

Pengaruh Kemudahan dan Keamanan Terhadap Kepuasan Layanan Moble Banking Bank Sumsel Babel Syariah (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam)

Serli¹, Hilaliyah², Lidia Desiana³

^{1,2,3} Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang, Indonesia

Alamat: Jl. Pangeran Ratu, 5 Ulu, Kecamatan Seberang Ulu 1 Kota Palembang

Email: serlimayang80@gmail.com¹, hilaloyah08@gmail.com², liadiadesiana_uin@radenfatah.ac.id³

Abstract. *This study analyzes the influence of ease of use and security on customer satisfaction with the mobile banking services of Bank Sumsel Babel Syariah, particularly among students of the Faculty of Islamic Economics and Business at UIN Raden Fatah Palembang. Using a quantitative approach, data were collected through questionnaires from 100 respondents. The results indicate that ease of use does not have a significant effect, while security has a positive and significant impact. Collectively, ease of use, security, and trust contribute 78.5% to customer satisfaction variability. The study recommends enhancing security systems and usability of the mobile banking application, as well as educating customers on safe usage practices.*

Keywords: *Mobile banking, customer satisfaction, ease of use, security, Bank Sumsel Babel Syariah.*

Abstrak. Penelitian ini menganalisis pengaruh kemudahan dan keamanan terhadap kepuasan pelanggan layanan mobile banking Bank Sumsel Babel Syariah di kalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah Palembang. Menggunakan pendekatan kuantitatif, data dikumpulkan melalui kuesioner dari 100 responden. Hasilnya menunjukkan bahwa kemudahan tidak berpengaruh signifikan, sedangkan keamanan berpengaruh positif dan signifikan. Secara keseluruhan, kemudahan, keamanan, dan kepercayaan menyumbang 78,5% terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian merekomendasikan peningkatan sistem keamanan dan kemudahan penggunaan aplikasi, serta edukasi tentang penggunaan yang aman.

Kata kunci: Mobile banking, kepuasan pelanggan, kemudahan penggunaan, keamanan, Bank Sumsel Babel Syariah.

1. LATAR BELAKANG

Di era perkembangan zaman yang semakin pesat, semuanya serba modern termasuk teknologi yang mengalami perubahan secara signifikan sehingga memberi dampak terhadap aspek kehidupan, seperti aspek sosial, budaya, ekonomi, pendidikan, dan juga aspek bisnis. Perubahan tersebut juga membawa perubahan yang besar bagi pengguna smartphone (ponsel pintar). Adanya teknologi menjadikan kehidupan manusia menjadi lebih mudah. Salah satu kemudahan yang didapatkan dalam perkembangan tersebut yaitu dengan adanya kemunculan internet. Internet tersebut dapat membantu kebutuhan informasi dan komunikasi masyarakat, khususnya kebutuhan informasi dan komunikasi dalam dunia transaksi atau perbankan. Sektor ekonomi dan keuangan merupakan sektor yang paling terpengaruh oleh kemajuan teknologi informasi dan komunikasi di antara sektor-sektor lain yang masih ada (Kamarudin et al., 2022a).

Berbagai usaha yang dilakukan untuk mencapai keberhasilan ekonomi, yang akan bermanfaat bagi seluruh lapisan masyarakat. karena sistem keuangan yang stabil akan

mendorong pembangunan ekonomi, pemerataan pendapatan, penurunan kemiskinan, tercapainya stabilitas keuangan dan pelayanan publik yang cepat. Industri perbankan di Indonesia merupakan industri jasa yang sangat terbentuk dengan hadirnya teknologi internet ini. Kemajuan teknologi digital terutama teknologi dibidang layanan keuangan, telah membawa perubahan yang sangat signifikan pada industri perbankan. Pergeseran pola perilaku masyarakat ke arah digitalisasi mendorong perbankan lebih cepat.dapat mengakselerasi proses transformasi menuju perbankan digital. Industri yang sebelumnya hanya melayani secara konvensional, sekarang dapat menyediakan layanan bank digital, seperti mobile banking dan internet banking, Bank digital umumnya dapat melayani semua aktivitas perbankan mulai dari pembukaan akun, transfer, deposito, dan penutupan akun melalui smartphone atau perangkat elektronik, semuanya tanpa perlu klien pergi ke kantor bank setempat secara langsung.

Para pelanggan sebelumnya cukup senang dapat melakukan transaksi melalui Anjungan Tunai Mandiri (ATM). Namun, kepuasan ini cepat hilang karena bertransaksi melalui ATM sama dengan pergi langsung ke bank, bahkan terkadang harus menunggu gilirannya. Sebaliknya, mereka akan menggunakan layananperbankan mobile. Komunikasi dan teknologi memang sudah seharusnya digunakan untuk membuatnya lebih mudah digunakan. Mobile banking, juga dikenal sebagai m-banking, adalah layanan perbankan yang memanfaatkan alat komunikasi bergerakseperti ponsel. Melalui layanan ini, transaksi perbankan dapat dilakukan dengan mudah, nyaman, dan aman. Para pelanggan dapat dengan mudah menggunakan layanan mobile banking untuk mempermudah penggunaannya.

Mobile Banking atau yang lebih dikenal dengan sebutan m- banking merupakan fasilitas atau layanan perbankan menggunakan alat komunikasi bergerak seperti handphone, dengan adanya layanan ini, aktivitas transaksi perbankan dapat dilakukan dengan mudah, nyaman dan aman. Layanan mobile banking mengizinkan pelanggan melakukan transaksi perbankan seperti cek saldo, transfer antar rekening, dan lain-lain. Saat ini, hampir semua bank konvensional dan syariah menyediakan layanan perbankan mobile (Zakari et al., 2020).

Ada beberapa faktor yang memengaruhi tingkat penggunaan mobile banking oleh pelanggan. Salah satunya adalah faktor keamanan, karena pelanggan akan lebih suka menggunakan mobile m-banking jika aplikasi sistem dapat melindungi data pelanggan saat mereka melakukan transaksi melalui aplikasi. Karena salah satu hal yang paling penting bagi pelanggan saat melakukan transaksi adalah keamanan, mereka akan terus menggunakan mobile banking jika keamanan data mereka terjamin (Handinisari et al., 2022)

Faktor lain yang mempengaruhi penggunaan mobile banking adalah kemudahan. Karena aplikasi tersebut dapat digunakan oleh pengguna karena mudah digunakan. karena klien lebih suka menggunakan aplikasi mobile banking dari pada datang langsung ke lembaga keuangan jika sistemnya sederhana dan mudah digunakan. Sektor yang mengalami pertumbuhan seiring dengan kemajuan Teknologi Informasi dan komunikasi yaitu salah satunya ialah sektor keuangan.



Gambar 1 pengguna internet Indonesia tahun 2024.

Industri perbankan adalah salah satu industri yang mengandalkan TIK untuk memberikan layanan kepada para nasabahnya. Layanan mobile banking merupakan contoh layanan yang ditawarkan oleh industri perbankan dalam beberapa tahun terakhir. Hasil laporan terbaru Hootsuite dan We Are Social, menunjukkan terjadinya peningkatan jumlah pengguna internet di Indonesia dalam beberapa tahun terakhir. Jika dibandingkan dengan tahun 2023, dalam 1 tahun terakhir terjadi kenaikan sebesar 0,9% juta jiwa. Dengan jumlah penduduk Indonesia yang menyentuh angka 276,4 juta jiwa (Junaedi & Neneng, 2023)

Namun, menurut penelitian yang dilakukan Bain, Google, dan Temasek (2019), mayoritas masyarakat Indonesia belum memiliki rekening bank dan memiliki keterbatasan akses terhadap layanan keuangan (underbanked) dengan jumlah masing-masing mencapai 92 juta orang dan 47 juta orang. Karena pembayaran dalam ekosistem digital memerlukan kepemilikan rekening perbankan, hal ini berpotensi menghambat proses transformasi (Sembiring et al., 2023).

Dengan dominasi generasi Z, milenial, dan X saat ini, kesenjangan yang relatif besar antara banked dan underbanked/unbanked berpotensi menjadi semacam ceruk yang prospektif bagi perbankan untuk mengubah strategi pemasaran dari konvensional menjadi digital. Survei yang dilakukan oleh Katadata Insight Center (KIC) pada periode Oktober 2020 terhadap 1.155 responden pengguna internet di 33 provinsi menyatakan, 26,8% responden belum memiliki dan menggunakan layanan pembayaran perbankan dalam bentuk apapun. Dariseluruh responden yang memiliki layanan perbankan, 50,3% mengaku menggunakan ATM bank untuk bertransaksi selama tiga bulan terakhir Disusul rekening tabungan bank (14,1%) dan mobilebanking (3,1%) (Asgar et al., 2023).

2. KAJIAN TEORITIS

Grand Theory

Technology Acceptance Model (TAM) Teknologi Acceptance Model (TAM) adalah model sistem teknologi informasi yang tersedia untuk umum. Theory of Rational Action (TRA), Ajzen,dan Feishbein mengembangkan teori ini, yang pertama kali diusulkan oleh Davis (Wicaksono, 2022).

Model Penerimaan Teknologi (TAM) adalah salah satu teori yang paling umum digunakan untuk mengukur bagaimana pelanggan menerima dan memahami layanan yang baru diluncurkan. Model Technology Acceptance Model (TAM) berasal dari teori psikologi yang menjelaskan bahwa keyakinan (belief),sikap (attitude), niat (intention), dan hubungan perilaku pengguna (userbehavior relationship) didasarkan pada perilaku pengguna layanan teknologi informasi (Setiawan et al., 2023).

Menurut model TAM, persepsi seseorang tentang kegunaan dan kemudahan penggunaan sistem TI dapat mempengaruhi minat dan perilaku mereka untuk mengadopsi sistem tersebut. Dalam penelitian ini, model TAM digunakan untuk mengukur sejauh mana kedua konstruk tersebut dapat mempengaruhi minat dan kepuasan nasabah dalam menggunakan layanan mobile banking (Wulandari et al., 2022)

Kemudahan

Menurut Davis Persepsi kemudahan (Perceived Ease of Use), kemudahan didefinisikan sebagai tingkat dimana seseorang menyakini bahwa penggunaan teknologi informasi merupakan hal mudah dan tidak memerlukan usaha yang keras bagi penggunaanya (Ramayani et al., 2020).

Berdasarkan definisi yang dijabarkan, kemudahan dapat diartikan sebagai individu yang merasa yakin dan percaya dalam menggunakannya media informasi mudah untuk digunakan. Kegunaan yang rasakan sangat penting karena menentukan apakah persepsi kemudahan penggunaan akan mengarah pada peningkatan penggunaan. Karena semakin tinggi kemudahan yang dirasakan dari penggunaan teknologi, semakin tinggi kemungkinan platform untuk digunakan (Wijaya & Sri, 2023)

Menurut David (1989) dalam Meileny (2020) indikator digunakan untuk mengukur kemudahan sistem teknologi informasi sebagai berikut:

a. Mudah dipelajari (easy to learn)

Mudah dipelajari artinya bahwa nasabah merasa tidak kesulitan ketika bertransaksi dalam menggunakan Mobile Banking, nasabah akan langsung mengerti dan paham cara mengoperasikan Mobile Banking.

b. Dapat terkendali (control able)

Dapat terkendali artinya bahwa nasabah dapat mengendalikan sistem mobile banking ketika melakukan transaksi di mobile banking. Tampilan yang jelas dalam sistem sehingga nasabah dapat mengendalikan ketika pengoperasiannya.

c. Mudah dipahami

Aplikasi mobile banking jelas dan mudah dipahami, yang berarti mudah dipahami. Mobile banking menawarkan banyak fasilitas untuk memenuhi kebutuhan nasabah, membuatnya mudah untuk menggunakannya sesuai keinginan dan kebutuhan mereka.

d. Fleksibel (flexible)

Fleksibel artinya bahwa aplikasi mobile banking dapat dilakukan kapan saja tidak terikat oleh waktu, karena aplikasi mobile banking tersedia selama 24 jam. Mudah digunakan (easy to use)

e. Mudah digunakan artinya bahwa tampilan pada aplikasi mobile banking yang jelas sehingga nasabah mudah untuk memahaminya dan merasakan kemudahan ketika menggunakannya dalam mengoperasikannya

Keamanan

Menurut Enck, Ongtang, dan Mc Daniel (2009) persepsi keamanan diartikan sebagai kepercayaan konsumen bahwa informasi pribadi mereka tidak dapat dilihat oleh pihak lain. Sehingga mereka dapat memiliki kepercayaan untuk menggunakan teknologi yang sudah terjamin tingkat keamanannya. Keamanan merupakan hal penting dalam sebuah sistem informasi (Zakaria et al., 2020).

Namun akan menjadi masalah besar jika menyangkut keamanan pada sistem informasi perusahaan terutama bagi perusahaan perbankan, terkait dengan data-data perbankan yang bersifat sangat rahasia. Keamanan dalam online banking berkaitan dengan terjaminnya dana dan data nasabah dari risiko kehilangan atau pencurian ketika melakukan transaksi dari online banking. Ketika pelanggan merasa privasi mereka aman

dari cybercrime dan pencurian data pribadi, mereka percaya untuk menggunakan mobile banking (Wijaya & Sri, 2023).

Menurut Raman Arasu dan Viswanathan, indikator adalah:

- Aman
- Terjamin keamanannya
- Informasi akurat
- Menjaga data pribadi nasabah
- Melindungi transaksi
- Aman dan nyaman saat bertransaksi
- Keamanan sesuai harapan
- Khawatir kerahasiaan data pribadi nasabah.

Kepuasan Nasabah

Ketika pelanggan puas dengan apa yang mereka harapkan dari produk yang ditawarkan, itu disebut kepuasan pelanggan. Dalam praktiknya, kepuasan pelanggan sebanding dengan sikap pelanggan terhadap produk, layanan, atau perilaku mereka. Karena perbedaan ini, pelanggan berusaha untuk menjadi sepenuhnya puas. Utilitas total adalah jumlah total kepuasan yang diperoleh konsumen dengan menggunakan barang atau jasa tertentu. Namun, utilitas marginal merupakan peningkatan atau penurunan kepuasan sebagai akibat dari peningkatan atau penurunan konsumsi unit produk atau jasa tertentu (Sulmi et al., 2021).

Kepuasan konsumen atau pelanggan sebanding dengan kinerja produk maupun jasa yang diharapkan atau berdasarkan pendapat seseorang tentang bagaimana kinerja tersebut sesuai dengan ekspektasi. Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang disebabkan dari perbandingan antara kesan yang diterima dari kinerja atau hasil suatu produk dengan yang diharapkannya. Apabila kenyataan tidak lebih dari yang diharapkan, maka layanan dapat dikatakan tidak berkualitas. Apabila layanan sesuai dengan apa yang diharapkan, maka layanan dapat dikatakan memuaskan. Dalam hal faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen (Kamarudin et al., 2022a)

Kotler (2017) menyatakan bahwa faktor ekonomi yang ada pada produk adalah yang paling dominan mempengaruhi ketertarikan konsumen terhadap produk tersebut (Lubis et al., 2023).

Selain itu, ada beberapa faktor pendukung yang mempengaruhi kepuasan konsumen, seperti:

a. Lokasi

Kemampuan nasabah untuk berinteraksi dengan bank dipengaruhi oleh pemilihan lokasi yang tepat, demikian juga pihak Bank harus mempertimbangkan dengan cermat lokasi yang akan digunakan agar tidak merugikan bank.

b. Pelayanan dan Fasilitas

Bank harus dapat memberikan pelayanan yang memuaskan karena setiap nasabah mengharapkan pelayanan yang cepat dan akurat. Jika nasabah puas, maka berapapun harga dari sebuah produk nasabah tidak masalah.

c. Harga

Harga harus ditetapkan sesuai produk serta layanan yang ditawarkan kepada nasabah. Selain itu, juga harus mempertimbangkan keuntungan dan kerugian perusahaan.

d. Segi keamanan

Nasabah saling memperhatikan keamanan karena menyangkut data yang penting dari nasabah. Nasabah tidak hanya menginginkan pelayanan yang cepat, tetapi juga keamanan dan kenyamanan dari perusahaan.

e. Sesuai kebutuhan

Salah satu manfaat mobile banking adalah nasabah dapat merasakan kemudahan dan dapat memberikan informasi yang akurat dan informatif sesuai kebutuhannya.

f. Fleksibel

Fleksibilitas mobile banking adalah dimana layanan dapat digunakan dimana saja dan kapan saja tanpa mengenal waktu. Fleksibilitas mengarah pada efisiensi dalam pelayanan dan tempat.

g. Nilai keagamaan

Operasional bank syariah diawasi oleh Dewan Pengawas Syariah karena kesesuaian operasionalnya dengan prinsip syariah (DPS). Menurut Fianto (2021), perbankan syariah tidak hanya harus memberikan pengembalian yang kompetitif, tetapi juga memastikan bahwa produk dan layanan yang mereka berikan memenuhi kepatuhan syariah untuk meningkatkan kepuasan pelanggan (Kamarudin et al., 2022).

3. METODE PENELITIAN

Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Negeri Radeh Fatah Palembang Kampus B yang berlokasi di Jl.Pangeran Ratu, 5 Ulu, Kecamatan Seberang Ulu 1 Palembang. Subjek yang diambil dalam penelitian ini Mahasiswa.

Operasional Variabel

Definisi operasional variabel adalah suatu definisi yang diberikan pada suatu variabel dengan memberi arti atau spesifikasi kegiatan yang akan digunakan untuk mengukur variabel.

TABEL DEVINISI OPERASIONAL

Variabel	Sub Variabel	Butir Soal
Kemudahan (X1)	Mudah dipelajari,	1
	Fleksibel	
	Mudah dioperasikan	
	Efisien	
Keamanan (X2)	Jaminan	1
	Prosedur	
	Kondusif	
	Kepuasan	
Kepuasan Y	Kemudahan dalam mengakses mobile banking	1
	Kenyamanan dalam bertransaksi	
	Kepuasan dalam menggunakan aplikasi	

Populasi dan Sampel

a. Populasi

Menurut Sugiyono (2009), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya Populasi yang diambil (Ali et al., 2022) dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam 2021 yang berjumlah 652 Mahasiswa.

b. Sampel

Dalam penelitian, populasi yang besar memerlukan pengambilan sampel yang representatif karena keterbatasan waktu, dana, dan tenaga. Accidental sampling, sebagai metode non-probabilitas, mengambil sampel berdasarkan kemudahan dalam hal waktu, situasi, dan lokasi. Metode ini tidak menjamin setiap anggota populasi memiliki peluang yang sama untuk terpilih. Untuk menentukan ukuran sampel yang tepat, rumus Slovin dapat digunakan untuk memenuhi standar error sampel.

Keterangan :

n : Jumlah sampel

N : Jumlah populasi

e : Tingkat Kesalahan

$$n = \frac{652}{1+652 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{652}{1+625 (0,010)}$$

$$n = \frac{625}{7,52}$$

$$=86,70$$

Jenis dan Sumber Data

a. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini merupakan jenis penelitian dengan menggunakan data kuantitatif, yang hanya menguji pengaruh efisiensi, kemudahan dan keamanan terhadap kepuasan layanan mobile banking. Penelitian kuantitatif ialah proses yang menemukan pengetahuan data berupa angka dengan variabel pengaruh kemudahan (X1) dan keamanan (X2) dan kepuasan sebagai (Y).

b. Sumber data

Data Primer

Data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data dan diperoleh langsung dari sumbernya

Data Sekunder

Data sekunder adalah sumber data yang tidak langsung diberikan kepada peneliti, seperti dokumen atau dikirim oleh orang lain. Biasanya, dalam penelitian, data sekunder berfungsi sebagai pendukung bagi data primer. (Berlianti et al., 2024)

Sumber data sekunder dapat diperoleh melalui studi kepustakaan (library research) maupun internet, seperti buku, jurnal, dokumen, dan berita.

Validitas Dan Reliabilitas Instrumen

Data penelitian yang sudah terkumpul yang berasal dari kuesioner yang telah diisi oleh responden harus dilakukan uji validitas dan reliabilitas terlebih dahulu. Hal ini dilakukan agar data yang diperoleh tersebut benar-benar valid dan reliabel sehingga penelitian yang peroleh dipertanggung jawabkan.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Pada penelitian ini jumlah responden yang dijadikan sebagai sampel penelitian adalah 100 orang, adapun responden pada penelitian ini merupakan nasabah mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Bank Bank Sumsel Babel Syariah yang menggunakan mobile banking. Berdasarkan hasil pengumpulan data yang telah diberikan kepada responden melalui google form, diperoleh karakteristik responden dalam penelitian ini yang dapat dilihat berdasarkan usia, jenis kelamin, pendapatan perbulan. Adapun karakteristik responden yang diperoleh dari hasil pengumpulan data yang telah dilakukan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 1 Jenis Kelamin

No	Usia	Frekuensi	Presentase
	17 Th -20 th	7	7.1%
	20 th -22 Th	90	90.6%
	22 Th -25 Th	4	4%
	>25 Th	0	0%
	Total	100	100%

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase
	Laki-laki	17.6	17.6%
	Perempuan	82.4	82.4%
No	Pendapatan	Frekuensi	Presentase
	>Rp. 300.00	51.8	51,8%
	Rp.300.000-Rp.500.000		
	Rp.500.000-Rp.1000.000	9.4	9.4%
	<Rp.1000.000	1	1%
	Total	100	100%

Uji Validitas

Pada penelitian ini dilakukan uji validitas yang bertujuan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner (Ghozali, 2018). Uji validitas yang digunakan pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sah atau valid tidaknya kuesioner yang telah diisi oleh responden yang merupakan nasabah Bank Sumsel Babel Syariah yang menggunakan mobile banking.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas

Variable	Indicator	r-hitung	r-tabel	sig	Keterangan
kemudahan	X1	0,766	0,1966	0,05	Valid
	X2	0,705	0,1966	0,05	Valid
	X3	0,727	0,1966	0,05	Valid
	X4	0,83	0,1966	0,05	Valid
Keamanan	X5	0,792	0,1966	0,05	Valid
	X6	0,829	0,1966	0,05	Valid
	X7	0,875	0,1966	0,05	Valid
	X8	0,848	0,1922	0,05	Valid
Kepuasan	Y1	0,761	0,19266	0,05	Valid
	Y2	0,813	0,19266	0,05	Valid
	Y3	0,833	0,19266	0,05	Valid
	Y4	0,843	0,19266	0,05	Valid

Uji Reabilitas

Uji reliabilitas pada penelitian ini dilakukan untuk mengukur suatu kuesioner yang termasuk dalam indikator dari variabel atau struktur yang akan diteliti pada suatu penelitian (Ghozali, 2018). Dilakukan dengan membandingkan nilai Cronbach Alpha yang diperoleh dari hasil uji reliabilitas. Apabila suatu variabel dikatakan reliabel, jika nilai Cronbach Alpha > 0,70 (Ghozali, 2018).

Tabel 3 Hasil Uji Reabilitas

Variable	Crombach' alpha	Limit	keterangan
kemudahan	0,885	0,60	reliabel
keamanan	0,929	0,06	reliabel

Berdasarkan Tabel dapat dilihat bahwa seluruh nilai Cronbach Alpha dari setiap variabel memiliki nilai 0,60. Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa kuesioner pada setiap variabel (X1-X2) dan variabel (Y) dinyatakan reliabel sebagai alat ukur penelitian.

Pengujian Hipotesis

Hasil Uji Parsial (Uji t)

Pengujian ini bertujuan untuk menguji bagaimana pengaruh secara parsial dari variabel bebas terhadap variabel terikat dan digunakan untuk menguji seberapa jauh pengaruh variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini secara individual dalam menerangkan variabel dependen secara parsial (Ghozali, 2018)

Tabel 4. Hasil Uji Parsial (Uji t)

Model	T	Sig	keterangan
(Constant)	0,737	0,463	
Kemudahan (X1)	1,067	0,289	positif dan Tidak Signifikan
Keamanan (X2)	5,363	0,000	Positif dan Signifikan

Berdasarkan Tabel 4 di atas, uji hipotesis dalam penelitian ini dilakukan pada tingkat signifikansi 0,05, sedangkan nilai t tabel dapat dihitung pada tabel t-test dengan rumus $df=n-k-1$ atau $df=100-4-1=95$, sehingga diperoleh t tabel sebesar 1,66105 dan dibulatkan menjadi 1,661. Untuk mengetahui besarnya pengaruh masing-masing variabel independen secara pasial

terhadap variabel dependen adalah sebagai berikut.

1. H1 = Uji hipotesis persepsi kemudahan (X1) terhadap kepuasan pelanggan dalam menggunakan mobile banking Sumsel Babel Syariah (Y). Berdasarkan hasil perhitungan yang diperoleh thitung $1,067 < t_{tabel} 1,661$ dengan signifikansi sebesar $0,289 > 0,05$. Hal ini berarti bahwa

Ho diterima dan Ha ditolak, yaitu variabel persepsi kemudahan secara parsial berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan dalam menggunakan mobile banking Sumsel Babel Syaria .

2. H2 = Uji hipotesis persepsi keamanan (X2) terhadap kepuasan pelanggan dalam menggunakan mobile banking Sumsel Babel Syariah (Y). Berdasarkan hasil perhitungan yang diperoleh thitung $5,363 > t_{tabel} 1,661$ dengan signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini berarti bahwa Ho ditolak dan Ha diterima, yaitu variabel persepsi keamanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dalam menggunakan mobile banking Sumsel Babel Syariah.

3. H3 = Uji hipotesis persepsi kepercayaan (X3) terhadap kepuasan pelanggan dalam menggunakan mobile banking Sumsel Babel Syariah (Y). Berdasarkan hasil perhitungan yang diperoleh thitung $7,708 > t_{tabel} 1,661$ dengan signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini berarti bahwa Ho ditolak dan Ha diterima, yaitu variabel persepsi kepercayaan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dalam menggunakan mobile banking Sumsel Babel Syariah.

Hasil Uji Simultan (Uji F)

Uji F berfungsi untuk melihat apakah variabel independen secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Menurut Ghozali (2018), uji F menunjukkan bahwa semua variabel independen atau variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau variabel terikat

Tabel 5 Hasil Uji Simultan (Uji F)

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig
Regression	6274,562	3	2091,521	121,512	0.000b
Residual	1652,398	96	17,212		

Berdasarkan Tabel yang menunjukkan bahwa uji F dapat dilakukan dengan membandingkan Fhitung dengan nilai Ftabel pada taraf $\alpha=0,05$. Nilai Fhitung sebesar 121,512 dan Ftabel dengan $df_1=k-1=4-1=3$, maka derajat pembilangan adalah 3 dan $df_2=n-k=100-4=96$ untuk derajat penyebut, maka diperoleh Ftabel sebesar 2,70, berarti $F_{hitung} > F_{tabel}$. Nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Pada hasil uji F dapat disimpulkan bahwa variabel persepsi kemudahan, persepsi keamanan, dan persepsi kepercayaan secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dalam menggunakan mobile banking Bank Sumsel Babel Syariah.

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi (R²) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah nol dan satu. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Ghozali, 2011). Berikut hasil analisis koefisien determinasi yang telah diolah menggunakan software IBM SPSS 20.0

Tabel 6 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,890	0,792	0,785	4,149

Berdasarkan Tabel 6, koefisien determinasi (R²) menunjukkan angka Adjusted R Square dengan nilai 0,785. Hal ini menunjukkan bahwa 78,5% pengaruh yang dapat dijelaskan oleh variabel bebas (persepsi kemudahan, persepsi keamanan, dan persepsi kepercayaan) terhadap variabel terikat (kepuasan pelanggan dalam menggunakan mobile banking Bank Sumsel Babel Syariah), sedangkan sisanya 21,5% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diuji dalam penelitian ini

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa kemudahan dan keamanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dalam menggunakan layanan mobile banking di Bank Sumsel Babel Syariah, khususnya di kalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Hasil analisis menunjukkan bahwa:

- a. Kemudahan dalam penggunaan aplikasi mobile banking tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Meskipun kemudahan diharapkan oleh pengguna, implementasinya masih perlu ditingkatkan untuk meningkatkan pengalaman pengguna.
- b. Keamanan terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Pelanggan merasa lebih puas ketika mereka yakin bahwa data pribadi dan transaksi mereka aman.
- c. Secara keseluruhan, ketiga variabel (kemudahan, keamanan, dan kepercayaan) secara simultan memiliki pengaruh yang kuat terhadap kepuasan pengguna mobile banking, dengan 78,5% variabilitas kepuasan dapat dijelaskan oleh ketiga faktor tersebut.

Saran

Berdasarkan temuan penelitian, disarankan agar Bank Sumsel Babel Syariah terus mengembangkan fitur aplikasi mobile banking untuk meningkatkan kemudahan penggunaan. Peningkatan sistem keamanan juga sangat penting, mengingat bahwa keamanan menjadi faktor kunci kepuasan pengguna. Selain itu, edukasi bagi pelanggan mengenai penggunaan mobile banking yang aman perlu dilakukan untuk membangun kepercayaan.

Mengumpulkan umpan balik dari pengguna secara rutin dapat memberikan wawasan berharga untuk perbaikan layanan. Penelitian lebih lanjut yang mengeksplorasi variabel lain, seperti kualitas pelayanan, juga dianjurkan untuk memahami lebih dalam faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan. Terakhir, analisis terhadap segmen pengguna yang berbeda dan studi perbandingan dengan bank lain dapat membantu dalam merumuskan strategi yang lebih efektif untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

DAFTAR REFERENSI

- Ali, M. M., Hariyati, T., Pratiwi, M. Y., & Afifah, S. (2022). Metodologi penelitian kuantitatif dan penerapannya dalam penelitian. *Education Journal*, 2(2), 1–6.
- Asgar, A., Jaatsiyah Fath Falaq Am Nur, & Mohd Shahril. (2023). Analisis pendekatan stimulus-organism-response terhadap adopsi m-banking syariah dengan artificial intelligence: Sebuah bukti empiris generasi Z. *Jurnal Magister Ekonomi Syariah*, 2(2), 33–48. <https://doi.org/10.14421/jmes.2023.022-02>
- Berlianti, D. F., Abid, A. A., & Ruby, A. C. (2024). Metode penelitian kuantitatif pendekatan ilmiah untuk analisis data. *Jurnal Review Pendidikan Dan Pengajaran*, 7(3), 1861–1864.
- Handinisari, H., Muhlisin, S., & Yono, Y. (2022). Pengaruh keamanan, kemudahan dan kepercayaan nasabah bank syariah Indonesia terhadap minat bertransaksi menggunakan layanan mobile banking. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 4(3), 818–828. <https://doi.org/10.47467/elmal.v4i3.2076>
- Junaedi, E., & Neneng, N. (2023). Pengaruh persepsi manfaat, keamanan dan kemudahan terhadap minat nasabah menggunakan layanan mobile banking pada PT. Bank Syariah Indonesia di Tangerang. *I-BEST: Islamic Banking & Economic Law Studies*, 2(1), 13–32. <https://doi.org/10.36769/ibest.v2i1.338>
- Kamarudin, J., Nursiah, N., & ... (2022a). Pengaruh faktor kemudahan, keamanan, dan risiko terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan mobile banking (studi kasus pada nasabah BRI Kabupaten Mamuju). *FORECASTING: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen*, 1(2), 11–18.
- Lukman, S. (2023). *JEKSya Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah*, 2(2), 443–456.
- Ramayani, A. H., & Early, R. K. (2020). Pengaruh kepercayaan, keamanan, manfaat dan kemudahan terhadap penggunaan mobile banking. *JIM: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 2(2), 93–108. <https://doi.org/10.32505/jim.v2i2.2638>
- Sembiring, S. M. R., Kesuma, S. A., Risanty, & Sembiring, M. S. (2023). Systematic literature review: Implementation of mobile banking. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Digital*, 2(2), 531–546. <https://doi.org/10.55927/ministal.v2i2.2987>
- Setiawan, A., Belianti, R. A., & Wulandari, T. (2023). Analisis technology acceptance model terhadap perilaku pengguna mobile banking di Surakarta. *Journal of Economics and Business Research (JUEBIR)*, 2(1), 126–132. <https://doi.org/10.22515/juebir.v2i1.6892>
- Sulmi, A. A. K., Awaluddin, M., Gani, I., & Kara, M. (2021). Pengaruh persepsi kegunaan, kemudahan, dan keamanan terhadap minat menggunakan layanan mobile banking (studi empiris pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar). *Islamic Banking, Economic and Financial Journal*, 1(2), 60.
- Wicaksono, S. R. (2022). Teori dasar technology acceptance model. (Issue March). <https://doi.org/10.5281/zenodo.7754254>

- Wijaya, J. P., & Sri, D. (2023). Pengaruh persepsi kebermanfaatan, persepsi kemudahan, dan persepsi risiko terhadap minat penggunaan mobile banking pada UMKM di Kota Palembang. *Jurnal Informasi Akuntansi (JIA)*, 2(1), 1–18. <https://doi.org/10.32524/jia.v2i1.840>
- Wulandari, W., Japariato, E., & Tandijaya, T. N. B. (2022). Penerapan technology acceptance model (TAM) terhadap perilaku konsumen mobile banking di Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 16(2), 126–132. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.16.2.126-132>
- Zakaria, Nugraha. (2020). Pengaruh pelayanan m-banking terhadap kepuasan. 6, 101–118.