

DIMENSI KUALITAS LAYANAN, KUALITAS PRODUK, KEMUDAHAN MOBILE BANKING ATAS KEPUASAN NASABAH BRI CABANG SAMARINDA

Muhammad Suyudi¹, Yunus Tulak Tandirerung², Hanny Lestari³
mohe@polnes.ac.id¹; yunus.t.tandirerung@gmail.com²; hannylestari66@gmail.com³

¹²³ Jurusan Akuntansi, Politeknik Negeri Samarinda.

¹²³ Jl. Dr. Cipto Mangunkusumo, Kampus Gunung Lipan, , Samarinda 75131

ABSTRAK

Tujuan penelitian, untuk mengetahui dimensi mutu pelayanan, mutu produk kemudian juga kemudahan mobile banking atas kepuasan nasabah BRI cabang Samarinda. Penelitian menggunakan data primer diperoleh melalui kuesioner, diukur pakai skala likert. Jumlah sampel sebanyak 100 responden. Teknik analisis data digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas analisis regresi linear berganda, uji F, uji t, uji R2 dengan menggunakan alat pengujian berupa program IBM SPSS Statistic 20. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) mutu layanan berpengaruh positif-signifikan atas kepuasan nasabah sejumlah 0,005. (2) mutu produk berpengaruh positif dan signifikan atas kepuasan nasabah sebesar 0,000. (3) kemudahan mobile banking berpengaruh positif-signifikan atas kepuasan nasabah sejumlah 0,016. (4) mutu pelayanan, kualitas produk, juga kemudahan mobile banking bersamaan (simultan) pengaruh signifikan atas kepuasan nasabah.

Kata Kunci: Kualitas Layanan, Kualitas Produk, Kemudahan Mobile Banking, Kepuasan Nasabah

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of service quality, product quality and ease of mobile banking on customer satisfaction at PT Bank BRI Samarinda Branch Office. This study uses primary data obtained through a questionnaire measured by a Likert scale. The number of samples is 100 respondents. The data analysis technique used is validity test, reliability test of multiple linear regression analysis, F test, t test, R2 test using a testing tool in the form of the IBM SPSS Statistic 20 program. The results of this study indicate that: (1) service quality has a positive and significant effect to customer satisfaction of 0.005. (2) product quality has a positive and significant effect on customer satisfaction of 0.000. (3) the ease of mobile banking has a positive and significant effect on customer satisfaction of 0.016. (4) service quality, product quality, and ease of mobile banking together (simultaneously) have a significant effect on customer satisfaction.

Keywords: Service Quality, Product Quality, Ease of Mobile Banking, Customer Satisfaction

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Dewasa ini industri perbankan dan jasa keuangan menghadapi persaingan lingkungan bisnis yang sengit dan kompleks. Setelah bank asing bersaing memperebutkan nasabah di pasar yang sama, persaingan perbankan semakin ketat. Pada saat yang sama, bank asing memiliki keunggulan dalam hal visibilitas global, pemilihan produk inovatif, dan jaringan global. Situasi ini menggambarkan betapa beratnya persaingan memperebutkan pangsa pasar yang lebih besar. Lovelock (2004) menyatakan bahwa sektor jasa merupakan sektor yang paling besar mengalami perubahan akibat dari cepatnya perubahan yang dialami oleh faktor lain seperti perubahan teknologi yang secara langsung menaikkan iklim kompetisi di dalam industri perbankan.



Bisnis perbankan selalu berada di wilayah yang kompetitif, hadir dengan berbagai inovasi dan pemikiran baru untuk mendapatkan banyak nasabah. Kualitas pelayanan ditentukan dari relevansi antara pelayanan diberikan dengan harapan nasabah. Beberapa nasabah Bank BRI dapat peneliti temui memiliki permasalahan berbeda-beda, contohnya seperti adanya perlakuan membeda-bedakan nasabah prioritas dan biasa. Namun banyak nasabah puas dengan pelayanan diberikan Bank BRI.

Tentunya sebagai pelanggan mereka selalu berharap bahwa pelayanan berkualitas mampu memenuhi hasrat dan keinginannya, hal ini dikarenakan perkembangan ekonomi, teknologi dan kemampuan berpikir membuat pelanggan menyadari bahwa mereka berhak atas layanan yang berkualitas tinggi. Semakin tinggi kualitas layanan dirasakan maka kepuasan pelanggan semakin tinggi, akhirnya berdampak baik pada Tindakan individu dalam merespon pelayanan.

Salah satu kebijakan diterapkan Bank BRI untuk memberdayakan KUR sebagai link permodalan melalui program Kredit Usaha Rakyat (KUR). KUR adalah produk pembiayaan/kredit permodalan dan penyertaan bagi unit kecil/ mikro, UKM dan koperasi di bidang produksi dan usaha. Beberapa nasabah menyebutkan bahwa produk bank BRI seperti tabungan memiliki biaya administrasi perbulan yang tinggi dan membuat beberapa nasabah keberatan untuk menggunakan produk bank BRI.

Terobosan baru dalam produk, pelayanan bank disandingkan teknologi semakin memfasilitasi nasabah untuk melakukan berbagai transaksi keuangan, via media mobile banking. Lembaga keuangan bank menyediakan layanan mobile banking untuk memenuhi permintaan dan Kebutuhan nasabah menjadi salah satu alternatif transaksi bank. Melalui mobile banking, nasabah dapat mengakses produk juga pelayanan perbankan menggunakan smartphone. Bagi masyarakat tentu saja hal ini sangat membantu tetapi bagi orang yang sudah lanjut usia hal ini masih menjadi salah satu hal yang kurang bisa dipahami dan membuat mereka lebih memilih bertransaksi di bank.

BRI cabang Samarinda sebagai bagian bank mengimplementasikan penggunaan mobile banking untuk pelayanan jasa perbankannya. Standar ukur kinerja yang beredar di Indonesia adalah melalui Survei produk terbaik. Kategori e-Channel di Indonesia terdapat 4 bank konvensional yang berhasil masuk dalam Top Index. Berikut dideskripsikan pada tabel 1.1 tentang Top Brand Award kategori e-Channel.

Tabel 1 Top Brand Award Kategori e-Channel

| No | Brand | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 |
|----|-------------------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 1 | m-BCA | 48,1% | 49,5% | 44,5% | 45,5% | 47,5% |
| 2 | BRI Mobile | 12,2% | 14,6% | 17,0% | 20,5% | 17,0% |
| 3 | m-Banking Mandiri | 21,1% | 17,8% | 16,6% | 13,8% | 12,9% |
| 4 | BNI Mobile | 10,1% | 11,4% | 12,3% | 11,3% | 14,0% |

Sumber: https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/?tbi_find=banking



Berdasarkan tabel 1 diketahui bahwa mobile banking BRI berada pada peringkat ke 2. Secara persentase mobile banking BRI mengalami kenaikan ditahun 2019-2020 lalu mengalami penurunan ditahun 2021. Menarik diteliti penyebab penurunan perkembangan mobile banking BRI dan juga jumlah persentase penggunaannya masih sedikit di banding Bank BCA. Posisi mengundang pertanyaan mobile banking memerlukan pemahaman dalam penggunaannya.

BRI cabang Samarinda masih terus mengoptimalkan sistem layanan mobile banking dan juga menghadirkan pelayanan dan produk terbaik, BRI membangun hal terbaru untuk mengapai hasil optimal, bermanfaat, dan terpercaya sebagai mitra kerja yang bertanggungjawab dan menguntungkan agar nasabahnya dapat bertahan pada jasa yang diberikan. Memahami pemaparan tersebut, penelitian dilakukan berjudul dimensi kualitas pelayanan, mutu produk, juga kemudahan mobile banking atas kepuasan nasabah BRI cabang Samarinda.

Rumusan Masalah

Merujuk uraian latar belakang, peneliti menetapkan pertanyaan rumusan masalah:

1. Mutu pelayanan apa berpengaruh pada kepuasan nasabah BRI cabang Samarinda?
2. Kualitas produk apa berpengaruh pada kepuasan nasabah BRI cabang Samarinda?
3. Kemudahan mobile banking apa berpengaruh pada kepuasan nasabah BRI Samarinda?
4. Kualitas pelayanan, kualitas produk, kemudahan mobile banking apa berpengaruh secara simultan pada kepuasan nasabah BRI cabang Samarinda?

Tujuan Penelitian

Tujuan dilakukan penelitian adalah:

1. Memastikan adakah pengaruh kualitas pelayanan pada kepuasan nasabah BRI cabang Samarinda.
2. Mengetahui adakah pengaruh kualitas produk pada kepuasan nasabah BRI Samarinda.
3. Mengetahui adakah pengaruh kemudahan *mobile banking* pada kepuasan nasabah BRI Samarinda.
4. Mengetahui adakah pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk, dan kemudahan *mobile banking* pada kepuasan nasabah BRI Samarinda.

TINJAUAN PUSTAKA

Kualitas Layanan

Heyzer dan Render (2004) kualitas pelayanan jasa dapat diukur dengan melihat seberapa jauh efektifitas pelayanan jasa dapat mempertipis kesenjangan antara harapan dengan pelayanan jasa yang



diberikan. Kepuasan seseorang pada dasarnya bersifat individual. Tjiptono, 2004, kualitas pelayanan di bagi menjadi lima dimensi besar, yaitu:

1. Bukti Langsung (*tangible*), merupakan aspek entitas jasa yang nampak terlihat dan ditemui pelanggan. Dimensi ini berkaitan dengan fasilitas fisik, peralatan, teknologi juga penampilan karyawan.
2. Keandalan (*reliability*), mengukur keandalan entitas dalam memberikan pelayanan ke pelanggan.
3. Daya tanggap (*responsiveness*), kemauan memberikan pelayanan dan membantu pelanggan dengan segera.
4. Jaminan (*assurance*), kompetensi, sopan santun, kredibilitas, dan keamanan yang membantu keyakinan pelanggan bahwa ia mendapatkan jasa diharapkan.
5. Empati (*Emphaty*), dijelaskan dengan gambaran bahwa pelanggan dari kelompok menengah atas mempunyai harapan tinggi agar entitas penyedia jasa mengenal mereka, kebutuhan mereka secara spesifik, dan mengetahui yang menjadi hobi dan karakter orang lain.

Kualitas Produk

Firmansyah (2019), mengemukakan bahwa kualitas produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk diperhatikan, dipakai, dimiliki atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Dimensi dari kualitas produk terdiri dari:

- 1) Kinerja (*Performance*), berkaitan dengan karakteristik operasi dasar sebuah produk.
- 2) Daya Tahan (*Durability*), berapa lama produk bertahan sebelum produk harus diganti.
- 3) Kesesuaian dengan Spesifikasi (*Conformance to specifications*), yaitu sejauh-mana karakteristik operasi dasar sebuah produk memenuhi spesifikasi tertentu dari konsumen atau tidak ditemukan cacat produk.
- 4) Fitur (*Features*), karakteristik produk dirancang untuk menyempurnakan fungsi produk/menambah ketertarikan atas produk.
- 5) Reliabilitas (*Reliability*), probabilitas bahwa produk bekerja lebih memuaskan/tidak periode waktu tertentu.
- 6) Estetika (*Aesthetics*), bagai mana penampilan produk biasa dilihat dari tampak, rasa, bau dan bentuk dari produk.
- 7) Kesan Kualitas (*Preceived quality*), merupakan hasil pengukuran secara tidak langsung.

Kemudahan

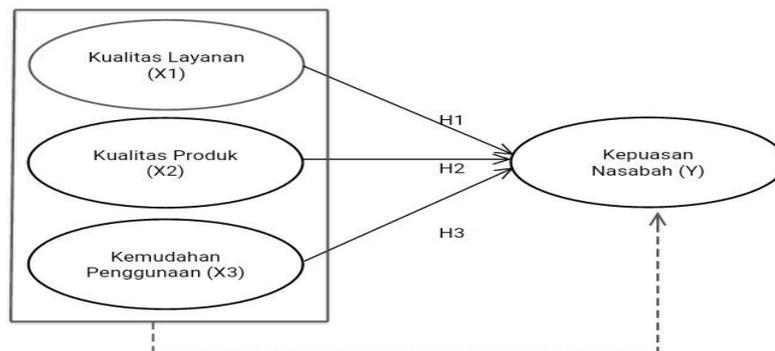
Jogiyanto (2009) menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha. Persepsi kemudahan penggunaan terbagai atas: 1) Interaksi individu via sistem jelas dan mudah dimengerti. 2) Tidak dibutuhkan banyak upaya untuk berinteraksi via sistem. 3) Sistem mudah digunakan. 4) Mudah mengoperasikan sistem sesuai diinginkan individu kerjakan.



Kepuasan Nasabah

Kotler (1997) menuturkan bila perasaan senang/kecewa manusia berasal dari perbandingan antara kesannya atas hasil produk dan harapannya. Ikatan Bankir Indonesia, (2014:81-2) menyatakan konsep umum dipakai mengukur kepuasan adalah: 1) Kepuasan pelanggan keseluruhan, yaitu bertanya ke pelanggan mengenai tingkat kepuasan/jasa serta menilai dan membandingkan tingkat kepuasan pelanggan secara keseluruhan/ jasa diterima dari pesaing. 2) Kepuasan pelanggan, prosesnya ada empat langkah, *Pertama*, mengidentifikasi kunci kepuasan pelanggan. *Kedua*, meminta pelanggan menilai jasa entitas sesuai item spesifik seperti kecepatan layanan/ keramahan staf pada pelanggan. *Ketiga*, minta pelanggan menilai jasa pesaing sesuai item spesifik yang sama. *Keempat*, minta pelanggan menentukan dimensi menurut mereka ada dikelompok penting dalam menilai kepuasan pelanggan keseluruhan. 3) Konfirmasi harapan, dimana kepuasan tidak diukur langsung, tapi disimpulkan berdasar kesesuaian/ ketidaksesuaian atas harapan pelanggan dan kinerja riil dari jasa dijual entitas.

Model Variabel Penelitian



Gambar 1 Model Variable Penelitian

METODE PENELITIAN

Objek Penelitian

Penelitian dilakukan pada nasabah Bank BRI Cabang Samarinda.

Populasi, Sampel dan Sampling

Populasi dalam penelitian adalah nasabah Bank BRI Cabang Samarinda. Sampel penelitian sebanyak 100 responden. Teknik sampling digunakan secara purposive sampling.

HASIL PENELITIAN

Uji Validitas

Pengujian mengukur ketepatan instrument digunakan dalam penelitian, dimana untuk mengukur

valid atau tidak kuisionernya. Tabel hasil pengujian validitas berikut:

| Item Variabel | Item Ditanya | R hitung | R Table | Ket |
|------------------|--------------|----------|---------|-------|
| Kualitas Layanan | 1 | 0,556 | 0,1966 | Valid |
| | 2 | 0,796 | 0,1966 | Valid |
| | 3 | 0,833 | 0,1966 | Valid |
| | 4 | 0,661 | 0,1966 | Valid |
| | 5 | 0,728 | 0,1966 | Valid |
| Kualitas Produk | 1 | 0,644 | 0,1966 | Valid |
| | 2 | 0,718 | 0,1966 | Valid |
| | 3 | 0,759 | 0,1966 | Valid |
| | 4 | 0,727 | 0,1966 | Valid |
| | 5 | 0,725 | 0,1966 | Valid |
| kemudahan | 1 | 0,715 | 0,1966 | Valid |
| | 2 | 0,685 | 0,1966 | Valid |
| | 3 | 0,700 | 0,1966 | Valid |
| | 4 | 0,734 | 0,1966 | Valid |
| Kepuasan Nasabah | 1 | 0,795 | 0,1966 | Valid |
| | 2 | 0,692 | 0,1966 | Valid |
| | 3 | 0,633 | 0,1966 | Valid |
| | 4 | 0,530 | 0,1966 | Valid |
| | 5 | 0,648 | 0,1966 | Valid |

Melihat capaian uji masing-masing item pernyataan memiliki r hitung > dari r tabel (0,1966) dan bernilai positif. maka butir pernyataan dapat dikatakan valid.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas rumus Cronbach's Alpha aplikasi SPSS, hasil uji reliabilitas variabel penelitian:

| Variabel | Cronbach's Alpha | N of Items | Nilai Minimum | Ket |
|------------------|------------------|------------|---------------|----------|
| Kualitas Layanan | 0,768 | 5 | 0,60 | Reliabel |
| Kualitas Produk | 0,757 | 5 | 0,60 | Reliabel |
| Kemudahan | 0,669 | 4 | 0,60 | Reliabel |
| Kepuasan Nasabah | 0,683 | 5 | 0,60 | Reliabel |

Hasil uji reliabilitas tersebut bahwa nilai koefisien dari setiap variabel tersebut lebih besar dari 0,60. Dalam pengujian ini, setiap variabel dinyatakan reliabel.

Analisis Linier Berganda

Untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen, apakah variabel independen memiliki hubungan positif atau negatif. Penelitian dimaksudkan menemukan mutu pelayanan, mutu produk, dan kemudahan penggunaan atas kepuasan nasabah lalu dilakukan uji regresi linear berganda. Hasilnya adalah:



| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|-------|----------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 6.135 | 2.136 | | 2.872 | .005 |
| | Kualitas Layanan | .204 | .071 | .250 | 2.871 | .005 |
| | Kualitas Produk | .290 | .079 | .333 | 3.671 | .000 |
| | Kemudahan Penggunaan | .269 | .110 | .220 | 2.448 | .016 |

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Berdasarkan Tabel tersebut dapat diketahui persamaan regresinya:

$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + B_3X_3 + e$, yang diinterpretasikan sebagai berikut:

$$Y = 6,135 + 0,204 + 0,290 + 0,269$$

Uji Hipotesis

Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan dilakukan untuk menunjukkan apakah semua variabel independen dalam model memiliki pengaruh secara bersama-sama (simultan) atas variabel dependen. Pengujian hipotesis dengan uji F adalah:

| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|-------|------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| 1 | Regression | 144.157 | 3 | 48.052 | 17.601 | .000 ^b |
| | Residual | 262.083 | 96 | 2.730 | | |
| | Total | 406.240 | 99 | | | |

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah
 b. Predictors: (Constant), Kemudahan Penggunaan, Kualitas Layanan, Kualitas Produk

Diketahui nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Berdasarkan kriteria pengambilan keputusan, diketahui $F_{Hitung} 17,601 > F_{Tabel} 2,70$ atau dapat disimpulkan bila hipotesis diterima yaitu (variabel mutu pelayanan, mutu produk, dan kemudahan penggunaan) memiliki pengaruh simultan atas variabel kepuasan nasabah.

Uji Parsial (Uji t)

Uji t untuk melihat pengaruh variabel independen secara individu atas variabel dependen.



| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|----------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 (Constant) | 6.135 | 2.136 | | 2.872 | .005 |
| Kualitas Layanan | .204 | .071 | .250 | 2.871 | .005 |
| Kualitas Produk | .290 | .079 | .333 | 3.671 | .000 |
| Kemudahan Penggunaan | .269 | .110 | .220 | 2.448 | .016 |

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Berdasarkan tabel uji t, hasil pengujian uji parsial (t) diperoleh hasil:

1. Mutu pelayanan atas Kepuasan Nasabah.

Nilai signifikansi mutu pelayanan atas kepuasan nasabah memperoleh nilai t-hitung > t-tabel (2,871 > 1,98498) dan signifikansi sebesar 0,005 < 0,05 berarti terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel mutu pelayanan atas kepuasan nasabah.

2. Kualitas Produk terhadap Kepuasan Nasabah

Nilai signifikansi kualitas produk atas kepuasan nasabah memperoleh nilai t-hitung > t-tabel (3,671 > 1,98498) dan nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05 berarti ada pengaruh positif- signifikan atas variabel mutu produk dan kepuasan nasabah.

3. Kemudahan atas Kepuasan Nasabah, Nilai signifikansi kemudahan atas kepuasan nasabah memperoleh nilai t-hitung > t-tabel (2,448 > 1,98498) dan nilai signifikansi sebesar 0,016 < 0,05 berarti terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel kemudahan atas kepuasan nasabah.

Uji Koefisien Korelasi (Uji R)

Menghasilkan hubungan erat atas variabel independen yaitu (kualitas pelayanan, kualitas produk, dan kemudahan mobile banking) atas variabel dependen (kepuasan nasabah).

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1 | .596 ^a | .355 | .335 | 1.65228 |

a. Predictors: (Constant), Kemudahan Penggunaan, Kualitas Layanan, Kualitas Produk
 Sumber : Output SPSS Ver 20, Diolah 2021

dapat dilihat bila nilai koefisien korelasi (R) sejumlah 0,596 atau 59,6%, menunjukkan bahwa hubungan antar variabel independen atas variabel dependen termasuk dalam kategori korelasi dengan



arah positif.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Mengukur sejauh-mana model dapat menghasilkan variabel dependen. Koefisien determinasi menjelaskan besarnya variabel dependen disebabkan variabel independen. Hasil tersebut diketahui nilai adjusted R^2 sejumlah 0,335 / 33,5%. maksudnya kemampuan variabel independen menjelaskan variabel dependen memiliki pengaruh rendah sebesar 33,5%. Variabel dependen dipengaruhi ketiga variabel independen. Sisanya sebesar 66,5% dipengaruhi faktor lain diluar model penelitian.

| Model Summary | | | | |
|---|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1 | .596 ^a | .355 | .335 | 1.65228 |
| a. Predictors: (Constant), Kemudahan Penggunaan, Kualitas Layanan, Kualitas Produk <i>Sumber : Output SPSS Ver 20, Diolah 2021</i> | | | | |

SIMPULAN

Penelitian dijalankan atas urutan pengumpulan data, pengolahan data, analisis serta interpretasi data dan analisis tentang pengaruh mutu pelayanan, mutu produk, dan kemudahan mobile banking terhadap kepuasan nasabah BRI Cabang Samarinda, dapat disusun simpulan:

1. Berpengaruh positif dan signifikan kualitas layanan atas kepuasan nasabah BRI cabang Samarinda. Artinya jika baik mutu pelayanan diberikan makin naik kepuasan nasabah dalam menggunakan BRI sebagai sarana perbankan.
2. Berpengaruh positif dan signifikan kualitas produk atas kepuasan nasabah BRI cabang Samarinda. Artinya setiap produk dihasilkan BRI cabang Samarinda sesuai dengan minat nasabah. Mengindikasikan penelitian bila, variabel kualitas produk sangat dibutuhkan dalam proses peningkatan terhadap kepuasan nasabah karena pengaruhnya signifikan.
3. Berpengaruh positif dan signifikan kemudahan atas kepuasan nasabah BRI cabang Samarinda. Artinya kemudahan menggunakan mobile banking merupakan keunggulan BRI cabang Samrainda dalam peningkatan kepuasan nasabah.
4. Secara simultan mutu pelayanan, mutu produk, dan kemudahan mobile banking berkorelasi positif dan signifikan atas kepuasan nasabah.



SARAN

1. Praktisi, lembaga perbankan khususnya BRI Cabang Samarinda terus meningkatkan kualitas layanan, kualitas produk dan kemudahan penggunaan aplikasi mobile banking untuk membawa BRI kegerbang kesuksesan, mencapai visi dan misi BRI dan terus meningkatkan ketertarikan para nasabah.
2. Penelitian kedepan, penelitian selanjutnya lebih mengembangkan dan memperhatikan variabel lain, menambah jumlah sampel data, serta pengembangan teknik dan metode pengukuran.

DAFTAR RUJUKAN

- Adela, Melfi. (2020). Pengaruh Layanan M-Banking Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Bank BNI Syariah PCK Rajabasa). Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro, Lampung, Indonesia.
- Amir, M. (2003) Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Notebook Acer Pada PT. Genius Alva Makassar. 515–526.
- Andi. (2017). Sistem Informasi Akuntansi Esensi & Aplikasi (TMBooks, ed.). Yogyakarta.
- Arikunto, S. (2002). Metodologi Penelitian Suatu Pendekatan Proposal. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- As'ad, M. (1991). Psikologi Industri. Ed 4, Yogyakarta: Liberti.
- Barnes, J. G. (2003). Secret of Costumer Relationship Management. Andi: Yogyakarta.
- Buchari, A. (2013). Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa Cet 1. Bandung: Alfabeta.
- Durianto, D. (2004). Brand Equity Ten Strategi Memimpin Pasar. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Firmansyah, (2019). Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy) Cetakan 1. Jakarta: CV Penerbit Qiara Media.
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang
- Heizer, J and Render, B. (2004). Operations Management, 7th Edition, Pearson Education. Inc., Upper Saddle River, New Jersey
- https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/?tbi_find=banking.
- Ikatan Bankir Indonesia. (2013). Memahami Bisnis Bank Ed 1. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Ikatan Bankir Indonesia. (2014). Mengelola Kualitas Layanan Perbankan Ed 1. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.



- Irawan, H. (2002). 10 Prinsip Kepuasan Pelanggan. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Jogiyanto. (2009). Sistem Teknologi Informasi. Yogyakarta. Andi Offset.
- Kartika, R.A. (2020) Pengaruh Kemudahan Penggunaan Aplikasi Terhadap Minat Pegawai Menggunakan Mobile Banking. Institut Agama Islam Negeri Manado, Manado, Indonesia.
- Kasmir. (2014). Manajemen Perbankan Cet 12. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Kotler, P. (1997). Alih Bahasa; Alexander Sindoro, Penyunting; Benyamin Molan, Dasar-dasar Pemasaran, Edisi Jilid dua, Prenhalindo, Jakarta.
- Kotler, P dan Amstrong, G. (2008). Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi.1 Jakarta: Erlangga
- Kotler dan Keller. (2009). Manajemen Pemasaran. Jilid I. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga
- Ledesman, Mario. (2018). Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan Mobile Banking. Universitas Islam Negeri Raden Intan, Lampung, Indonesia.
- Lovelock, C. (2004). "Service Marketing"; Prentice Hall, New Jersey: fifth edition
- Lupiyoadi dan Hamdani. (2006). Manajemen Pemasaran Jasa. Jakarta: Salemba empat.
- Mowen, J. C and Minor, M. (2002). Perilaku Konsumen. Jilid 1 edisi 5. Erlangga Jakarta
- O'Brien, David, and Detmar Straub. (2005). The Relative Importance of Perceived Ease of Use in IS Adoption: A Study of e-Commerce Adoption Journal of the association for information system, volume I, article 8, October 2005.
- Oktafani, F dan Sigit, R. (2014). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Lapangan Futsal (studi kasus pada IFI Futsa Bandung). FEB Universitas Telkom, Bandung, Indonesia.
- Prawirosentono, S. (2004). Filosofi Baru Tentang Manajemen Mutu Terpadu, Jakarta: Rineka Cipta.
- Primasari, Destika. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk tabungan IB Hasanah Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank BNI Syariah KCP Ungaran. Institut Agama Islam Negeri Salatiga, Salatiga.
- Priyatno, D. (2013). Mandiri Belajar Analisis Data Dengan SPSS, Yogyakarta, Mediakom.
- Purnawati dkk. (2014). Akuntansi Perbankan Cet 1. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Rangkuti, F. (2004). Manajemen Persediaan. Jakarta: PT Raja Grafindo
- Rao, Purba. (1996). Measuring consumer perception through factor analysis. The asianmanager. February-march, pp 28-23
- Ratminto. (2005). Manajemen Pelayanan. Yogyakarta: Pustaka Belajar.



Ratminto dkk. (2012). Manajemen Pelayanan Cet 10. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Sebayang. (2017). Pengaruh Risiko, Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Penggunaan Layanan Mobile Banking. Skripsi Universitas Lampung.

Siregar, S. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif. Jakarta: Fajar Interpratama Mandiri

Siregar, S. (2015). Metode Penelitian Kuantitatif. Jakarta: Prenadamedia Group.

Sugiyono. (2010). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta

Sugiyono, (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D Cet 23. Bandung: Alfabeta.

Sujarweni, V.W. (2014). Metodologi Penelitian Cet 1. Yogyakarta: Pustaka BaruPress.

Tjini dan Baridwan. (2013). Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Penggunaan Sistem Internet Banking. Vol 1, No 2: Semester Genap 2012/2013.

Tjiptono, F. (2004). Manajemen Jasa. Edisi Pertama. Yogyakarta: Penerbit Andi.

Tjiptono, F. (2007). Strategi Pemasaran. Edisi Pertama. Andi Offset, Yogyakarta.

Tjiptono, F. (2012). Service, Quality Satisfaction. Jogjakarta: Andi Offset.

Umar, H. (2000). Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Venkatesh, V. dan Davis, F.D. (2000). A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies. Management Science 46-2

Widjana, Mahardika Aditya. (2010). Determinan Faktor Penerimaan Terhadap Internet Banking Nasabah Bank di Surabaya, Tesis, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas.

