

ANALISIS E-SERVQUAL TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION DAN CUSTOMER LOYALTY PADA APLIKASI BSI MOBILE

Nur Azizah A^a, Muhammad Rahmat Hidayat^{b*}

^{a,b} Fakultas Ekonomi Universitas Teuku Umar, Meulaboh, Indonesia

*m.rahmat@utu.ac.id

ABSTRACT

This study aims to analyze E-service quality on customer satisfaction and customer loyalty to customers who use the BSI mobile application at BSI Meulaboh Imam Bonjol Branch Office. The population in this study are all BSI customers who use the BSI mobile application with a total sample of 105 respondents. This study uses a descriptive research type with a quantitative approach and partial least squares analysis assisted by Smart PLS 3 software. The equation models analyzed are the outer model, inner model and hypothesis testing by analyzing the results of path coefficients which are evaluated through bootstrapping calculations. Based on these results, it was found that the e-service quality of all indicators was only tangibles indicators which had a significant impact on customer loyalty but did not have a significant impact on customer satisfaction using the BSI mobile application. Meanwhile, the variable customer satisfaction on customer loyalty has a significant impact, which means that when customers are satisfied, they will be loyal in using the BSI mobile application.

Keywords: *E-ServQual; Customer Satisfaction; Customer Loyalty.*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kualitas *e-service* terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan pada pelanggan yang menggunakan aplikasi *mobile BSI* di BSI Kantor Cabang Meulaboh Imam Bonjol. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah BSI yang menggunakan aplikasi *mobile BSI* dengan jumlah sampel sebanyak 105 responden. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif dan analisis *partial least squares* yang dibantu dengan *software* Smart PLS 3. Model persamaan yang dianalisis adalah *outer model*, *inner model* dan pengujian hipotesis dengan menganalisis hasil koefisien jalur yang dievaluasi melalui perhitungan *bootstrap*. Berdasarkan hasil tersebut didapatkan bahwa *e-service quality* dari semua indikator hanya indikator *tangibles* yang berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan tetapi tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan menggunakan aplikasi *mobile BSI*. Sedangkan variabel kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan memiliki pengaruh yang signifikan, artinya ketika pelanggan puas maka mereka akan loyal dalam menggunakan aplikasi *mobile BSI*.

Kata Kunci: *E-ServQual; Kepuasan Pelanggan; Loyalitas Pelanggan.*

PENDAHULUAN

Di era globalisasi ini, perkembangan teknologi dan informasi merupakan sebuah indikator yang begitu bermanfaat untuk mendukung kesuksesan sebuah perusahaan, tidak terkecuali sektor perbankan (Marginingsih, 2020) dimana secara signifikan, teknologi informasi telah memberikan dampak yang positif dalam sektor perbankan (Zahrudin et al., 2018b). Sebagai perantara finansial, perbankan harus meningkatkan fungsi-fungsinya melalui teknologi informasi (Zahrudin et al., 2018b) dan internet yang penggunaannya semakin meningkat di Indonesia sehingga berdampak pada jumlah pengguna perangkat genggam atau *mobile* dimana rata-rata *internet user* di Indonesia mengakses internet dengan menggunakan perangkat genggam atau *mobile* (Putra Baistamal & Martini2, n.d.). Haramnya *riba* dalam bank konvensional membuat Indonesia sebagai negara yang penduduknya mayoritas muslim mulai menyadari dan berpaling ke bank syariah dengan menerapkan sistem bagi hasil yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah (Somadi & Aravik, 2021).

PT. Bank Syariah Indonesia Tbk. (BSI) yang merupakan satu-satunya bank syariah terbesar di Indonesia dan baru diresmikan untuk beroperasi yaitu pada 1 Februari 2021 (Somadi & Aravik, 2021) juga melihat pemanfaatan teknologi informasi dan internet sebagai peluang untuk membuat sistem layanan secara *online*. (Harlina Kuriaty, n.d.). Menurut Fany & Tricahyono (2014), layanan secara *online* dalam perbankan sangat bermanfaat dalam kehidupan sehari-hari bagi nasabah, dimana

tuntutan layanan tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu menjadi pengalaman positif yang akan dirasakan nasabah pengguna *mobile banking* dan apabila layanan *mobile banking* tersebut sesuai dengan kebutuhan dan keinginan mereka, maka akan meningkatkan kepuasan nasabah dalam menggunakan aplikasi *mobile banking* (Andrayani & Solekah, n.d.).

Aplikasi *mobile banking* adalah sebuah sistem teknologi modern perbankan masa kini yang semakin meluas penyebaran penggunaannya (Zahrudin et al., 2018a). Nasabah tentunya menginginkan pelayanan efektif dan efisien yang dapat diakses dengan bebas. Salah satunya yaitu dengan adanya aplikasi *BSI mobile* yang dapat mempermudah nasabah dalam melakukan transaksi (Muktisar et al., 2021) dan jika mereka merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh pihak bank maka nasabah pasti akan semakin terdorong untuk menggunakan aplikasi *BSI mobile*. Aplikasi *BSI mobile* adalah salah satu aplikasi *mobile banking* yang disediakan oleh Bank Syariah Indonesia bagi para nasabahnya untuk dapat melakukan akses ke rekening tabungan dan melakukan transaksi secara *online* melalui *smartphone*, baik Android maupun iOS. Aplikasi *mobile banking* juga memudahkan nasabah untuk mendapatkan informasi dari akun *mobile banking* mereka, karena *mobile banking* memiliki kecepatan yang tinggi dan fleksibilitas waktu serta tempat dalam penyampaian informasi kepada nasabahnya. Tidak hanya itu, biaya layanan yang lebih rendah juga dapat menjadi kelebihan dari *mobile banking* dibandingkan dengan pelayanan secara langsung yang memakan lebih banyak biaya dan waktu (Muktisar et al., 2021).

PT. Bank Syariah Indonesia selalu berusaha memberikan pelayanan yang terbaik untuk memuaskan para nasabahnya salah satunya yaitu dengan menyediakan fitur-fitur yang menarik dan kekinian untuk semakin memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi (Zahrudin et al., 2018a). Tidak hanya menyediakan fitur terkait masalah perbankan saja, namun aplikasi *BSI mobile* juga menyediakan fitur layanan islami (*juz amma*, *asmaul husna*, kalkulator *qurban*), fitur berbagi (*dompet dhuafa*, rumah *zakat*, kitabisa, donasi bantuan covid, jadiberkah.id, dan *fidyah*), fitur *top up E-wallet* (E-Money, LinkAja, Go-pay, Paytren, OVO, dan ShopeePay), fitur *E-commerce* (Bukalapak, Tokopedia, Shopee, Doku, BUMDes, dan Bhinneka), fitur pembelian dan pembayaran (*Voucher* HP, PLN *Prepaid*, Paket Data, Tiket, Asuransi, dan lain-lain), serta mendukung sistem QRIS.

Menurut para ahli, *service quality* mempunyai definisi yang berbeda-beda. Menurut Gronroos (1978) *service quality* terdiri dari dua komponen yaitu kualitas teknis dan kualitas fungsional. Kualitas teknis mengacu pada apa yang diberikan oleh pemberi layanan. Kualitas fungsional mengacu pada bagaimana pemberi layanan menyediakan layanan. (Sata Shanka, 2012). Menurut Parasuraman dkk (1988), *service quality* adalah perbedaan antara harapan konsumen terhadap layanan dan persepsi konsumen terhadap layanan yang sebenarnya. (Sata Shanka, 2012; Jiwantara et al., n.d.-a). Pada tahun 1980, analisis Servqual mulai dikembangkan oleh Zeithaml, Parasuraman & Berry yaitu dengan cara meneliti terhadap sektor-sektor jasa sehingga

diperoleh sebuah alat untuk mengukur kualitas suatu jasa yakni *service quality*. (Harkinata et al., 2016; Diana, n.d; Jiwantara et al., n.d.-b) , metode *service quality* ini telah banyak dipergunakan untuk mengukur dan menilai berbagai kualitas layanan dari perusahaan-perusahaan jasa. Model Servqual ini awalnya terdiri dari 10 dimensi yang disebut sebagai *Service Quality Determinants* yang terdiri dari *Reliability*, *Responsiveness*, *Competence*, *Access*, *Courtesy*, *Communication*, *Credibility*, *Security*, *Understanding / Knowing* dan *Tangibles* (Herni Justiana Astuti, n.d), namun dimensi tersebut dikembangkan lagi menjadi 5 yaitu: (1) *Reability* yang artinya keandalan, didefinisikan sebagai kemampuan pemberi layanan untuk menyediakan layanan yang cepat, akurat, dan tepat yang dapat diandalkan serta memuaskan nasabah; (2) *Responsivenees* yang artinya daya tanggap, didefinisikan sebagai kesediaan dan kemampuan pemberi layanan dalam membantu para nasabahnya dengan cepat tanggap secara efektif dan efisien; (3) *Assurance* yang artinya jaminan, didefinisikan sebagai fitur-fitur yang dapat membuat nasabah percaya kepada perusahaan yang ditandai oleh pengetahuan pemberi layanan, perilaku yang sopan, dan dapat menyampaikan informasi secara tegas dan dapat dimengerti oleh nasabah; (4) *Emphaty* yang didefinisikan sebagai kesiapan pemberi layanan dalam melayani kebutuhan nasabah secara pribadi dengan cara memberikan perhatian dan komunikasi yang baik sehingga akan terbentuk *engagement* antara si pemberi layanan dengan para nasabah; (5) *Tangible* yang artinya bukti nyata, didefinisikan sebagai

menu-menu, fasilitas, perlengkapan, dan sarana komunikasi yang terdapat pada sebuah perusahaan atau aplikasi. (Novi Yanti, n.d.2018; Sata Shanka, 2012; Herni Justiana Astuti, n.d; Diana, n.d; Amiri Aghdaie & Faghani, 2012. Seiring berjalan waktu, model Servqual tidak hanya dapat mengukur dan menilai kualitas layanan sebuah perusahaan namun juga dapat menilai sebuah situs layanan atau yang di era ini dikenal dengan aplikasi perusahaan suatu barang atau jasa seperti aplikasi *mobile banking* bagi sektor perbankan. Dengan fenomena zaman yang semakin modern tersebut model ServQual ditransformasi menjadi E-ServQual. E-ServQual atau yang juga dikenal sebagai E-Service Quality merupakan jenis terbaru dari *Service Quality* atau kualitas pelayanan dimana E-ServQual atau kualitas pelayanan elektronik ini ialah salah satu cara untuk mengevaluasi dan menilai suatu pelayanan yang diberikan kepada pelanggan melalui jaringan internet (Putra Baistamal & Martini2, n.d.-b). E-Service Quality (kualitas layanan elektronik) juga didefinisikan sebagai kemampuan efektivitas dan efisiensi suatu situs/*website* untuk memfasilitasi para pelanggan yang ingin melakukan pembelian. suatu barang atau jasa (Riza, 2017).

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, peneliti tertarik untuk mengukur seefektif apakah sistem layanan aplikasi *BSI mobile* bagi para nasabahnya dan juga untuk menilai kepuasan nasabah terhadap aplikasi *BSI mobile* sehingga loyalitas nasabah terhadap aplikasi *BSI mobile* semakin meningkat. Oleh karena itu, judul penelitian ini adalah “Analisis E-

Servqual terhadap *Customer Satisfaction* dan *Customer Loyalty* pada Aplikasi *BSI Mobile*” di BSI Kantor Cabang Meulaboh Imam Bonjol.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan pada PT. Bank Syariah Indonesia Tbk. (BSI) Kantor Cabang Meulaboh Imam Bonjol, Desa Drien Rampak, Kecamatan Johan Pahlawan. Jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti yaitu jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Data yang digunakan dalam penelitian ini ialah data primer. Data primer merupakan data yang diperoleh dari sumber pertama, bersifat individu atau perseorangan yang meliputi hasil dari pengisian kuisioner atau wawancara yang biasa dilakukan oleh peneliti. Penggunaan data primer pada penelitian ini diperoleh dari hasil jawaban responden atas kuisioner yang disebarkan secara *online* dengan populasinya yaitu seluruh nasabah BSI pengguna aplikasi *BSI mobile* yang jumlah sampelnya sebanyak 105 responden. Sampel ditentukan melalui metode *purposive sampling* dimana metode ini merupakan metode pemilihan sampel yang dipilih dengan sengaja berdasarkan tujuan yang telah ditentukan, yakni peneliti menentukan sendiri sampel yang akan diambil karena terdapat pertimbangan tertentu. Sampel yang dipilih oleh peneliti ialah nasabah pengguna aplikasi *BSI mobile* di BSI Kantor Cabang Meulaboh Imam Bonjol.

Dalam penelitian ini menggunakan *Smart Partial Least Square* (Smart PLS). Metode analisis data ini digunakan untuk mengetahui

dan meramal suatu teori atau data yang telah tersedia (Sarwono & Narimawati (2015:5). PLS tidak didasarkan pada banyak asumsi, tetapi bersifat *robust* yang menurut Geladi dan Kowalski (1986) merupakan suatu parameter model yang tidak banyak berubah ketika sampel baru diambil dari total populasi. Penelitian dibantu oleh *software* SmartPLS 3.0, skala yang digunakan dalam penelitian ini yaitu skala *likert*. Menurut Sugiyono (2015:168) skala *likert* ialah skala yang digunakan untuk mengukur sikap dan persepsi seseorang maupun sekelompok orang terhadap fenomena sosial. Adapun skala *likert* dalam penelitian ini meliputi: Sangat Tidak Setuju diberi skor 1, Tidak Setuju diberi skor 2, Netral diberi skor 3, Setuju diberi skor 4, dan Sangat Setuju diberi skor 5 (Somadi & Aravik, 2021). Adapun indikator dalam penelitian ini terdiri dari 7 indikator dimana *reliability* (X_1) terdapat 4 butir pernyataan, *responsiveness* (X_2) 2 butir, *assurance* (X_3) 3 butir, *empathy* (X_4) 3 butir, *tangible* (X_5) 4 butir. Kemudian *customer satisfaction* (Y_1) terdiri dari 5 butir pernyataan dan *customer loyalty* (Y_2) juga terdiri dari 5 butir pernyataan. Jadi, total dari semua pertanyaan dalam kuisioner penelitian ini sebanyak 26 butir pernyataan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

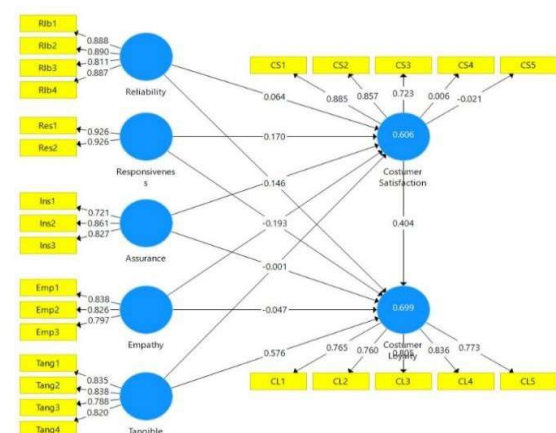
Analisis Outer Model

Analisis *outer* model ialah suatu analisis untuk melihat nilai validitas dan reliabilitas suatu model. Reliabilitas adalah suatu ukuran yang dapat diandalkan serta menunjukkan keakuratan, ketepatan dan konsistensi dalam

melakukan pengukuran. Validitas adalah suatu ukuran yang bertujuan mengetahui kevalidan atau kesahihan alat ukur dalam melakukan pengukuran. Pengujian pada *outer* model ini dilihat dari dampak atau pengaruh *outer loading* atau *factor loading*, AVE (*Average Variance Extracted*), *discriminant validity*, dan *composite reliability* dan *cronbach alpha*.

Outer Loading atau Factor Loading

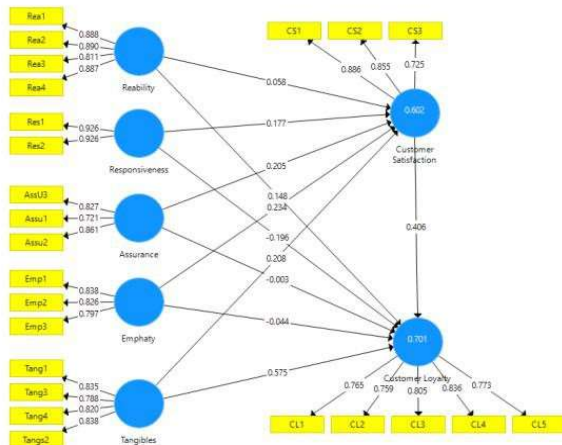
Outer loading atau *factor loading* ini terkait validitas butir yaitu model validitas yang paling awal diuji. Diharapkan semua indikator memiliki nilai *outer loading* diatas dari *cut-offnya* yang disarankan bahwa nilainya $> 0,7$ agar indikatornya dikatakan valid. Namun demikian untuk penelitian tahap awal masih bisa diterima $> 0,5$ sampai $> 0,6$ dengan syarat validitas dan reliabilitas konstruksya memenuhi syarat atau modelnya masih baru dikembangkan dianggap cukup. Jika indikatornya tidak memenuhi syarat dan dinyatakan tidak valid, maka indikator tersebut harus dihapuskan dari model.



Sumber: Analisis Data Smart PLS, 2022.

Gambar 1. Nilai *Outer Loading*

Gambar 1 menunjukkan bahwa semua variabel laten sudah dinyatakan valid karena *cut valuenya* sudah berada diatas 0,7 namun pada variabel laten *customer satisfaction* terdapat dua indikator manifes yang harus dibuang disebabkan oleh nilai *outer loading* < 0,7 bahkan < 0,5. Adapun indikator tersebut yaitu (1) CS4 dimana pada indikator ini terkait penyesalan nasabah dalam melakukan transaksi di aplikasi *BSI mobile* 0,006 dan (2) CS5 terkait kesenangan nasabah dalam melakukan transaksi di aplikasi *BSI mobile* -0,021. Karena dua indikator manifes tersebut tidak memenuhi syarat validitas maka harus dihapuskan dari model. Oleh karena itu akan terbentuk model pengaruh yang baru seperti analisis pada Gambar 2.



Sumber: Analisis Data Smart PLS, 2022.

Gambar 2. Hasil Modifikasi *Outer Loading*

Hasil modifikasi statistik pada Gambar 2 dapat dilihat bahwa semua variabel laten sudah dinyatakan valid karena semua nilai dari masing-masing indikator sudah berada diatas 0,7. Hal ini berarti bahwa seluruh variabel dapat dinyatakan signifikan karena sudah memenuhi syarat validitas.

AVE (Average Variance Extracted)

Merupakan salah satu nilai yang digunakan dalam pengujian validitas konvergen. Nilai AVE yang diharapkan dalam penelitian ini yaitu > 0,5. Tabel 1 diketahui bahwa semua konstruk telah memenuhi syarat validitas konvergen yaitu > 0,5 yang dinyatakan bahwa konstruk-konstruk tersebut dinyatakan signifikan karena dapat merefleksikan konstruknya masing-masing dengan valid.

Tabel 1. Hasil Analisis AVE

Indikator	Average Variance Extracted (AVE)
X ₁ Reliability	0,756
X ₂ Responsiveness	0,857
X ₃ Assurance	0,649
X ₄ Empathy	0,674
X ₅ Tangibles	0,673
Y ₁ Customer Satisfaction	0,681
Y ₂ Customer Loyalty	0,621

Sumber: Analisis Data Smart PLS, 2022

Discriminant Validity

Discriminant validity adalah salah satu pengujian yang bertujuan untuk menentukan apakah suatu indikator reflektif benar-benar merupakan pengukur yang baik bagi konstruknya atau tidak (Hemawan & Hasibuan, 2016). *Discriminant validity* ini bisa diuji dengan cara melihat tabel *cross loading*nya dengan ketentuan korelasi konstruk dengan item pengukuran > konstruk lainnya, nilai *cross loading* > 0,7. Tabel 2 menunjukkan bahwa semua konstruk dengan masing-masing indikator memiliki nilai *cross loading* > 0,7 sehingga semua nilai pada *discriminant validity* ini sudah baik bagi konstruknya masing-masing.

Tabel 2. Hasil Analisis *Cross Loading*

Ind	Assur	CL	CS	Emp	Rlb	Res	Tang
CL1	0.522	0.765	0.496	0.488	0.435	0.436	0.563
CL2	0.479	0.759	0.678	0.559	0.481	0.424	0.568
CL3	0.499	0.805	0.543	0.464	0.439	0.383	0.601
CL4	0.505	0.836	0.589	0.540	0.498	0.447	0.702
CL5	0.470	0.773	0.557	0.476	0.385	0.358	0.658
CS1	0.617	0.642	0.886	0.635	0.538	0.583	0.648
CS2	0.644	0.598	0.855	0.590	0.533	0.600	0.589
CS3	0.471	0.564	0.725	0.503	0.406	0.419	0.451
Emp1	0.723	0.540	0.538	0.838	0.424	0.506	0.663
Emp2	0.619	0.505	0.593	0.826	0.489	0.511	0.638
Emp3	0.571	0.536	0.603	0.797	0.472	0.564	0.614
Assur1	0.721	0.438	0.517	0.508	0.501	0.613	0.465
Assur2	0.861	0.564	0.591	0.705	0.565	0.598	0.666
Assur3	0.827	0.506	0.595	0.648	0.527	0.537	0.626
Res1	0.686	0.435	0.641	0.606	0.790	0.926	0.567
Res2	0.646	0.527	0.569	0.585	0.717	0.926	0.595
Rlb1	0.591	0.519	0.501	0.524	0.888	0.739	0.562
Rlb2	0.553	0.482	0.518	0.460	0.890	0.683	0.582
Rlb3	0.514	0.493	0.475	0.440	0.811	0.612	0.550
Rlb4	0.630	0.484	0.596	0.530	0.887	0.786	0.509
Tang1	0.591	0.664	0.643	0.571	0.512	0.480	0.835
Tang2	0.670	0.641	0.581	0.691	0.542	0.627	0.838
Tang3	0.489	0.639	0.530	0.603	0.502	0.464	0.788
Tang4	0.657	0.643	0.505	0.696	0.522	0.491	0.820

Sumber: Analisis Data Smart PLS, 2022

Composite Reliability dan Cronbach Alpha

Langkah terakhir dalam analisis *outer model* yaitu dengan cara menguji unidimensionalitas dari model yang dilakukan dengan menggunakan *composite reliability* dan *cronbach alpha*. Dikatakan reliabel jika *composite reliability* > 0,7 dan *cronbach alpha* > 0.6. Tabel 3 menunjukkan bahwa semua konstruk *composite reliability* berada diatas 0,7 dan dapat disimpulkan bahwa tidak ada permasalahan unidimensionalitas pengaruh *service quality* terhadap *customer satisfaction* dan *customer loyalty* bagi nasabah pengguna aplikasi *BSI mobile*.

Tabel 3. Hasil Analisis *Composite Reliability* dan *Cronbach Alpha*

Indikator	Composite Reliability	Cronbach Alpha
Reliability	0.892	0.925
Responsiveness	0.833	0.923
Assurance	0.727	0.846
Empathy	0.757	0.861
Tangibles	0.838	0.892
Customer Satisfaction	0.762	0.864
Customer Loyalty	0.848	0.891

Sumber: Analisis Data Smart PLS, 2022

Analisis Inner Model

Analisis *inner model* ialah suatu model analisis yang pengujiannya dilakukan dengan cara mengevaluasi hubungan kausalitas antar variabel laten yang telah dihipotesiskan dalam sebuah penelitian. Analisis ini dapat dilakukan dengan cara melihat koefisien determinasi R^2 (*R-Square*) dan *R-Square Adjusted* dengan kriteria nilai sebesar 0,75 (kuat), 0,50 (moderat/sedang), dan 0,25 (lemah). Tabel 4 menunjukkan bahwa variabel laten *customer satisfaction* (Y_1) dan *customer loyalty* (Y_2) memiliki nilai *R-Square* dan *R-Square Adjusted* yang dapat dikategorikan kedalam kriteria moderat/sedang.

Tabel 4. Hasil *R-Square* dan *R-Square Adjusted*

Variabel Laten	R Square	R Square Adjusted
<i>Customer Satisfaction</i>	0.6020	0.582
<i>Costumer Loyalty</i>	0.701	0.682

Sumber: Analisis Data Smart PLS, 2022

Uji Hipotesis Penelitian

Uji hipotesis dalam penelitian ini dapat dilakukan dengan cara menganalisa dari hasil *path coefficients* yang dievaluasi melalui kalkulasi *bootstrapping*, yaitu dengan cara membandingkan antara nilai *original sample* (O) dengan t-statistik (>1,96) sebagai pernyataan bahwa nilai antar variabelnya berpengaruh secara signifikan terhadap variabel lainnya. *P-Value* juga dapat dijadikan acuan untuk menentukan hipotesisnya yaitu jika nilai *p-value* < dari 0,05 (nilai signifikansi *alpha*) maka hipotesis dinyatakan ada pengaruh yang signifikan, sedangkan jika nilai *p-value* > dari

0,05 (nilai signifikansi *alpha*), maka hipotesis dinyatakan tidak ada pengaruh yang signifikan.

Tabel 5. Analisis *Bootstrapping*

Variabel	P-values
Assurance → Customer Loyalty	0.978
Assurance → Customer Satisfaction	0.091
Customer Satisfaction → Customer Loyalty	0
Empathy → Customer Loyalty	0.748
Empathy → Customer Satisfaction	0.089
Reliability → Customer Loyalty	0.207
Reliability → Customer Satisfaction	0.676
Responsiveness → Customer Loyalty	0.125
Responsiveness → Customer Satisfaction	0.181
Tangibles → Customer Loyalty	0
Tangibles → Customer Satisfaction	0.209

Sumber: Analisis Data Smart PLS, 2022

Berdasarkan hasil uji hipotesis diatas diketahui bahwa *e-service quality* (X) yang terdiri dari indikator *reliability* (X₁), *responsiveness* (X₂), *assurance* (X₃), dan *empathy* (X₄) tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah (Y₂) dalam menggunakan aplikasi *BSI mobile* karena *t-values*nya dibawah 1,96 dan *p-value* diatas 0,05. Namun pada variabel *tangibles* (X₅) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah (Y₂) karena *t-valuenya* diatas 1,96 dan *p-value* dibawah 0,05. Kemudian *reliability* (X₁), *responsiveness* (X₂), *assurance* (X₃), dan *empathy* (X₄) dan *tangibles* (X₅) tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y₁) dalam menggunakan aplikasi *BSI mobile* karena semua *t-values*nya dibawah 1,96 dan *p-values*nya diatas 0,05. Terakhir, pada variabel customer satisfaction (Y₁) terhadap customer loyalty (Y₂) memiliki pengaruh yang signifikan karena *t-valuenya* diatas 1,96 dan *p-valuenya* dibawah 0,05. Hal tersebut dinyatakan bahwa nasabah pengguna

aplikasi *BSI mobile* merasa puas dengan kualitas layanan elektronik (*E-ServQual*) sehingga nasabah loyal terhadap aplikasi *BSI mobile* atau dengan kata lain aplikasi *BSI mobile* sudah beroperasi secara efektif dan efisien dalam melayani nasabah secara *online*.

Pada penelitian terdahulu, seperti pada tahun 2020 yaitu penelitian yang dilakukan oleh Ratnawaty Marginingsih dengan judul *Kualitas Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BRI (Studi Pada Pengguna BRI Mobile di Kota Depok)* bahwa secara keseluruhan hasil dari penelitiannya bernilai positif dan signifikan (Marginingsih, 2020:8). Persamaan dari penelitian ini ialah kuisioner sama-sama disebarakan secara *online* sedangkan perbedaannya ialah data diolah dengan menggunakan analisis regresi linier berganda.

Pada tahun 2016 yaitu pada penelitian yang dilakukan oleh Rino Tri Hermawan, Dkk. dengan judul *Analisis Pengaruh Tingkat Pengalaman dan Coaching Style terhadap Kualitas Kepemimpinan Manager Proyek dalam Upaya Peningkatan Produktivitas di PT JCI* bahwa secara keseluruhan hasil dari penelitiannya berpengaruh kuat dan signifikan (Hemawan, 2016:12). Persamaan dari penelitian ini yaitu sama-sama pengolahan data dilakukan dengan menggunakan *Partial Least Square* (SmartPLS 3.0) sedangkan perbedaannya yaitu jumlah respondennya hanya sebanyak 70 orang.

SIMPULAN

Melalui hasil kalkulasi *bootstrapping* berdasarkan analisis *path coefficients* dengan

menggunakan *software* SmartPLS 3.0 menunjukkan bahwa nilai *t-values* pada variabel laten *reliability* (X_1), *responsiveness* (X_2), *assurance* (X_3), *empathy* (X_4), dan *tangibles* (X_5) tidak memberikan dampak yang signifikan terhadap *customer satisfaction* (Y_1) yang berarti bahwa kualitas layanan yang diberikan oleh aplikasi *BSI mobile* belum memberikan kepuasan bagi nasabah pengguna aplikasi *BSI mobile* di Kantor Cabang Meulaboh Imam Bonjol.

Jika dilihat dari indikator *reliability* (X_1), *responsiveness* (X_2), *assurance* (X_3), dan *empathy* (X_4) maka tidak ada dampak yang signifikan terhadap loyalitas nasabah (Y_2) dalam menggunakan aplikasi *BSI mobile*. Namun, pada indikator *tangibles* (X_5) terdapat dampak yang signifikan terhadap layanan aplikasi *BSI mobile* yang berarti bahwa *tangibles* (bukti nyata) seperti menu layanan yang menarik dan modern memberikan dampak positif bagi nasabah sehingga nasabah menjadi loyal dalam melakukan transaksi di aplikasi *BSI mobile*.

Dari variabel *customer satisfaction* (Y_1) terhadap *customer loyalty* (Y_2), terdapat dampak yang signifikan. Hal tersebut berarti bahwa ketika nasabah merasa puas saat melakukan transaksi di aplikasi *BSI mobile* maka nasabah tersebut akan selalu bertransaksi di aplikasi *BSI mobile* sehingga nasabah loyal bahkan bisa merekomendasikan aplikasi tersebut ke kerabat atau nasabah lain.

Dari hasil penelitian ini memberikan *impact* bahwa kualitas layanan pada aplikasi *BSI mobile* masih belum memenuhi harapan nasabah. Oleh karena itu, aplikasi *BSI mobile*

harus meningkatkan kualitas layanannya agar nasabah semakin puas dalam melakukan transaksi melalui aplikasi *BSI mobile*. Jika nasabah merasa puas maka mereka akan loyal dalam melakukan transaksi keuangan melalui *BSI mobile*.

DAFTAR PUSTAKA

- Amiri Aghdaie, S., & Faghani, F. (2012). Kualitas Layanan Mobile Banking dan Kepuasan Nasabah. In *Int. J. Manajer. Bis. Res* (Vol. 2, Issue 4). www.onlinedoctranslator.com
- Andrayani, K. F., & Solekah, N. A. (n.d.). Determinasi Kepuasan Nasabah Elektronik Mobile Banking Bank Syariah Indonesia (pendekatan E Service Quality). <https://infobanknews.com>
- Harkinata, D., Harsono, A., & Yuniati, Y. (2016). Metode Service Quality (Servqual). *Jurnal Online Institut Teknologi Nasional*. Januari, 4.
- Harlina Kuriaty. (n.d.).
- Herni Justiana Astuti. Analisis Kepuasan Konsumen. (n.d.).
- Jiwantara, K., Sutrisno, A., & Neyland, J. S. C. (n.d.-a). Penerapan Metode Servqual Untuk Evaluasi dan Perbaikan Kualitas Pelayanan Pada Kegiatan Penyuluhan Bahasa Indonesia Praktis Di Balai Bahasa Provinsi Sulawesi Utara.
- Jiwantara, K., Sutrisno, A., & Neyland, J. S. C. (n.d.-b). Penerapan Metode Servqual Untuk Evaluasi dan Perbaikan Kualitas Pelayanan Pada Kegiatan Penyuluhan Bahasa Indonesia Praktis Di Balai Bahasa Provinsi Sulawesi Utara.
- Marginingsih, R. (2020). Kualitas Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BRI (Studi Pada Pengguna BRI Mobile di Kota Depok). *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 7(1). <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/moneter24>
- Muktisari, Rasyid, Ismail, & Evriyenni. (2021). Menggunakan Mobile Banking (Studi

- Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Ulee. *Global Journal of Islamic Banking and Finance*, 3, 56–72.
- Novi Yanti, 140604028, FEBI, IE, 085260777094. (n.d.). Penerapan Metode E-Servqual untuk Evaluasi Kualitas Layanan Sistem Informasi.
- (Diana). (n.d.-a). Penerapan Metode E-Servqual untuk Evaluasi Kualitas Layanan Sistem Informasi.
- (Diana). (n.d.-b). Pengukuran Kualitas Pelayanan (Servqual $\pm$ Parasuraman) Dalam Membentuk Kepuasan Pelanggan Sehingga Tercipta Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus pada Toko Mayang Collection cabang Kepanjen). (n.d.).
- Putra Baistamal, R., & Martini², E. (n.d.-a). E-Service Quality Effect on Customer Satisfaction and Loyalty in Gojek Online Transportation Application.
- Riza, S. (2017). Analisis Pengaruh E-Service Quality, Kualitas Informasi Dan Persepsi Kemudahan Terhadap E-Loyalty Dengan E-Satisfaction Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pelanggan Lazada Indonesia). *Diponegoro Journal of Management*, 6, 1–13. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Sata Shanka, M. (2012). Bank Service Quality, Customer Satisfaction and Loyalty in Ethiopian Banking Sector. *Journal of Business Administration and Management Sciences Research* (Vol. 1, Issue 1). <http://www.apexjournal.org/JBAMSR>
- Somadi, M., & Aravik, H. (2021a). Pengaruh Internet Banking, Mobile Banking Dan Atm Terhadap Kepuasan Nasabah Bsi KC Palembang Simpang Patal (Vol. 1, Issue 2).
- Somadi, M., & Aravik, H. (2021b). Pengaruh Internet Banking, Mobile Banking dan ATM Terhadap Kepuasan Nasabah BSI KC Palembang Simpang Patal (Vol. 1, Issue 2).
- Zahrudin, M., Maulani, G., Azizah, N., Stmik, Tangerang, R., & Sudirman, J. J. (2018a). Seminar Nasional Sistem Informasi dan Teknologi Informasi 2018 SENSITEK 2018 STMIK Pontianak. In Cikokol (Issue 40).
- Zahrudin, M., Maulani, G., Azizah, N., Stmik, Tangerang, R., & Sudirman, J. J. (2018b). Seminar Nasional Sistem Informasi dan Teknologi Informasi 2018 SENSITEK 2018 STMIK Pontianak. In Cikokol (Issue 40).