



Pengaruh Fitur, Variasi Produk, dan Kemudahan Transaksi terhadap Kepuasan Pengguna Mobile Banking pada Lembaga Keuangan Perbankan Syariah di Kota Jambi

^{1*} M. Farhan, ²Eja Armaz Hardi, ³Syahril Ahmad

^{1,2,3}Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi, Indonesia

^{1*}farhanpantarli@gmail.com, ²eja.armaz.hardi@uinjambi.ac.id, ³syahrilahmad@uinjambi.ac.id

ABSTRACT: This research aims to determine the influence of features, product variations and ease of transactions on mobile banking user satisfaction at sharia banking financial institutions in Jambi City. This research used a quantitative approach which was carried out by distributing questionnaires to 112 Mobile Banking users in Jambi City. The methods used in this research are instrument tests (validity and reliability tests), classical assumption tests (normality, multicollinearity and heteroscedasticity tests) and multiple liner analysis along with statistical tests (t test, F test and R² Determination Coefficient). The results of this research show that features have a positive and significant effect on user satisfaction which can be determined using the t test with a significance value of $0.001 < 0.05$ and a value of $t_{count} > t_{table}$, namely $3.426 > 0.198217$. Product variations have a positive and significant effect on user satisfaction as evidenced by the significance value of $0.001 < 0.05$ and the $t_{count} > t_{table}$ value, namely $3.577 > 0.198217$. ease of transactions has a positive and significant effect on user satisfaction which can be seen with a significance value of $0.001 < 0.05$ and a value of $t_{count} > t_{table}$, namely $3.385 > 0.198217$. Simultaneously, features, product variations and ease of transactions have a positive and significant effect on mobile banking user satisfaction at sharia banking financial institutions which can be seen from the F test, namely $f_{count} > f_{table}$ or $40.058 > 2.69$ and the resulting significance value is $0.000 < 0.005$. The determinant coefficient value is 0.514 or 51.4% and the remaining 0.486 or 48.6% can be explained by other variables outside this research.

Keywords : Feature, Product Variations, Ease of Transactions, User Satisfaction

ABSTRAK: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Fitur, Variasi Produk dan Kemudahan Transaksi terhadap Kepuasan Pengguna Mobile Banking pada Lembaga Keuangan Perbankan Syariah di Kota Jambi. Penelitian ini menggunakan pendekatan Kuantitatif yang dilakukan dengan cara membagikan kuesioner kepada 112 pengguna Mobile Banking yang ada di Kota Jambi. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan uji instrumen (uji validitas dan reliabilitas), uji asumsi klasik (uji normalitas, multikolinieritas dan heteroskedastisitas) dan analisis liner berganda beserta uji statistik (uji t, uji F dan Koefisien Determinasi R²). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa fitur berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna yang dapat diketahui dengan uji t yang nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $3,426 > 0,198217$. variasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna dibuktikan dengan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $3,577 > 0,198217$. kemudahan transaksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna yang dapat diketahui dengan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $3,385 > 0,198217$. Secara simultan fitur, variasi produk dan kemudahan transaksi berpengaruh positif dan signifikan secara bersama-sama terhadap kepuasan pengguna mobile banking pada lembaga keuangan perbankan syariah yang dapat dilihat dari uji F yaitu $f_{hitung} > f_{tabel}$ atau $40,058 > 2,69$ dan nilai signifikansi yang dihasilkan $0,000 < 0,005$. Nilai koefisien determinan sebesar 0,514 atau 51,4 % dan sisanya sebesar 0,486 atau 48,6 % dapat dijelaskan oleh variabel lain diluar penelitian ini.

Kata Kunci : Fitur, Variasi Produk, Kemudahan Transaksi, Kepuasan Pengguna

1. LATAR BELAKANG

Kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi membawa dampak yang sangat berarti terhadap kehidupan dan perilaku masyarakat. Saat ini masyarakat menginginkan semua kegiatan menjadi lebih efisien, cepat, dan akurat. Tuntutan ini juga berlaku pada sistem pembayaran, masyarakat menginginkan sistem pembayaran yang lebih baik. Keinginan masyarakat ini dapat terjawab dengan adanya teknologi baru yaitu sistem pembayaran elektronik. Pertumbuhan teknologi informasi yang sangat pesat di era globalisasi ini membuat pelayanan terkhususnya layanan Perbankan dituntut lebih cepat, mudah, dan fleksibel. Penerimaan teknologi yang terjadi pada alat pembayaran elektronik atau *e-wallet* merupakan suatu kegiatan bertransaksi secara non tunai dengan bantuan teknologi. Pesatnya pertumbuhan internet merubah cara perusahaan terhubung dengan konsumennya, tidak terkecuali bisnis Perbankan. (Hafid Nur Yudha, 2015)

Semakin meningkatnya tingkat persaingan antar bank, bank semakin berlomba-lomba untuk menarik simpati nasabah baik secara kuantitas maupun kualitas. Secara kuantitas artinya jumlah nasabah bertambah cukup signifikan dari waktu ke waktu, sedangkan secara kualitas artinya nasabah yang didapat merupakan nasabah yang produktif yang mampu memberikan laba bagi bank. Industri jasa saat ini merupakan sektor ekonomi yang mengalami pertumbuhan dan perkembangan bisnis maupun pasar yang sangat pesat. Pertumbuhan tersebut selain diakibatkan oleh pertumbuhan jenis jasa baru dengan berbagai diferensiasinya sebagai akibat dari pertumbuhan teknologi dan penggunaan teknologi yang semakin mudah.

Sejalan dengan tren bisnis perbankan global, industri perbankan di Indonesia mengikuti pola perkembangan teknologi yang sama dengan diadopsi oleh bank-bank di negara maju. Perkembangan teknologi informasi dan telekomunikasi saat ini berkembang pesat sehingga mempengaruhi pola kehidupan dan cara berkomunikasi manusia di era global ini adalah teknologi informasi yang dikenal dengan internet.

Ini menunjukkan semakin meningkatnya teknologi yang berpengaruh terhadap sistem pembayaran dengan beragam aplikasi yang digunakan masyarakat sebagai sarana pembayar non tunai. Aplikasi pembayaran digital yang sekarang sedang marak di masyarakat antara lain OVO dan DANA. Kegunaan aplikasi yaitu mempermudah transaksi di berbagai macam aktivitas contohnya untuk pembayaran ojek online, pesan antar makanan, pembayaran tagihan listrik/telepon, pembayaran PDAM, dan masih banyak lagi kemudahan yang dihasilkan oleh aplikasi pembayaran digital.

Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mendorong digitalisasi Perbankan dengan mengeluarkan Peraturan OJK No.12/POJK.03/2018 tentang penyelenggaraan Layanan Perbankan Digital oleh Bank Umum, peraturan yang dikeluarkan oleh OJK ini menyebutkan “layanan perbankan digital adalah layanan perbankan elektronik yang dikembangkan dengan mengoptimalkan pemanfaatan data nasabah dalam rangka melayani nasabah secara cepat, mudah dan sesuai dengan kebutuhan (*customer experience*) serta dapat dilakukan secara mandiri sepenuhnya oleh nasabah dengan memperhatikan aspek pengamanan”. Dengan adanya peraturan dari OJK ini diharapkan perbankan dapat mengoptimalkan pemanfaatan teknologi untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

Tranformasi digital yang dilakukan industry perbankan lebih dari sekedar menyediakan layanan *online* dan *Mobile Banking*. Industri finansial perbankan perlu berinovasi dalam menggabungkan teknologi digital dengan interaksi nasabah, dalam hal ini temuan-temuan teknologi baru tersebut harus mempermudah dan memberikan kenyamanan bagi pengguna dalam mengakses layanan Perbankan.

Digitalisasi perbankan juga dilakukan pada kantor-kantor cabang perbankan yang ada di Indonesia. Misalnya, saat ini beberapa bank sudah memiliki aplikasi untuk reservasi nomor antrean yang digunakan untuk mencetak transaksi tabungan dan mengganti buku tabungan sudah bisa dilakukan melalui mesin. Bahkan untuk membuka rekening pun kini sudah dapat dilakukan secara *self service* oleh nasabah tanpa harus datang ke kantor cabang dengan bantuan Satpam bank lagi. Hadirnya digital banking menjadi solusi terhadap permasalahan perbankan yang cukup menyita waktu. Dengan melakukan digitalisasi, industri perbankan sudah melakukan investasi jangka Panjang.(Annisa Indah Mutiasari,2020) Informasi mengenai jenis dan cara berinvestasi tersedia begitu melimpah terutama dengan media internet, investasi merupakan salah satu dari instrument pembangunan yang dibutuhkan oleh suatu negara dalam rangka meningkatkan kesejahteraan masyarakatnya, termasuk Indonesia (Richo Elfrizal Sabda Ar Rahman and Waspodo Tjipto Subroto, 2022)

Industri perbankan di Indonesia saat ini menghadapi berbagai tantangan yang tidak hanya berupa persaingan sesama perbankan namun juga adanya arus digitalisasi perbankan. Seiring pesatnya perkembangan teknologi informasi (TI) yang mempengaruhi pola dan perilaku masyarakat, ternyata memberikan dampak terhadap industri perbankan, yaitu adanya tuntutan untuk mengembangkan produk dan layanan perbankan digital. Transformasi digitalisasi perbankan, menuntut dan memaksa perbankan untuk memberikan layanan yang fleksibel namun tetap memberikan jaminan keamanan kepada

nasabah. Keberadaan teknologi dan informasi membuat perbankan menjadi mudah dalam menyimpan, merekam, dan mengambil data nasabah sehingga membantunya dalam menjaga hubungan baik dengan konsumen, mengatasi keluhan konsumen, serta mencocokkan produk yang sesuai dengan kebutuhan konsumen.

Layanan perbankan digital adalah layanan atau kegiatan perbankan dengan menggunakan sarana elektronik atau digital milik Bank, dan/atau melalui media digital milik calon nasabah dan/atau nasabah Bank, yang dilakukan secara mandiri. Karakteristik *Digital Banking* adalah nasabah dapat memperoleh informasi, pembukaan rekening, registrasi, transaksi dan penutupan rekening secara mandiri tanpa memperoleh informasi dan melakukan transaksi diluar produk perbankan seperti layanan nasihat keuangan, informasi investasi, transaksi e-dagang, dan berbagai kebutuhan lainnya dari nasabah yang dimaksud dengan hanya menggunakan satu *channel* melalui sarana elektronik/*digital bank (omni-channel)*.(Ira Puspitadewi, 2019)

Berdasarkan data Bank Indonesia, sepanjang bulan April 2023 nilai transaksi digital banking didalam negeri mencapai Rp. 4.264,8 Triliun atau hampir Rp. 4,3 Kuadriliun. Nilai itu mencakup berbagai transaksi *digital banking* atau perbankan digital sesuai klasifikasi Otoritas Jasa Keuangan (OJK) yakni *internet banking dan mobile banking*. Mengacu pada Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 12/POJK.03/2018, layanan perbankan digital adalah layanan perbankan melalui media elektronik yang dikembangkan dengan mengoptimalkan pemanfaatan data nasabah.

Adapun pada April 2023 nilai transaksi *digital banking* di Indonesia turun 11,8% dibanding Maret 2023 (*month-on-month/mom*), serta lebih rendah 20,1% dibanding April 2022m (*year-on-year/yoy*), namun jika dirunut ke lima tahun belakang, pada April 2023 nilai transaksi perbankan digital secara nasional sudah tumbuh 158% dibanding April 2018. Hal ini menunjukkan meski kerap terjadi fluktuasi secara bulanan, dalam jangka Panjang trend penggunaan layanan *digital banking* di Indonesia cenderung menguat seperti terlihat pada tabel diatas.

Dalam melakukan penerapan perbankan digital ini maka bank harus mampu merubah model pemasaran dan model manajemen bank. Tantangan bagi bank dalam mengembangkan perbankan digital adalah keengganan nasabah yang diakibatkan oleh pengalaman buruk. Untuk itu pengembangan teori pemasaran layanan dalam perbankan digital membutuhkan pemahaman preferensi pelanggan dari kepuasan dan loyalitas pelanggan. Penerapan perbankan digital ini diharapkan dapat terlaksanakan di Indonesia, karena apabila bank asing yang ada di Indonesia menerapkan layanan digital yang lebih

maju maka bisa saja nasabah bank di Indonesia beralih karena mendapatkan layanan yang lebih memudahkan mereka. Hal ini juga dapat menjadi alternatif bagi bank untuk memiliki nasabah yang lebih banyak dan meningkatkan kinerja keuangan bank.

Nasabah memilih pemberi jasa berdasarkan peringkat kepentingan dan setelah menikmati jasa tersebut cenderung akan membandingkan dengan yang mereka harapkan. Bila jasa yang mereka nikmati berada jauh dibawah jasa yang mereka harapkan, maka nasabah akan meninggalkan pemberi jasa tersebut. Dengan meningkatkan kebutuhan pelanggan akan membuat kinerja keuangan bank juga meningkat dan akan memberikan dampak yang positif bagi bank.

Untuk dapat meningkatkan kinerja bank, bank harus dapat mengembangkan layanannya. Dengan peningkatan layanan tersebut akan memberikan dampak positif bagi kinerja keuangan bank itu sendiri. Dalam pengembangan kinerja ini bank juga harus mampu memberikan rasa aman bagi nasabah dalam penggunaan digital banking itu sendiri, dalam memenuhi kebutuhan nasabah. meningkatkan pertumbuhan perbankan dan keuangan perbankan, maka bank berupaya untuk memaksimalkan pelayanan melalui perbankan digital yang ada pada era yang modern saat ini dapat menjadikan alternatif utama bagi pengguna mobile banking.

Kepuasan konsumen terhadap suatu barang atau jasa produk tertentu tergantung pada beberapa faktor seperti besarnya biaya untuk berpindah ke produk barang atau jasa yang lain, adanya kesamaan mutu, kualitas, atau pelayanan dari jenis barang atau jasa pengganti, adanya resiko perubahan biaya akibat barang atau jasa pengganti, dan berubahnya tingkat kepuasan yang didapat dari produk baru di banding dengan pengalaman terhadap produk sebelumnya yang pernah dipakai.

Lembaga Keuangan Syariah dewasa ini masih sekedar sebagai alternatif di masyarakat tetapi idealnya kedepannya harus menjadi sebagai solusi utama dalam pengentasan kemiskinan, peningkatan ekonomi masyarakat. Lembaga Keuangan Syariah juga memegang prinsip keadilan dan kesetaraan antara lembaga yang memberikan pinjaman dengan para nasabahnya, berbeda dengan bank konvensional karena pinjaman bank konvensional memberlakukan bunga yang sama sekali tidak melihat bagaimana hasil usaha (laba) yang didapatkan oleh nasabah. Hal ini karena bank konvensional tidak selalu *profit oriented*, melainkan untuk tujuan sosial, kemampuan lembaga keuangan syariah dalam melayani sektor usaha ril inilah yang benar-benar dibutuhkan oleh pemerintah.

Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dengan harapannya. Apabila kinerja memaparkan bahwa kualitas

pelayanan adalah kesesuaian dan derajat kemampuan untuk digunakan dari keseluruhan karakteristik produk dan jasa yang disediakan dalam pemenuhan kebutuhan dan harapan yang dikehendaki konsumen dengan atribut atau faktor yang meliputi : bukti langsung, daya tanggap, keandalan dan jaminan. Bila kinerja sesuai harapan, pelanggan akan puas. Harapan pelanggan dapat dibentuk oleh pengalaman masa lampau, komentar dari kerabatnya serta janji dan informasi pemasaran dan saingannya. Pelanggan yang puas akan setia lebih lama, kurang sensitif terhadap harga dan memberi komentar yang baik tentang perusahaan.

Persaingan yang semakin menuntut sebuah Lembaga penyedia jasa/layanan untuk selalu memanjakan konsumen/pelanggan dengan memberikann pelayanan terbaik. Para pelanggan akan mencari produk berupa barang atau jasa yang dapat memberikan pelayanan yang terbaik kepadanya. Oleh karena itu sebuah perusahaan tidak cukup hanya mengejar kepuasan pelanggan. Pelayanan merupakan komponen nilai pokok yang menggerakkan setiap perusahaan untuk sukses.

Berdasarkan penjelasan diatas, kepuasan dapat disimpulkan sebagai kesenangan yang timbul berdasarkan apa yang telah diberikan. Begitupun dengan kepuasan pengguna adalah tingkat kepuasan setelah mendapatkan produk atau layanan yang diberikan oleh sebuah Bank. Rasa puas ini timbul setelah pelayanan yang diberikan mampu mencapai atau bahkan melebihi espektasi yang dimiliki nasabah.

Tabel 1.2
Jumlah Penduduk Kota Jambi Tahun 2023

No	Keterangan	Jumlah
1	Penduduk Kota Jambi	633.650 jiwa

Sumber data : BPS Jambi

Berdasarkan tabel di atas jumlah masyarakat Kota Jambi berjumlah 633.650 jiwa. Jambi adalah sebuah Provinsi di Indonesia yang terletak di pesisir timur di bagian tengah pulau Sumatra, ibu kotanya berada di Kota Jambi dengan luas wilayahnya 50.160,05 km². Provinsi jambi adalah nama provinsi di Indonesia yang ibu kotanya memiliki nama sana dengan provinsi selain Bengkulu, Daerah Khusus Ibukota Jakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta, dan Gorontalo. Dengan mayoritas penduduk Islam yang berjumlah 95,07%. Peneliti melakukan penelitian terhadap masyarakat yang menggunakan Mobile Banking dari Bank Syariah yang berfokus di Kota Jambi.

Asosiasi Penyelenggara Jaringan Internet Indonesia (APJII) mengungkapkan bahwa media sosial telah menjadi kebutuhan baru dalam kehidupan manusia yang menggantikan kebutuhan primer. Hal ini dibuktikan pada survey tahun 2019-2020 yang menunjukkan persentase pengguna internet mencapai angka 73,7%. Total pengguna internet sebesar 196,7 juta jiwa, dari total populasi 266,91 juta jiwa penduduk Indonesia. Sedangkan jika dibandingkan dengan persentase pada tahun 2018 hanya pada angka 64,8%. Sebagai pengguna internet 117,17 juta jiwa dari total populasi penduduk Indonesia 264,16 juta jiwa. Yang berarti pengguna internet dari tahun ke tahun semakin meningkat.

Kemajuan teknologi informasi melalui internet inilah yang dapat memberikan kemudahan bagi kehidupan manusia dalam berbagai bidang, misalnya dalam bidang transaksi keuangan. Oleh karena itu sudah banyak jenis pasar dalam bidang bisnis menggunakan layanan internet termasuk dalam perbankan.

Perbankan meluncurkan alternatifnya berupa *Mobile Banking*. *Mobile banking* merupakan layanan yang memungkinkan nasabah bank melakukan transaksi perbankan melalui ponsel atau *smartphone*. Layanan *mobile banking* dapat digunakan dengan menggunakan menu yang sudah tersedia melalui aplikasi yang dapat diunduh dan diinstal oleh nasabah. *Mobile banking* menawarkan kemudahan jika dibandingkan dengan SMS banking karena nasabah tidak perlu mengingat format pesan SMS yang akan dikirimkan ke bank dan juga nomor tujuan SMS banking. Peran teknologi dalam dunia Perbankan sangat mutlak karena kemajuan suatu system Perbankan harus didukung oleh peran teknologi dan informasi. Perkembangan teknologi informasi, telekomunikasi dan internet menyebabkan munculnya aplikasi jenis bisnis berbasis elektronik.

Pada umumnya kemajuan teknologi informasi, telekomunikasi dan internet yang dirancang oleh Perbankan merupakan suatu wujud untuk memenuhi kebutuhan berinteraksi antara nasabah dengan Bank secara terkomodir. Penggunaan *online banking* di Indonesia tidak lepas dari peraturan Undang-undang Perbankan Nomor 10 Tahun 1998 Bank. Bentuk lain dari layanan *e-banking* atau yang lebih dikenal dengan sebutan *Mobile Banking* yaitu sebuah fasilitas Perbankan yang menggunakan alat komunikasi bergerak seperti Handphone. Ini dilengkapi dengan penyediaan fasilitas untuk melakukan transaksi Perbankan melalui SMS (pesan singkat) pada Handphone, industri Perbankan telah mengembangkan berbagai saluran Perbankan elektronik untuk mengikuti perkembangan teknologi yang disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat saat ini.

Mobile banking merupakan inovasi digital dari perbankan. Secara singkat, ini merupakan layanan elektronik milik bank yang dapat diakses dengan internet melalui

sebuah aplikasi di ponsel. Apabila dulu nasabah harus datang ke kantor cabang terdekat dan mengantri di mesin ATM untuk melakukan transaksi, kini hal tersebut dapat dilakukan di mana saja melalui *smartphone*. Dengan *mobile banking* atau *m-banking*, nasabah bisa melakukan berbagai transaksi keuangan layaknya transaksi di ATM. Mulai dari transfer, isi pulsa, token listrik, hingga lainnya. Jadi, nasabah bisa melakukan pembayaran penting di mana dan kapan saja. Lebih hebatnya lagi, cek rekening bank, pembelian *online*, pembukaan rekening, dan investasi juga bisa dilakukan dalam satu aplikasi *mobile banking*.

Fitur-fitur layanan *mobile banking* antara lain layanan informasi (saldo, mutasi rekening, suku bunga, dan lokasi cabang/ATM terdekat); dan layanan transaksi, seperti transfer, pembayaran tagihan (listrik, air, internet), pembelian pulsa, dan berbagai fitur lainnya. Untuk menggunakan *mobile banking*, nasabah harus mendaftarkan diri terlebih dahulu ke bank. Nasabah dapat memanfaatkan layanan *mobile banking* dengan cara mengakses menu yang telah tersedia pada aplikasi yang terinstal di ponsel. Apabila nasabah menggunakan *mobile banking* melalui aplikasi yang terinstal di ponsel, nasabah harus mengunduh dan menginstal aplikasi pada telepon seluler terlebih dahulu. Pada saat membuka aplikasi tersebut, nasabah harus memasukkan *User-ID* dan *password* untuk *login*, kemudian nasabah dapat memilih menu transaksi yang tersedia dan diminta memasukkan OTP saat menjalankan transaksi. Jadi, dengan adanya fasilitas *Mobile Banking* yang disediakan oleh pihak Bank, maka akan mempermudah nasabah dalam bertransaksi kapan saja dan dimana saja. Bagi nasabah yang sibuk dengan aktifitasnya, maka akan sangat merepotkan jika harus antri berlama-lama di Bank untuk melakukan transaksi pembayaran dan lain sebagainya. Dari wawancara dengan Masyarakat yang ada di Kota Jambi, terdapat masyarakat yang menggunakan 2 *Mobile Banking* dari Bank Syariah dan Bank Konvensional sekaligus.

Saudari Yuli berkata bahwa ia menggunakan *M-Banking Syariah BSI* dan Konvensional dari bank BRI, dan berkata bahwa ia puas dengan Layanan *M-Banking* tersebut, sementara saudari Lilis yang juga memakai *M-Banking Syariah BSI* dan Konvensional BRI justru berkata kurang Puas dengan layanan yang diberikan karena ada beberapa fitur yang belum dipahami.

Saudari Yesi dan Glori mengatakan bahwa mereka berdua memakai *M-Banking Konvensional* dari bank BNI dan mereka berdua Puas untuk pelayanan yang diberikan. Lalu ada saudara Haris yang menggunakan *M-Banking Syariah BSI*, lalu berkata bahwa ia kurang puas lantaran saat ingin melakukan penarikan uang ia merasa jarak dari rumah

ke ATM lumayan jauh. Dan saudari Ika, Dilla serta saudara Oki mereka tidak menggunakan M-Banking karna mereka lebih memilih untuk memakai aplikasi Dana dan OVO.

Hal ini menunjukkan bahwa masih banyak masyarakat yang kurang puas dengan layanan M-Banking yang telah disediakan oleh Bank, bahkan juga masih banyak yang memilih alternatif pembayaran lain yang lebih mudah dan simple seperti aplikasi Dana dan Ovo.

Berdasarkan uraian latar belakang masalah tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul : **“Pengaruh Fitur, Variasi Produk, dan Kemudahan Transaksi terhadap Kepuasan Pengguna Mobile Banking pada Lembaga Keuangan Perbankan Syariah di Kota Jambi”**.

2. KAJIAN TEORITIS

Pengertian Fitur

Fitur adalah karakteristik atau fungsi khusus yang dimiliki oleh suatu objek atau sistem. Dalam konteks teknologi, fitur seringkali merujuk pada kemampuan atau atribut tertentu dari suatu perangkat lunak, aplikasi atau produk. Fitur dapat mencakup segala hal mulai dari fungsi dasar hingga kemampuan khusus yang membedakan suatu produk dari yang lain. Fitur merupakan sarana persaingan untuk membedakan produk suatu perusahaan dengan produk pesaing. Cara yang sangat efektif untuk bersaing adalah menjadi produsen pertama yang memperkenalkan fitur-fitur baru yang berharga. (Adam, Muhammad, 2018)

Pengertian Kemudahan Transaksi

Kemudahan adalah salah satu hal yang menjadi pertimbangan bagi seseorang untuk menggunakan jasa tersebut. *Perceived ease of use* disampaikan oleh Chin dan Todd di Hardiawan, sebagai berapa besar perkembangan teknologi saat ini dapat dengan mudah dipahami, dipelajari dan digunakan. Pandangan mengenai kemudahan dalam penggunaan berkaitan dengan sejauh mana konsumen memiliki espektasi sebuah teknologi informasi tidak akan memberikan kesulitan adaptasi baik secara fisik maupun mental. Suatu sistem yang susah untuk digunakan akan dihindari oleh konsumen.

Transaksi adalah pertukaran atau aktivitas ekonomi yang melibatkan transfer barang dan jasa atau uang antara dua pihak atau lebih. Transaksi bisa terjadi dalam berbagai bentuk seperti pembelian, penjualan atau pertukaran sumber daya ekonomi.

Dalam konteks keuangan, transaksi sering melibatkan pencatatan dan pertukaran nilai antara entitas atau individu. Kemudahan transaksi merujuk pada upaya atau kondisi yang mempermudah dan memperlancar jalannya aktivitas ekonomi ataupun keuangan. (Drs. Ismail, M. B. A. A, 2018)

3. METODE PENELITIAN

A. Objek Penelitian

Objek dalam penelitian ini yaitu Fitur, Variasi Produk dan Kemudahan Transaksi sebagai variabel independen (X) dan Kepuasan pengguna pada masyarakat Kota Jambi sebagai variabel dependent (Y).

Penelitian ini dilakukan pada masyarakat Kota Jambi. Dan penulis mendapatkan fakta saat observasi awal masyarakat Kota Jambi masih banyak yang memakai aplikasi pembayaran lain selain *mobile banking*.

B. Jenis penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif.

C. Jenis dan Sumber Data

Ada dua jenis data dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung oleh peneliti. Dalam penelitian ini adalah data yang didapat melalui wawancara dan penyebaran kuesioner yang disebarkan kepada masyarakat Kota Jambi.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung dan diperoleh dari pihak tertentu yang mengumpulkan data tersebut. Data sekunder yang didapatkan dalam penelitian ini dari jurnal-jurnal, skripsi terdahulu dan internet.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan dari subjek dan objek yang akan menjadi sasaran penelitian. Subjek penelitian merupakan tempat atau lokasi data variabel yang akan digunakan. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah masyarakat Kota Jambi

2. Sampel

Sampel adalah bagian yang memberikan gambaran secara umum dari populasi. Sampel penelitian memiliki karakteristik yang sama dengan karakteristik populasi, sehingga sampel yang digunakan dapat mewakili populasi yang diamati. Dalam penelitian ini menggunakan metode pengambilan sampel dengan *probability sampling* yaitu sampel acak. Sampel ini harus mewakili populasi yang dibatasi hanya 112 responden dari semua masyarakat di Kota Jambi.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengaruh Fitur terhadap Kepuasan Pengguna Mobile Banking Lembaga Keuangan Perbankan Syariah di Kota Jambi.

Berdasarkan hasil uji hipotesis dapat dibuktikan bahwa variabel Fitur berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pengguna, dilihat dari Fitur sebesar nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ sebesar $2,215 > 0,198217$ dan nilai signifikansi yang dihasilkan sebesar $0,029 < 0,05$.

Hasil penelitian, variabel Fitur dalam penelitian ini tidak berpengaruh terhadap kepuasan pengguna Mobile Banking pada masyarakat Kota Jambi. Dengan demikian dapat diartikan bahwa Fitur di Mobile Banking Bank Syariah masih belum bisa memenuhi kepuasan pengguna dan menegaskan bahwa fitur bukan menjadi faktor penentu utama dalam mempengaruhi kepuasan pengguna terhadap aplikasi tersebut.

Hal ini didukung dengan penelitian yang pernah dilakukan oleh Sri Nawangsari dengan penelitiannya yang berjudul “pengaruh e-service dan e-trust terhadap kepuasan nasabah pengguna mobile banking melalui citra bank studi pada masyarakat Kota Depok” dimana didalamnya terdapat variabel produk. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa variabel produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah hal ini terlihat dari signifikansi 0,027 lebih kecil dari 0,05. Semakin banyak produk yang ditawarkan oleh Bank Syariah maka akan semakin tinggi pula kepuasan pengguna saat menggunakan mobile banking.

Pengaruh Variasi Produk terhadap Kepuasan Pengguna Mobile Banking Lembaga Keuangan Perbankan Syariah di Kota Jambi.

Berdasarkan hasil uji hipotesis dapat dibuktikan bahwa variabel variasi produk berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna, dilihat dari variasi produk sebesar $t_{hitung} > t_{tabel}$ sebesar $1,959 > 0,198525$ dan signifikansi yang dihasilkan sebesar $0,053 > 0,05$.

Hasil penelitian, variabel variasi produk ini berpengaruh terhadap kepuasan pengguna Mobile Banking pada masyarakat Kota Jambi. Dengan adanya produk-produk yang ditawarkan oleh Bank Syariah maka akan semakin menarik minat masyarakat untuk menggunakan Mobile Banking Bank Syariah.

Produk merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan Bank untuk memberikan kepuasan dalam melayani para nasabahnya yang menggunakan mobile banking.

Pengaruh Kemudahan Transaksi terhadap Kepuasan Pengguna Mobile Banking Lembaga Keuangan Perbankan Syariah di Kota Jambi.

Berdasarkan uji hipotesis dapat dibuktikan bahwa variabel kemudahan transaksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah, dilihat dari kemudahan transaksi sebesar $t_{hitung} > t_{tabel}$ sebesar $4,002 > 0,198525$ dan signifikansi yang dihasilkan sebesar $0,000 < 0,05$.

Hasil penelitian, variabel kemudahan transaksi berpengaruh terhadap kepuasan pengguna mobile banking pada masyarakat Kota Jambi. Dengan adanya kemudahan yang merupakan salah satu hal yang menjadi pertimbangan bagi seseorang untuk menggunakan jasa itu sendiri yang dimana dalam penelitian ini jasa tersebut ialah Mobile Banking.

Hal ini didukung dengan penelitian yang pernah dilakukan oleh Margaretha Oktavia Pranoto yang berjudul “analisis pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan dan keamanan terhadap minat nasabah menggunakan mobile banking studi pada BRI cabang semarang” dimana didalamnya terdapat variabel kemudahan. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa variabel kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna hal ini terlihat dari signifikansi 0,001 lebih kecil dari 0,05.

Pandangan mengenai kemudahan dalam penggunaan berkaitan dengan sejauh mana pengguna memiliki ekspektasi sebuah teknologi informasi tidak akan memberikan kesulitan adaptasi baik secara fisik maupun mental.

Pengaruh Fitur, Variasi Produk dan Kemudahan Transaksi terhadap Kepuasan Pengguna Mobile Banking pada Lembaga Keuangan Perbankan Syariah di Kota Jambi

Berdasarkan uji hipotesis dapat dibuktikan bahwa variabel Fitur, Variasi Produk dan Kemudahan Transaksi secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah, dilihat dari Uji F sebesar $54,366 > 2,69$ dan nilai signifikansi yang dihasilkan

$0,000 < 0,05$. Hal tersebut berarti menunjukkan bahwa variabel fitur, variasi produk dan kemudahan transaksi sama-sama berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

Hasil penelitian, variabel variasi produk dan kemudahan transaksi kecuali fitur dalam penelitian ini berpengaruh terhadap kepuasan nasabah terhadap kepuasan pengguna mobile banking.

Hasil dari penelitian menunjukkan terdapat 60,2% dari variabel fitur, variasi produk, dan kemudahan transaksi berpengaruh terhadap kepuasan pengguna mobile banking. Sedangkan sisa dari penelitian 39,8% dipengaruhi oleh faktor lain yang belum dimuat didalam penelitian ini.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka peneliti dapat mendeskripsikan kesimpulan sebagai berikut :

1. Fitur (X1) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah karena nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ sebesar 2,215 dan nilai signifikansi 0,029 lebih kecil dari 0,05. Maka H_{a1} diterima dan H_0 ditolak yang artinya variabel fitur mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna mobile banking.
2. Variasi Produk (X2) berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan pengguna karena nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ sebesar 1,959 dan nilai signifikansi 0,053 lebih besar dari 0,05. Maka H_{a2} ditolak dan H_{a0} diterima yang artinya variabel variasi produk mempunyai pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pengguna mobile banking.
3. Kemudahan Transaksi (X3) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna karena nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ sebesar 4,002 dan nilai signifikansi 0,000 lebih kecil lebih kecil dari 0,05. Maka H_{a3} diterima dan H_{a0} ditolak yang artinya variabel kemudahan transaksi mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna mobile banking.
4. Fitur (X1), Variasi Produk (X2) dan Kemudahan Transaksi (X3) secara simultan atau bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna karena $f_{hitung} > f_{tabel}$ atau $54,366 > 2,69$ dan nilai signifikansi yang dihasilkan $0,000 < 0,005$. Jadi dapat disimpulkan bahwa variabel fitur, variasi produk dan kemudahan transaksi secara bersama-sama atau secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pengguna mobile banking.

Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, penulis mengemukakan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi Bank Syariah untuk variasi produk mungkin dapat segera diperbaiki dan dipermudah lagi cara pemakaiannya karna terlihat dari penelitian ini bahwa variabel variasi produk ini tidak berpengaruh sama sekali terhadap kepuasan pengguna mobile banking.
2. Bagi peneliti selanjutnya apabila ingin meneliti hal yang sama sangat disarankan untuk menambah lagi variabel lain yang berpengaruh terhadap kepuasan pengguna mobile banking.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, H., & Soelistya, D. "Analisis Struktur Kepemilikan terhadap Profitabilitas Perusahaan Makanan dan Minuman yang Terdaftar di BEI." *Business and Finance Journal* 3, no. 2 (2018).
- Annisa Indah Mutiasari. "Perkembangan Industri Perbankan Di Era Digital." *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Kewirausahaan* Vol. 09 no. 2 (2020): 32–41.
- Ansofino dkk. *Buku Ajar Ekonometrika*. Deepublish, 2016: 94.
- Arianti, Baiq Fitri. *Literasi Keuangan (Teori dan Implementasinya)*. Banyumas: CV. Pena Persada, 2021: 51.
- Ayu Desi Indrawati. *Pengaruh Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Dan Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Sakit Swasta Di Kota Denpasar*. *Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis, Dan Kewirausahaan* Vol. 7 No.2 (2013): 136.
- Azuar Juliandi, Irfan, dan Saprihal Manurung. *Metodologi Penelitian Bisnis (Konsep dan Aplikasi)*. Cet. Pertama. Medan: Umsu Press, 2014: 85.
- Dwi Mutiara Sari, Muhammad Iqbal Fasa, and Suharto Suharto. "Manfaat Dan Risiko Penggunaan Layanan Perbankan Melalui Aplikasi Mobile Banking." *Al-Infaq: Jurnal Ekonomi Islam* 12, no. 2 (2021): 172-177.
- Firdaus. *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Analisis Regresi IBM SPSS Statistics Version 26.0: 22*.
- Fransiskus Paulus Paskalis. *Semakin Dekat Dengan Pasar Modal Indonesia*. Yogyakarta: Deepublish, 2016: 20.
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011: 19-20.

- Hafid Nur Yudha. "Analisis Pengaruh Persepsi Nasabah Bank Terhadap Internet Banking Adoption." *Volume 4, Nomor 4, Tahun 2015*.
- Heni Rohaeni and Nisa Marwa. "Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan." *Jurnal Manajemen* no. 2 (2018): 313-314.
- Ira Puspitadewi. "Pengaruh Digitalisasi Perbankan Terhadap Efektivitas Dan Produktivitas Kerja Pegawai." *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia* Vol 5 no. 2 (2019): 247–249.
- Irawan, H. *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Elex Media Komputindo, 2009: 31.
- Jaihan. *Alqur'an dan Terjemahannya*. Bandung: Sinar Baru Algensindo, 2015.
- Kasmir. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2008: 162.
- Kotler, Philip; Armstrong, Garry. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga, 2016: 53.
- Maryam B. Gainau. *Pengantar Metode Penelitian*. Yogyakarta: PT Kanisius, 2016: 106.
- Muhammad Teguh. *Metodologi Penelitian Ekonomi Terori dan Aplikasi, Edisi 1-3*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2005: 134.
- Pertiwi, N. W. D. M. Y., & Ariyanto, D. *Penerapan Model UTAUT2 Untuk Menjelaskan Minat Dan Perilaku Penggunaan Mobile Banking Di Kota Denpasar*. E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana, 2017: 1369.
- Richo Elfrizal Sabda Ar Rahman and Waspodo Tjipto Subroto. "Pengaruh Motivasi Dan Pengetahuan Terhadap Minat Investasi Di Pasar Modal Pada Mahasiswa." *Jurnal PROFIT: Kajian Pendidikan Ekonomi Dan Ilmu Ekonomi* Vol 9 no. 2 (2022): 112.
- Rinaldi. "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia." *Jurnal Samudra Ekonomika*, 2017: 58.
- Riyanto dan Hatmawan. *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen*: 12.
- Sandu Siyoto dan Muhammad Ali Sodik. *Dasar Metodologi Penelitian*. Literasi Media Publishing, 2015: 56.
- Slamet Riyanto dan Aglis Andhita Hatmawan. *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen*. Yogyakarta: Deepublish, 2020: 27.