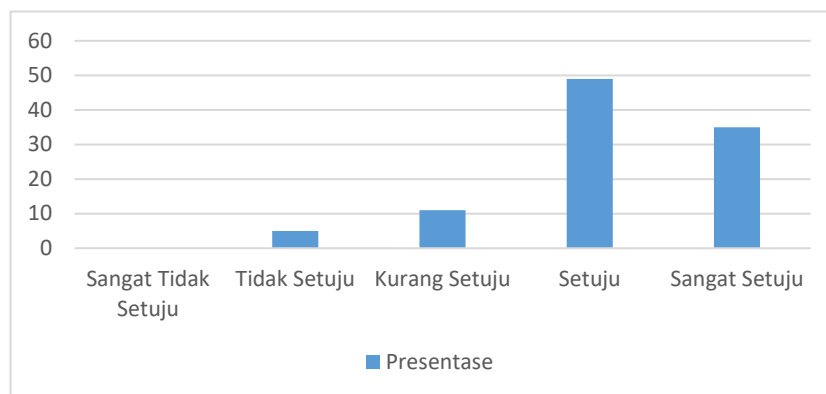
Sumber: Diolah dari data primer, 2021

Gambar 4.7 Sebaran Responden Menurut Keamanan aplikasi

Berdasarkan Gambar 4.7 atas dapat dilihat bahwa dari total 100 responden, sebanyak 49 responden menyatakan Sangat Setuju, diikuti 42 orang menyatakan

Setuju, kemudian 7 orang menyatakan Kurang Setuju dan hanya 2 orang yang menyatakan Tidak Setuju terhadap keamanan pada aplikasi BNI *Mobile Banking*. Hal tersebut berarti bahwa pada aplikasi BNI *Mobile Banking* keamanan sistemnya sudah terjamin.

B. Kecepatan tindakan terhadap keluhan

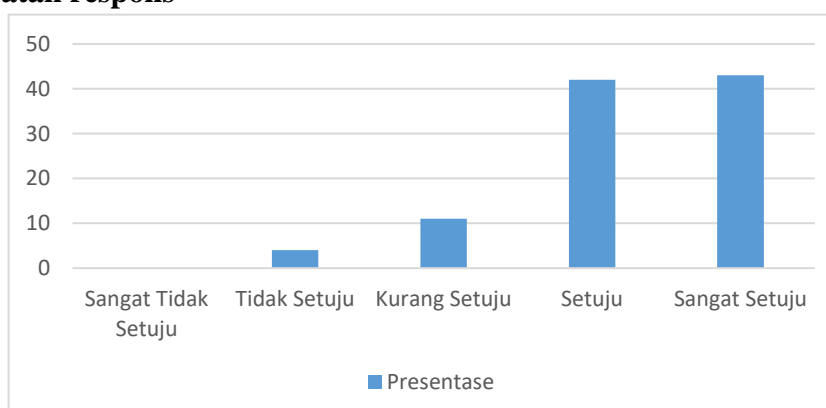


Sumber: Diolah dari data primer, 2021

Gambar 4.8 Sebaran Responden Menurut Kecepatan tindakan terhadap keluhan

Berdasarkan Gambar 4.8 atas dapat dilihat bahwa dari total 100 responden, sebanyak 49 responden menyatakan Setuju, diikuti 35 orang menyatakan Sangat Setuju, kemudian 11 orang menyatakan Kurang Setuju dan hanya 5 orang yang menyatakan Tidak Setuju terhadap kecepatan tindakan terhadap keluhan pada aplikasi BNI *Mobile Banking*. Hal ini berarti bahwa pelayanan yang diberikan oleh BNI melalui aplikasi BNI *Mobile Banking* cepat tanggap. Maksudnya yaitu apabila pengguna aplikasi BNI *Mobile Banking* memiliki keluhan maka pihak BNI memberikan respons dan ditanggapi secara cepat.

C. Kecepatan respons



Sumber: Diolah dari data primer, 2021

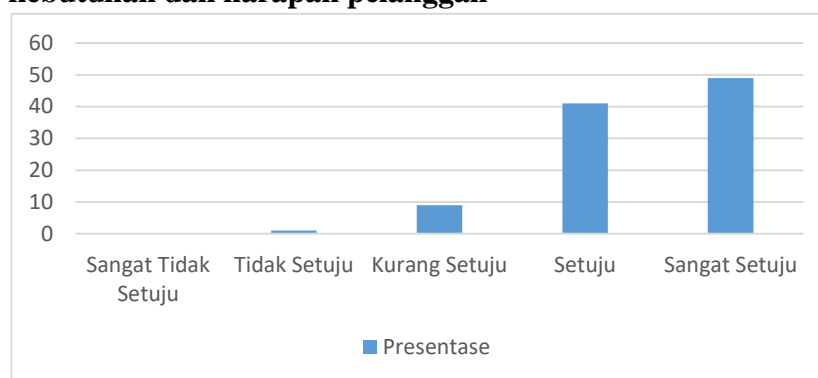
Gambar 4.9 Sebaran Responden Menurut Kecepatan respons

Berdasarkan Gambar 4.9 atas dapat dilihat bahwa dari total 100 responden, sebanyak 43 responden menyatakan Sangat Setuju, diikuti 42 orang menyatakan

Setuju, kemudian 11 orang menyatakan Kurang Setuju dan hanya 4 orang yang menyatakan Tidak Setuju terhadap kecepatan respons pada aplikasi BNI *Mobile Banking*. Hal ini berarti bahwa pelayanan yang diberikan oleh BNI melalui aplikasi BNI *Mobile Banking* memberikan respons dengan cepat.

4. Kepuasan Pelanggan (*Customer Satisfaction*)

A. Sesuai kebutuhan dan harapan pelanggan

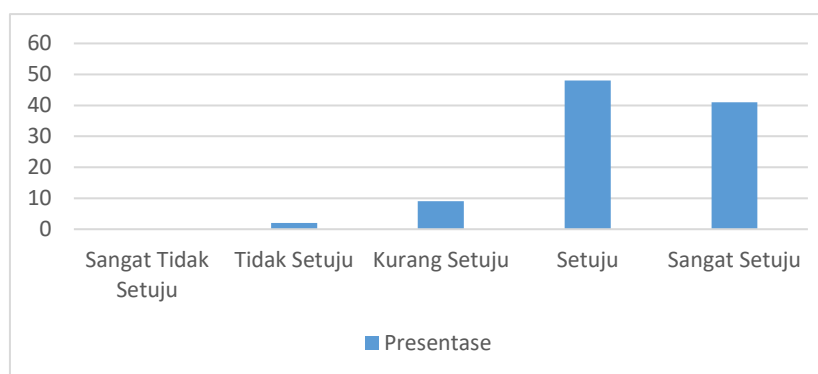


Sumber: Diolah dari data primer, 2021

Gambar 4.10 Sebaran Responden sesuai kebutuhan dan harapan pelanggan

Berdasarkan Gambar 4.10 atas dapat dilihat bahwa dari total 100 responden, sebanyak 49 responden menyatakan Sangat Setuju, diikuti 41 orang menyatakan Setuju, kemudian 9 orang menyatakan Kurang Setuju dan hanya 1 orang yang menyatakan Tidak Setuju terhadap sesuai kebutuhan dan harapan pelanggan pada aplikasi BNI *Mobile Banking*. Hal ini berarti bahwa adanya kesesuaian antara apa yang diharapkan oleh peserta dengan apa yang dirasakannya. Pelanggan BNI merasa aplikasi BNI *Mobile Banking* sangat membantu kegiatan administratif tanpa perlu datang langsung ke Kantor Cabang.

B. Bersedia memberi rekomendasi kepada orang lain



Sumber: Diolah dari data primer, 2021.

Gambar 4.11 Sebaran responden bersedia memberi rekomendasi kepada orang lain

Berdasarkan Gambar 4.11 atas dapat dilihat bahwa dari total 100 responden, sebanyak 48 responden menyatakan Setuju, diikuti 41 orang menyatakan Sangat Setuju, kemudian 9 orang menyatakan Kurang Setuju dan hanya 2 orang yang

menyatakan Tidak Setuju terhadap bersedia memberi rekomendasi kepada orang lain pada aplikasi BNI *Mobile Banking*. Hal ini berarti bahwa pelanggan BNI merasa aplikasi BNI *Mobile Banking* sangat direkomendasikan.

4.4 Analisis Deskriptif Efektivitas Penggunaan Aplikasi BNI *Mobile Banking* Di Kantor Cabang Djuanda Kota Bogor

Berdasarkan kuesioner yang disebarakan kepada responden, maka dapat diketahui pernyataan responden terhadap implementasi penggunaan aplikasi BNI *Mobile Banking* untuk Peningkatan Layanan Nasabah BNI Di Kantor Cabang Djuanda Kota Bogor. Untuk memudahkan penilaian dari jawaban responden maka dibuat kriteria pengukuran dengan Skala *Likert*.

Menurut Sugiyono (2013), skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur tersebut jika digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif, yang digunakan dalam bentuk angka sehingga lebih akurat, efisien dan komunikatif. Jawaban responden tersebut kemudian diberi skor dengan menggunakan skala *likert*, seperti terdapat pada Tabel 4.6 berikut:

Tabel 4.3 Skala *Likert*

No	Pilihan	Inisial	Skor
1	Sangat Setuju	SS	5
2	Setuju	S	4
3	Kurang Setuju	KS	3
4	Tidak Setuju	TS	2
5	Sangat Tidak Setuju	STS	1

Sumber: Sugiyono (2013)

Titik tolak penyusunan instrumen adalah variabel-variabel penelitian yang ditetapkan untuk diteliti. Kemudian, definisi operasional dari masing-masing variabel yang ditetapkan dan selanjutnya ditentukan indikator yang akan diukur. Dari indikator tersebut kemudian dibentuk item-item pertanyaan.

Terdapat satu variabel dalam penelitian ini adalah Efektivitas dengan indikator penilaian yang digunakan oleh peneliti adalah Kualitas Sistem (*System Quality*), Kualitas Informasi (*Information System*), Kualitas Layanan (*Service Quality*), dan Kepuasan Pelanggan (*Custumor Satisfaction*).

Berdasarkan indikator-indikator di atas maka disusun item-item pertanyaan yang dibuat untuk dijawab oleh responden. Analisis deskriptif yang akan dilakukan pada setiap item pertanyaan kuesioner, akan diperoleh data frekuensi berupa skor ideal dan skor perolehan pada tiap-tiap pertanyaan. Untuk melakukan analisis deskriptif digunakan rumus berikut ini.

$$\text{Efektivitas} = \frac{\text{skor yang diperoleh}}{\text{skor ideal}} \times 100\%$$

Sumber : Sari et al (2019)

Keterangan:

1. Skor yang diperoleh adalah jawaban seluruh responden atas kuesioner yang telah diajukan.
2. Skor ideal adalah nilai tertinggi atau semua responden diasumsikan memilih jawaban dengan skor tertinggi.

Hasil nilai efektivitas kemudian diinterpretasikan menggunakan tabel tingkat kesuksesan adalah sebagai berikut

Tabel 4.4
Tabel Tingkat Keefektifan

Rasio Efektivitas	Tingkat Capaian
0 – 20%	Sangat Tidak Efektif
21 – 40%	Tidak Efektif
41 – 60%	Cukup Efektif
61 – 80%	Efektif
81 – 100%	Sangat Efektif

Sumber: Sari et al, 2019

Jawaban responden atas kuesioner yang sudah sebarakan kemudian disajikan ke dalam bentuk Tabel 4.5 sebagai berikut:

Tabel 4.5 Pernyataan Responden Mengenai Implementasi Penggunaan Aplikasi BNI *Mobile Banking* untuk Peningkatan Layanan Nasabah BNI Di Kantor Cabang Djuanda Kota Bogor

No	Pernyataan	Frekuensi					Skor
		SS/ 5	S/ 4	KS/ 3	TS/ 2	STS/ 1	
Kualitas Sistem (<i>System Quality</i>)							
1	Aplikasi BNI <i>Mobile Banking</i> dapat digunakan dengan prosedur yang mudah	55	37	7	1	0	446
2	Aplikasi BNI <i>Mobile Banking</i> tidak mengalami kegagalan pada system	31	55	9	4	1	411
3	Aplikasi BNI <i>Mobile Bankin</i> adanya proteksi dan kerahasiaan data terjaga	55	39	5	1	0	448
Total							1305
Kualitas Informasi (<i>Information System</i>)							
4	Semua informasi tersedia dengan lengkap dan dapat diakses pada aplikasi BNI <i>Mobile Banking</i>	44	49	6	1	0	436
5	Informasi yang dibutuhkan konsumen tersedia pada aplikasi BNI <i>Mobile Banking</i>	42	51	6	1	0	434
6	Informasi yang tersedia pada aplikasi BNI <i>Mobile Banking</i> dapat dipercaya kebenarannya.	44	39	15	2	0	425
Total							1295
Kualitas Layanan (<i>Service Quality</i>)							
7	Aplikasi BNI <i>Mobile Banking</i> terjamin keamanannya	49	42	7	2	0	438

No	Pernyataan	Frekuensi					Skor
		SS/ 5	S/ 4	KS/ 3	TS/ 2	STS/ 1	
8	Keluhan konsumen pada aplikasi BNI <i>Mobile Banking</i> langsung diproses dengan cepat	35	49	11	5	0	414
9	Respons yang diberikan terhadap keluhan cepat tanggap	43	42	11	4	0	424
	Total						1276
	Kepuasan Pelanggan (<i>Custumor Satisfaction</i>)						
10	Aplikasi BNI <i>Mobile Banking</i> sesuai dengan Kebutuhan dan harapan pelanggan	49	41	9	1	0	438
14	Bersedia memberikan rekomendasikan aplikasi BNI <i>Mobile Banking</i> kepada orang lain	41	48	9	2	0	428
	Total						866
	ΣX						4742

Sumber: Diolah dari data primer, 2021

Untuk mengetahui Efektivitas Layanan Aplikasi BNI *Mobile Banking* Di Kantor Cabang Djuanda Kota Bogor digunakan rumus efektivitas sebagai berikut:

$$\text{Efektivitas} = \frac{\text{skor yang diperoleh}}{\text{skor ideal}} \times 100\%$$

Sumber : Sari et al, 2019

Keterangan:

1. Skor yang diperoleh = Σ (Frekuensi x Skala nilai)
2. Skor ideal = (Skala nilai tertinggi x jumlah item pertanyaan x jumlah responden)

1. Kualitas Sistem (*Sistem Quality*)

$$\text{Efektivitas} = \frac{1305}{5 \times 3 \times 100} \times 100\% = 87\%$$

Berdasarkan hasil perhitungan efektivitas di atas kemudian diinterpretasikan ke dalam tabel tingkat keefektifan.

Tabel 4.6 Tabel Tingkat Keefektifan (Sari et al, 2019)

Rasio Efektivitas	Nilai Efektivitas	Tingkat Capaian
0 – 20%		Sangat Tidak Efektif
21 – 40%		Tidak Efektif
41 – 60%		Cukup Efektif
61 – 80%		Efektif
81 – 100%	87%	Sangat Efektif

Sumber: Diolah dari data primer, 2021

Nilai efektivitas sebesar 87% jika diinterpretasikan ke dalam Tabel 4.6 tingkat kesuksesan di atas berada pada rasio 81 – 100% dengan tingkat capaian sangat efektif. Maka dapat disimpulkan bahwa penggunaan aplikasi BNI *Mobile Banking* dengan indikator Kualitas Sistem (*System Quality*) berdasarkan kemudahan untuk digunakan,

keandalan sistem dan keamanan sistem untuk peningkatan layanan nasabah BNI di Kantor Cabang Djuanda Kota Bogor dinyatakan sudah sangat efektif.

2. Kualitas Informasi (*Information Quality*)

$$\text{Efektivitas} = \frac{1295}{5 \times 3 \times 100} \times 100\% = 86,33\%$$

Berdasarkan hasil perhitungan efektivitas di atas kemudian diinterpretasikan ke dalam tabel tingkat keefektifan.

Tabel 4.7 Tabel Tingkat Keefektifan (Sari et al, 2019)

Rasio Efektivitas	Nilai Efektivitas	Tingkat Capaian
0 – 20%		Sangat Tidak Efektif
21 – 40%		Tidak Efektif
41 – 60%		Cukup Efektif
61 – 80%		Efektif
81 – 100%	86,33%	Sangat Efektif

Sumber: Diolah dari data primer, 2021

Nilai efektivitas sebesar 86,33% jika diinterpretasikan ke dalam tabel 4.7 tingkat kesuksesan di atas berada pada rasio 81 – 100% dengan tingkat capaian sangat efektif. Maka dapat disimpulkan bahwa penggunaan aplikasi BNI *Mobile Banking* dengan indikator Kualitas Informasi (*Information Quality*) berdasarkan kelengkapan informasi, tersedia informasi yang dibutuhkan, dan diperbaharui dengan cepat untuk peningkatan layanan nasabah BNI di Kantor Cabang Djuanda Kota Bogor dinyatakan sudah sangat efektif.

3. Kualitas Layanan (*Service Quality*)

$$\text{Efektivitas} = \frac{1276}{5 \times 3 \times 100} \times 100\% = 85,067\%$$

Berdasarkan hasil perhitungan efektivitas di atas kemudian diinterpretasikan ke dalam tabel tingkat keefektifan.

Tabel 4.8 Tabel Tingkat Keefektifan (Sari et al, 2019)

Rasio Efektivitas	Nilai Efektivitas	Tingkat Capaian
0 – 20%		Sangat Tidak Efektif
21 – 40%		Tidak Efektif
41 – 60%		Cukup Efektif
61 – 80%		Efektif
81 – 100%	85,067%	Sangat Efektif

Sumber: Diolah dari data primer, 2021

Nilai efektivitas sebesar 85,067% jika diinterpretasikan ke dalam tabel 4.8 tingkat kesuksesan di atas berada pada rasio 81 – 100% dengan tingkat capaian sangat efektif.

Maka dapat disimpulkan bahwa penggunaan aplikasi BNI *Mobile Banking* dengan indikator Kualitas Layanan (*Service Quality*) berdasarkan keamanan aplikasi, kecepatan tindakan dan kecepatan respons layanan untuk peningkatan layanan nasabah BNI di Kantor Cabang Djuanda Kota Bogor dinyatakan sudah sangat efektif.

4. Kepuasan Pelanggan (*Customer Satisfaction*)

$$\text{Efektivitas} = \frac{866}{5 \times 2 \times 100} \times 100\% = 86,6\%$$

Berdasarkan hasil perhitungan efektivitas di atas kemudian diinterpretasikan ke dalam tabel tingkat keefektifan.

Tabel 4.9 Tabel Tingkat Keefektifan (Sari et al, 2019)

Rasio Efektivitas	Nilai Efektivitas	Tingkat Capaian
0 – 20%		Sangat Tidak Efektif
21 – 40%		Tidak Efektif
41 – 60%		Cukup Efektif
61 – 80%		Efektif
81 – 100%	86,6%	Sangat Efektif

Sumber: Diolah dari data primer, 2021

Nilai efektivitas sebesar 86,6% jika diinterpretasikan ke dalam tabel 4.9 tingkat kesuksesan di atas berada pada rasio 81 – 100% dengan tingkat capaian sangat efektif. Maka dapat disimpulkan bahwa penggunaan aplikasi *mobile JKN* dengan indikator Kepuasan Pelanggan (*Customer Satisfaction*) berdasarkan kesesuaian harapan, frekuensi kunjungan kembali dan kesediaan informasi untuk peningkatan layanan nasabah BNI di Kantor Cabang Djuanda Kota Bogor dinyatakan sudah sangat efektif.

5. Efektivitas Total

$$\text{Efektivitas} = \frac{4742}{5 \times 11 \times 100} \times 100\% = 86,22\%$$

Berdasarkan hasil perhitungan efektivitas di atas kemudian diinterpretasikan ke dalam tabel tingkat keefektifan

Tabel 4.10 Tabel Tingkat Keefektifan (Sari et al, 2019)

Rasio Efektivitas	Nilai Efektivitas	Tingkat Capaian
0 – 20%		Sangat Tidak Efektif
21 – 40%		Tidak Efektif
41 – 60%		Cukup Efektif
61 – 80%		Efektif
81 – 100%	86,22%	Sangat Efektif

Sumber: Diolah dari data primer, 2021

Nilai efektivitas sebesar 86,22% jika diinterpretasikan ke dalam tabel 4.10 tingkat kesuksesan di atas berada pada rasio 81 – 100% dengan tingkat capaian sangat efektif.

Maka dapat disimpulkan bahwa penggunaan aplikasi *BNI Mobile Banking* untuk peningkatan layanan nasabah BNI di Kantor Cabang Djuanda Kota Bogor dinyatakan sudah sangat efektif.

4.5 Pembahasan

4.5.1 Kualitas Sistem (*System Quality*) aplikasi *BNI Mobile Banking* Di Kantor Cabang Djuanda Kota Bogor

Kualitas sistem dinilai sangat efektif yaitu dengan persentase 87% (Tabel 4.8). Kualitas sistem informasi merupakan salah satu karakteristik dari informasi yang melekat mengenai sistem itu sendiri. Kualitas sistem pada layanan aplikasi *BNI Mobile Banking* adalah seberapa besar aplikasi dirasakan relatif mudah untuk dipahami dan digunakan. Berdasarkan hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa layanan aplikasi *BNI Mobile Banking* yang berkualitas adalah jika pengguna aplikasi tersebut merasa mudah dalam menggunakannya (Gambar 4.1), sistem informasi dapat diandalkan dalam situasi dan kondisi tertentu (Gambar 4.2) dan adanya keamanan sistem (Gambar 4.3). Sehingga dengan begitu pelanggan tidak perlu khawatir lagi akan kualitas sistem pada aplikasi *BNI Mobile Banking* Di Kantor Cabang Djuanda Kota Bogor.

4.5.2 Kualitas Informasi (*Information Quality*) aplikasi *BNI Mobile Banking* Di Kantor Cabang Djuanda Kota Bogor

Kualitas informasi dinilai sangat efektif dengan persentase 86,33% (Tabel 4.9). Kualitas informasi adalah sejauh mana informasi secara konsisten dapat memenuhi persyaratan dan harapan semua orang yang membutuhkan informasi tersebut untuk melakukan proses mereka. Berdasarkan penelitian ini memperlihatkan bahwa kualitas informasi pada layanan aplikasi *BNI Mobile Banking* Di Kantor Cabang Djuanda Kota Bogor tersedia informasi secara lengkap (Gambar 4.4), informasi yang tersedia sesuai dengan kebutuhan pengguna (Gambar 4.5), dan diperbaharui dengan cepat (Gambar 4.6). Informasi dengan kualitas yang baik akan meningkatkan persepsi pengguna terhadap penggunaan aplikasi *BNI Mobile Banking* Di Kantor Cabang Djuanda Kota Bogor tersebut. Berdasarkan penelitian ini memperlihatkan bahwa apabila pelanggan merasa aplikasi *BNI Mobile Banking* Di Kantor Cabang Djuanda Kota Bogor memberikan informasi yang lengkap sehingga para pelanggan lebih mudah untuk mendapatkan informasi melalui aplikasi *BNI Mobile Banking*.

4.5.3 Kualitas Layanan (*Service Quality*) aplikasi *BNI Mobile Banking* Di Kantor Cabang Djuanda Kota Bogor

Kualitas layanan dinilai sangat efektif dengan persentase 85,067 % (Tabel 4.10). Kualitas layanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para pengguna layanan dengan apa yang sesungguhnya diharapkan. Kualitas layanan pada aplikasi *BNI Mobile Banking* meliputi yaitu adanya keamanan pada aplikasi, kecepatan tindakan terhadap keluhan dan kecepatan respons. Berdasarkan penelitian ini bahwa layanan aplikasi *BNI Mobile Banking* sudah berkualitas karena sistem pada

aplikasi tersebut dijamin keamanannya (Gambar 4.7), kecepatan tindakan terhadap keluhan (Gambar 4.8), kecepatan respons (Gambar 4.9). Berdasarkan penelitian ini memperlihatkan bahwa apabila pelanggan merasa aplikasi BNI *Mobile Banking* Di Kantor Cabang Djuanda Kota Bogor memberikan jaminan keamanan layanan dan tindakan yang cepat jika adanya keluhan sehingga para pelanggan tidak usah khawatir pada kualitas layanan aplikasi BNI *Mobile Banking*.

4.5.4 Kepuasan Pelanggan (*Customer Satisfaction*) aplikasi BNI *Mobile Banking* Di Kantor Cabang Djuanda Kota Bogor

Kepuasan pelanggan dinilai sangat efektif dengan persentase 86,6 % (Tabel 4.11). Kepuasan pelanggan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para pengguna layanan dengan apa yang sesungguhnya diharapkan. Kepuasan pelanggan pada aplikasi BNI *Mobile Banking* meliputi yaitu sesuai kebutuhan dan harapan pelanggan dan bersedia memberikan rekomendasi kepada orang lain. Berdasarkan penelitian ini bahwa layanan aplikasi BNI *Mobile Banking* sudah memberikan kepuasan karena sistem pada aplikasi tersebut sesuai kebutuhan dan harapan (Gambar 4.10) dan bersedia memberikan rekomendasi (Gambar 4.11). Berdasarkan penelitian ini memperlihatkan bahwa apabila pelanggan merasa aplikasi BNI *Mobile Banking* Di Kantor Cabang Djuanda Kota Bogor memberikan kepuasan sehingga para pelanggan tidak usah khawatir pada aplikasi BNI *Mobile Banking*.

4.5.5 Efektivitas Penggunaan Aplikasi BNI *Mobile Banking* Di Kantor Cabang Djuanda Kota Bogor

Berdasarkan hasil analisis, diketahui bahwa Efektivitas Layanan Aplikasi BNI *Mobile Banking* Di Kantor Cabang Djuanda Kota Bogor menurut tanggapan responden dalam penelitian ini berada pada kategori “Sangat Sukses” atau “Sangat Efektif”. Persentase penilaian responden berkaitan dengan Efektivitas Layanan Aplikasi BNI *Mobile Banking* Di Kantor Cabang Djuanda Kota Bogor sebesar 86,22% (Tabel 4.12). Kualitas sistem, kualitas informasi, kualitas layanan dan kepuasan pelanggan aplikasi BNI *Mobile Banking* yang sudah sangat efektif berdasarkan hasil dari penilaian responden nasabah bank BNI dalam menggunakan BNI *Mobile Banking*.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui efektivitas penggunaan layanan aplikasi *BNI Mobile Banking* di Kantor Cabang Djuanda Kota Bogor dengan menggunakan teori *D&M Information Sistem Succes Model* yang dikembangkan oleh DeLone dan McLean. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai Efektivitas Layanan Aplikasi *BNI Mobile Banking* Di Kantor Cabang Djuanda Kota Bogor, maka peneliti membuat kesimpulan-kesimpulan berdasarkan masalah yang diteliti. Adapun simpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil analisis deskriptif, bahwa penggunaan aplikasi *BNI Mobile Banking* dengan indikator Kualitas Sistem (*System Quality*) sudah sangat efektif yaitu nilai efektivitas sebesar 87%.
2. Berdasarkan hasil analisis deskriptif, bahwa penggunaan aplikasi *BNI Mobile Banking* dengan indikator Kualitas Informasi (*Information Quality*) sudah sangat efektif yaitu nilai efektivitas sebesar 86,33%.
3. Berdasarkan hasil analisis deskriptif, bahwa penggunaan aplikasi *BNI Mobile Banking* dengan indikator Kualitas Layanan (*Service Quality*) sudah sangat efektif yaitu nilai efektivitas sebesar 85,067%.
4. Berdasarkan hasil analisis deskriptif, bahwa penggunaan aplikasi *BNI Mobile Banking* dengan indikator Kepuasan Pelanggan (*Custumor Satisfaction*) sudah sangat efektif yaitu nilai efektivitas sebesar 86,6%
5. Setelah melakukan analisis deskriptif menggunakan rumus efektivitas terhadap indikator terletak pada dimensi Kualitas Sistem (*System Quality*), Kualitas Informasi (*Information Quality*), Kualitas Layanan (*Service Quality*) dan Kepuasan Pelanggan (*Custumor Satisfaction*). Berdasarkan hasil analisis deskriptif dapat disimpulkan bahwa penggunaan aplikasi *BNI Mobile Banking* di Kantor Cabang Djuanda Kota Bogor menurut tanggapan responden dalam penelitian ini berada pada kategori “sangat efektif”. Persentase penilaian responden sebesar 86,22%.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil simpulan di atas, maka penulis mencoba memberikan saran sebagai bahan pertimbangan yang dapat bermanfaat bagi BNI Kantor Cabang Djuanda Kota Bogor dan bagi peneliti selanjutnya. Adapun saran yang akan penulis berikan adalah sebagai berikut.

Berdasarkan hasil analisa yang sudah dilakukan maka peneliti akan memberikan saran kepada BNI Kantor Cabang Djuanda Kota Bogor yaitu sebagai berikut:

1. BNI perlu memberikan edukasi kepada para pelanggan mengenai tata cara dan pentingnya penggunaan aplikasi *BNI Mobile Banking*.

2. Aplikasi *BNI Mobile Banking* perlu dievaluasi, dikembangkan secara lebih lanjut dan memperbaiki desain tampilan layanan agar terlihat lebih menarik sehingga pengguna layanan aplikasi *BNI Mobile Banking* tersebut mengalami peningkatan.

Mengingat masih banyak kekurangan dari penelitian ini, maka peneliti akan memberikan saran bagi peneliti selanjutnya yaitu sebagai berikut:

1. Perlu dilakukan penelien lanjutan mengenai efektivitas penggunaan aplikasi *BNI Mobile Banking* dalam lingkup yang lebih besar.
2. Perlu dilakukan penelitian lanjutan mengenai aplikasi *BNI Mobile Banking* menggunakan sampel yang lebih besar.
3. Perlu dilakukan penelitian mengenai aplikasi *BNI Mobile Banking* dengan menggunakan metode analisis lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Andrean, Safrayuda. 2020 “Analisis Mengatasi Ketidakpuasan Penggunaan BNI *Mobile Banking* Pada Nasabah Milenial (Studi Kasus : Nasabah Bank BNI Bogor)” Jurnal Institut Pertanian Bogor
- Anindita, Gabrillia. 2015. “Minat Pengguna *Internet Banking* Pada Bank BCA Surabaya Dilihat Dari Aspek Manfaat, Kemudahan dan Keamanan”. Artikel Ilmiah STIE Perbanas Surabaya.
- Anonim. (2015). Pertumbuhan sms/*Mobile Banking* di indonesia. Sharingvision.com. [online]. [diakses pada 4 November 2020]
- Anonim. (2020). BNI *Mobile Banking* . Bni.co.id. [online]. [diakses pada 5 November 2020]
- Anonim. (2020). Sejarah tentang Bank BNI. Bni.co.id. [online]. [diakses pada 5 November 2020]
- Asnawi. 2016, *Efektivitas Penyelenggaraan Publik Pada Samsat Corner Wilayah Malang Kota* , Skripsi S-1 Jurusan Ilmu Pemerintahan, FISIP, UMM, hlm.6
- Assauri, Sofjan. 2018. *Pemasaran*. PT. Rajs Grafindo Persada, Depok.
- Budianto Apri, *Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta: Ombak, 2015), Hlm. 16-17
- Chinomona et al. (2015). *The Influence of E-Service Quality on Costumer Satisfaction and Loyalty In South Africa. Mediterranean Journal of Social Sciences*.
- Darussalam S. 2015. Pengaruh ketidakpuasan konsumen, karakteristik kategori produk dan kebutuhan mencari variasi terhadap keputusan perpindahan merek produk smartphone (studi kasus pada perpindahan merek Blackberry ke android Samsung). Skripsi Universitas Negeri Yogyakarta.
- Dewi, Herlina Kartika. (2019). Kuartal III-2019, transaksi *Mobile Banking* sejumlah Bank tumbuh signifikan. Keuangan.kontan.co.id. [online]. [diakses pada 4 November 2020]
- Firmansyah, dan Widiati. 2016. “Maksimalisasi nilai perbankan syariah melalui teknologi pelayanan nasabah terkini.” *Jurnal Keuangan dan Perbankan* 20 (2): 274–81.
- Fitri, Annisa et al. 2016. “Efektivitas Penggunaan Layanan *M-Library* Bagi Permustakaan di Perpustakaan Universitas Gadjah Mada Yogyakarta”. *Jurnal Ilmu Perpustakaan Universitas Diponegoro*.

- Hanif et al, “Analisis Minat Pengguna *Mobile Banking* dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) yang Telah Dimodifikasi”, Jurnal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi, Vol. 4, No. 1, 2017, h. 24.
- Heriyanto, T. 2015. “Pengguna Internet Indonesia Capai 88,1 juta.” CNN Indonesia. 2015.
- Husnul, Fanni et al. 2013. “Efektivitas Layanan *Internet Banking* Berdasarkan Persepsi Konsumen (Study Pada Nasabah PT. Bank Mandiri dan PT. Bank Negara Indonesia Tahun 2013)”. Jurnal Universitas Telkom.
- Julianto, P.A. 2016. “Cara perbankan penuh kebutuhan nasabah.” Kompas. 2016.
- Karnalies, Corina Leyla. 2021. Sepanjang 2020, Nasabah Tajir BNI Meningkatkan 12 Persen. Kompas.com. [online]. [diakses pada 01 Agustus 2021].
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. (2016): *Marketing Management*, 15 th Edition. New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.
- Mahmudi. (2015). *Manajemen Kinerja Sektor Publik*, Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN, 2015, h. 86.
- Mar’ati, N. C., & Sudarwanto, T. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Ojek Online (Studi Pada Konsumen Go-Jek di Surabaya). Jurnal Pendidikan Tata Niaga, 1-12.
- Ninik Rustanti, *Buku Ajar Ekonomi Pangan dan Gizi* (Yogyakarta: Deepublish, 2015), 34.
- Putra, Dwitya. (2018). 11 Bank raih *satisfaction loyalty engagement award* 2018. InfoBank.com. [online]. [diakses pada 15 Maret 2021]
- Prasetio, Catur et al. (2017). Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Negara Indonesia (BNI) Cabang Djuanda Bogor. Jurnal Online Mahasiswa Bidang Manajemen Universitas Pakuan
- Rahayu, Aprilianto dan Putro. (2018). *Analisis Kesuksesan Sistem Informasi Kemahasiswaan (SIKMA) dengan Pendekatan Model Delone dan McLean*. Indonesian Journal of Information Systems (IJIS) Vol (1) No 1
- Ramadhan, Bagus. (2020). Data internet di indonesia dan perilakunya tahun 2020. Teknoia.com. [online]. [diakses pada 11 Januari 2020]
- Rusdianti E, Purwantini S, Wardoyo P. (2016). kepuasan nasabah terhadap kualitas layanan bni e-Banking. *Jurnal Dinamika Sosial Budaya*. 18(2): 226-240.
- Santoso, Budi. 2018. *Market Change*. Jakarta: PT Alex MediaKomputindoKelompok Gramedia.

- Sari, Lisa Mila, et al. (2019). Efektivitas Penggunaan Aplikasi Mobile JKN Sebagai Strategi Meminimalisir Tingkat Antrian Di Kantor Cabang BPJS Kesehatan Kabupaten Bogor. *Jurnal Ilmiah Manajemen Fakultas Ekonomi*, 5-6.
- Sattar. 2017. *“Buku Ajar Ekonomi Koperasi”*. Yogyakarta: CV Budi Mulia.
- Setiawan, Agus. (2013). Struktur Organisasi Bank BNI Kantor Cabang. *Elib.unikom.co.id*. [online]. [diakses pada 11 April 2021]
- Setyaningsih L. 2018. Generasi milenial tak loyal terhadap merek. *Jurnal Universitas HarapanSet* [online]. [diakses pada: 15 Maret 21].
- Siregar,A.2016.“*Financial technology tren bisnis keuangan kedepan.*” *InfoBanknews*. 2016.
- Starawaji, *“Corporate Social Responbility dalam Praktek di Indonesia”, (Jakarta: PT Elex Media Komuptindo, 2017).*
- Sudaryono, *Manajemen Pemasaran Teori Dan Implementasi*, (Yogyakarta: ANDI, 2016), Hlm. 39-41
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Sukma, D. 2016. *“Fintechfest, mempopulerkan teknologi finansial di Indonesia.”* *Arena LTE*. 2016.
- Sunyoto, Danang. (2015). *Perilaku Konsumen dan Pemasaran*. Yogyakarta : CAPS (*Centre of Academic Publishing Service*).
- Swastha, Basu dan Handako. 2016. *Manajemen Perusahaan Analsa Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Liberty Edisi Pertama.
- Tjiptono, Fandy. 2015. *Strategi Pemasaran*, Edisi 4. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono dan Chandra. 2016. *Service, Quality dan Satisfaction*. Yogyakarta: Andi
- Vinna Sri Yuniarti, *Perilaku Konsumen: Teori dan Praktik* (Bandung: Pustaka Setia, 2015),
- Yusmaina, Iin. 2020. *“Efektivitas dan Risiko Penggunaan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Mahasiswa Dalam Bertransaksi di Bank Syariah Mandiri (BSM)*

(Study Pada Mahasiswa UIN Raden Intan Lampung Angkatan 2016”. Skripsi UIN Raden Intan Lampung.

Zahrudin, Muhammad et al. 2018. “Efektivitas Sistem Informasi *Internet Banking* PermataNet Study Kasus PT. Bank Permata Tbk menggunakan AMOS”. Jurnal Seminar Nasional Sistem Informasi dan Teknologi Informasi.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Raden Muhammad Alfaridzi
Alamat : Jl. Kampung Benteng RT 02/RW 03, Kecamatan
Ciampea, Kabupaten Bogor
Tempat dan tanggal lahir : Bogor, 13 Agustus 1999
Agama : Islam
Pendidikan
• SD : SDN 04 Ciampea
• SMP : SMPN 1 Ciampea
• SMA : SMAN 9 Kota Bogor
• Perguruan Tinggi : Universitas Pakuan

Bogor, Oktober 2021
Peneliti,



(Raden Muhammad Alfaridzi)

LAMPIRAN 1

No	Nomer Butir Angket											TOTAL
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	X1.11	
1	3	4	4	4	4	3	5	3	4	3	4	41
2	5	4	4	5	5	5	5	4	5	4	4	50
3	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	47
4	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	52
5	4	4	4	3	3	3	5	4	3	3	3	39
6	5	4	4	5	4	5	4	3	4	4	5	47
7	4	4	4	3	3	3	5	4	3	3	3	39
8	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	53
9	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	52
10	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	53
11	4	4	4	5	4	4	5	5	4	5	5	49
12	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	47
13	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	47
14	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	50
15	4	5	4	5	4	4	4	5	5	5	4	49
16	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	52
17	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	52
18	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	47
19	5	4	5	4	5	5	4	4	4	5	5	50
20	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	51
21	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	52

22	5	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	51
23	4	3	5	4	5	4	3	3	3	3	4	41
24	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	46
25	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	50
26	3	2	4	3	4	3	3	2	3	4	4	35
27	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	4	24
28	4	5	5	4	4	5	5	3	3	4	4	46
29	5	3	5	5	5	5	5	4	4	5	5	51
30	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	42
31	4	3	5	4	3	3	4	4	4	4	3	41
32	3	4	3	4	4	3	4	3	2	3	2	35
33	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	41
34	3	2	4	3	3	3	4	3	3	3	3	34
35	3	4	5	5	4	4	5	3	4	4	5	46
36	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	42
37	4	2	5	4	5	3	5	2	4	4	3	41
38	3	3	5	5	4	3	2	4	4	3	2	38
39	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	42
40	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	39
41	4	4	4	3	3	3	4	2	2	3	3	35
42	5	3	4	5	5	5	5	5	5	5	4	51
43	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	50
44	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	52
45	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	53

46	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	4	51
47	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	52
48	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	52
49	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	4	51
50	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	46
51	4	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	39
52	5	5	5	5	4	3	5	4	4	4	4	48
53	4	4	5	4	4	3	4	3	3	4	4	42
54	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
55	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	47
56	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	46
57	4	4	5	5	4	5	4	4	4	5	5	49
58	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	52
59	5	4	5	5	5	4	5	3	3	4	4	47
60	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	44
61	4	3	3	3	3	2	3	2	2	3	3	31
62	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	53
63	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	44
64	5	4	5	4	5	4	4	4	5	5	5	50
65	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	49
66	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	48
67	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	51
68	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	4	51
69	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	52

70	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	4	51
71	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	51
72	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	4	51
73	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	5	51
74	5	4	5	4	5	5	4	4	4	5	4	49
75	4	5	5	4	4	5	4	5	5	4	4	49
76	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	50
77	5	5	4	5	5	4	4	5	4	5	4	50
78	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	50
79	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	51
80	5	5	4	5	4	4	4	4	5	5	5	50
81	4	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	51
82	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	50
83	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	49
84	5	4	5	4	4	5	5	5	5	4	5	51
85	4	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	51
86	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
87	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
88	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	53
89	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	52
90	4	4	5	5	5	5	4	5	4	4	4	49
91	4	5	5	5	5	4	5	4	3	4	5	49
92	5	3	4	4	4	4	3	4	5	4	4	44
93	5	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	49

94	4	5	4	4	4	5	4	5	5	4	5	49
95	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	5	51
96	5	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	48
97	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	4	51
98	5	4	5	4	4	5	5	4	5	5	4	50
99	5	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	49
100	5	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	49

