

PENGARUH PERSEPSI KUALITAS LAYANAN DAN SIKAP NASABAH TERHADAP
KEPUTUSAN MENGGUNAKAN LAYANAN MOBILE BANKING (STUDI KASUS
PADA BANK BNI KCU JAKARTA PUSAT)

Oleh

Dinda Ayu Fadhillah¹, Sugeng Prayetno²

^{1,2}Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Panca Sakti
Bekasi

Email: ¹Dindadayu19@gmail.com, ²sugengprayetno61@gmail.com

Abstract

When a bank offers mobile banking services, they provide their customers with tools that facilitate the use of online banking from anywhere and at any time. This quantitative study aims to find out how Perceived Quality of Service (SQ) (X_1) and Customer Attitudes (X_2) on the Decision to Use Mobile Banking Services (Y). One hundred mobile banking users at Bank BNI KCU Central Jakarta branch were surveyed via a questionnaire. Based on the findings of this study, Perceived Service Quality (SQ) and Customer Attitudes have a positive and significant effect on the Decision to Use Mobile Banking Services at Bank BNI KCU Central Jakarta, either partially or simultaneously. The magnitude of the influence of 74.8% of the variable Service Quality (SQ) and Customer Attitudes can affect the Decision to Use Mobile Banking Services at Bank BNI KCU Central Jakarta, while the remaining 25.2% is influenced by other variables outside of this research.

Keywords: *Customer Attitude, Decision, Mobile Banking Services, Perception, and Service Quality*

PENDAHULUAN

Revolusi Industri Keempat (Industri 4.0) merupakan fenomena yang tak terelakkan di setiap negara di dunia. Munculnya internet berkecepatan tinggi dan smartphone telah mendorong perubahan luar biasa di banyak negara. Pada 4 April 2018, Pemerintah Indonesia dibawah Kementerian Perindustrian Republik Indonesia telah mencanangkan roadmap terpadu pada Making Indonesia 4.0 untuk menjadi panduan dalam menerapkan beberapa cara menghadapi revolusi industry 4.0. Adopsi industry 4.0 diharapkan dapat menempatkan Indonesia pada jajaran 10 besar ekonomi pada tahun 2030. Penciptaan Indonesia ke arah 4.0 memberikan dampak yang luar biasa bagi berbagai industri termasuk perbankan dan keuangan. Karena menciptakan model bisnis baru berbasis digital sehingga menghasilkan output berkualitas dan

memiliki efisiensi tinggi (Kementrian Perindustrian, 2018).

Salah satu bank yang telah melakukan digitalisasi adalah Bank Negara Indonesia. Bank umum dengan kode saham BBNI ini selalu dan berkesinambungan melakukan beragam penyempurnaan dalam menghasilkan layanan dan produk actual selaras dengan keperluan nasabah. BNI fokus menggali potensi bisnis nasabahnya dalam berbagai aspek, salah satunya melalui strategi one stop solution digital financial services. Melalui strategi tersebut, layanan keuangan digital BNI tersedia untuk menjawab kebutuhan nasabah segmen consumer & retail dan business banking secara end to end. Produk unggulan dari layanan digital BNI adalah BNIDirect, BNI Xpora dan BNI Mobile Banking. Berdasarkan laporan tahunan BNI 2022 terjadi penurunan jumlah dan volume nilai transaksi ATM pada tahun 2022 hal ini disebabkan

adanya perubahan perilaku nasabah yang mengalihkan transaksi ATM ke transaksi digital. Di Bank BNI penurunan ini dibuktikan dengan kenaikan transaksi pada BNI Mobile Banking.

Menurut (Sarikusumaningtyas, Winna. Prayetno, 2023) setiap pelaku usaha, termasuk bank, harus berusaha untuk mendapatkan “competitive advantage” agar terus menjalankan usahanya (advantage to win the competition). Inisiatif yang berfokus pada pelanggan dan berorientasi laynana yang bertujuan untuk memperkuat citra publik Perusahaan dapat mengambil bentuk ini. BNI terus memperkuat kualitas layanan demi memperkuat kenyamanan transaksi nasabah, salah satunya dengan menghadirkan berbagai fitur inovatif dalam mobile banking berdasarkan kebutuhan nasabah mengikuti perkembangan teknologi dan bisnis.

Dibalik banyak kemudahan yang ditawarkan oleh Mobile Banking di sisi lain terkadang terdapat permasalahan dalam proses pengeoperasian Mobile Banking seperti nasabah yang mengalami kesulitan untuk melakukan transaksi pada Mobile Banking, terdapat gangguan satelit atau gangguan yang sifatnya teknis dan lain-lain. Dalam kejadian-kejadian ini terdapat nasabah yang dapat memahami dan memakluminya namun terkadang ada yang tidak terima atas kejadian tersebut. Hal seperti ini yang terkadang dapat menimbulkan rumor di dunai maya sehingga menjadi viral dan mempengaruhi sikap nasabah.

Dengan banyak kemudahan yang ditawarkan dan permasalahan yang timbul ketika bertransaksi pada layanan mobile banking, peneliti ingin membahas mengenai bagaimana Pengaruh Persepsi Kualitas Layanan (SQ) dan Sikap Nasabah Terhadap Keputusan Menggunakan Layanan Mobile Banking Pada BNI KCU JakartaPusat.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah yang dijadikan bahan penelitian ini adalah:

1. Apakah persepsi kualitas layanan (SQ) berpengaruh terhadap keputusan menggunakan layanan mobile banking pada Bank BNI KCU Jakarta Pusat?
2. Apakah sikap nasabah berpengaruh terhadap keputusan menggunakan layanan mobile banking pada Bank BNI KCU Jakarta Pusat?
3. Apakah persepsi kualitas layanan (SQ) dan sikap nasabah berpengaruh secara simultan terhadap keputusan menggunakan layanan mobile banking pada Bank BNI KCU Jakarta Pusat ?

LANDASAN TEORI

A. Persepsi

Orang, benda peristiwa, kejadian, keadaan, dan aktivitas adalah contoh rangsangan yang diambil oleh indra manusia dan dapat diidentifikasi, dimanipulasi, dan ditafsirkan melalui proses persepsi (SWARJANA, 2022). Sebagaimana dikutip oleh Robbins dan Judge (dalam Asri et al., 2020) menjelaskan jika persepsi ialah cara orang memahami dunia di sekitar mereka dengan mengatur dan memahami informasi yang tersimpan dalam ingatan mereka. Berdasarkan apa yang telah dikatakan tentang persepsi oleh banyak ahli maka dapat dinyatakan bahwa persepsi adalah proses untuk dapat memahami semua data sensorik yang kita ambil dai lingkungan kita. Persepsi, menurut otoritas tertentu, juga merupakan operasi mental.

B. Kualitas Layanan (SQ)

Bagi Gronroos (dalam Sigit & Soliha, 2017) kualitas layanan didefinisikan sebagai pendapat pelanggan tentang seberapa baik layanan memenuhi harapan mereka. Layanan yang diharapkan dan layanan yang dirasakan adalah dua aspek penting yang menentukan kualitas layanan. Kualitas layanan dianggap tinggi dan kepuasan pelanggan tinggi jika apa yang dijanjikan adalah apa yang disampaikan. Kualitas suatu layanan dianggap optimal jika secara konsisten memenuhi atau melampaui

harapan audiens sasaran. Namun, jika layanannya di bawah standar dibandingkan dengan yang dijanjikan, maka kualitas layanannya rendah. Akibatnya, kualitas layanan bergantung pada kapasitas penyedia untuk memuaskan permintaan yang sedang berlangsung yang diterima lebih buruk dari yang.

Ada 5 dimensi pada kualitas layanan yang dijelaskan oleh Suryadharma & Nurcahya dalam (Irma, 2020), yaitu :

1. Reliability
2. Assurance
3. Emphaty
4. Tangibles
5. Responsiveness

C. Sikap

Sikap menurut I Ketut Swarjana (2022) juga dapat diartikan sebagai sudut pandang, sikap, atau sentimen terhadap hal-hal tertentu, orang, atau peristiwa. Tingkat persetujuan atau ketidaksetujuan seseorang dapat disimpulkan dari intensitas kesukaan atau ketidaksukaan mereka masing-masing. Dapat disimpulkan bahwa sikap adalah persiapan mental, sebuah tahap yang terjadi pada individu bersama pengalaman pribadinya, beranggapan pada objek serta keadaan lain secara bersama-sama.

D. Keputusan

Pemilihan antara dua atau lebih tindakan potensial disebut keputusan (Cahya et al., 2019). Pelanggan membuat pilihan berdasarkan hasil dari proses integrasi yang menggunakan beberapa sumber informasi untuk menentukan peringkat dan akhirnya memilih salah satu dari beberapa kemungkinan tindakan. Pelanggan membuat pilihan mereka berdasarkan informasi dan pengetahuan mereka sendiri.

E. Digital Banking

Perbankan digital atau disebut juga e-banking didefinisikan oleh Peraturan Otoritas Jasa Keuangan No. 12/POJK.03/2018 sebagai layanan bagi nasabah Bank untuk memperoleh informasi, berkomunikasi dan melakukan transaksi perbankan melalui media elektronik,

dan dikembangkan dengan mengoptimalkan penggunaan data pelanggan untuk melayani klien dengan lebih cepat, mudah, dan sesuai dengan kebutuhan (*customer experience*) serta dapat dilakukan secara mandiri oleh klien dengan mementingkan keamanan.

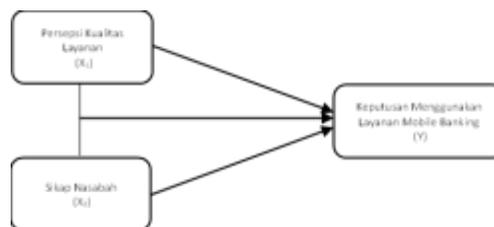
Jenis layanan digital banking yaitu:

1. SMS Banking
2. Internet Banking
3. Phone Banking
4. Internet Banking

F. Layanan Mobile Banking

Mattila yang dikutip (Indah & Prasetyo, 2023) menegaskan jika perbankan dilakukan melalui sarana nirkabel, sebagaimana Mobile banking disebut. BNI Mobile Banking memudahkan, aman, dan cepat bagi konsumen untuk melakukan transaksi perbankan dari ponselnya. Informasi yang sebelumnya hanya tersedia di ATM, seperti saldo rekening, transfer, transaksi, dan transaksi mata uang asing, kini tersedia secara online. Dan nasabah juga dapat melakukan transaksi tanpa kartu dengan QRIS BNI.

Kerangka Pemikiran



METODE PENELITIAN

Menurut Menurut Kerlinger yang dikutip oleh (Widiawati et al., 2022) menyatakan bahwa Dalam studi kuantitatif, survei adalah alat yang umum. Data dari sampel yang diambil dari suatu populasi dianalisis untuk menentukan frekuensi kejadian, distribusi, dan korelasi antara karakteristik sosiologis dan psikologis dalam penelitian survei.

Jenis penelitian survei ini dipilih karena sesuai dengan tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh variabel bebas Persepsi

Kualitas Layanan (SQ) berdasarkan indikator dimensi servqual dan Sikap Nasabah terhadap Keputusan Menggunakan Layanan Mobile Banking.

Adapun populasi dalam studi ini yakni seluruh nasabah Bank BNI KCU Jakarta pusat pengguna layanan BNI Mobile Banking.

Sampel mewakili subset dari populasi dalam hal ukuran dan distribusi. Sampel penelitian terdiri dari 100 pengguna layanan BNI Mobile Banking di KCU BNI Jakarta Pusat.

Observasi dan kuesioner digunakan untuk mengumpulkan data untuk penelitian ini. Sumber data dalam penelitian adalah orang atau entitas lain yang darinya informasi dapat dikumpulkan. Data primer dan data sekunder sama-sama berguna untuk melakukan penelitian. Nasabah yang menggunakan layanan mobile banking BNI di Jakarta Pusat akan dijadikan sebagai sumber data utama dalam penelitian ini; peneliti akan membagikan kuesioner tertutup kepada pelanggan ini, dengan alternatif yang disediakan penulis berfungsi sebagai sumber data sekunder.

Yang kemudian variabelnya menjadi dua yakni:

- a. Adapun variabel bebas dalam penelitian ini adalah Persepsi Kualitas Layanan (SQ) sebagai X_1 dengan Indikator Reliability, Responsivness, Assurance dan Sikap Nasabah sebagai variabel X_2 .
- b. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah Keputusan Menggunakan Layanan Mobile Banking pada Bank BNI KCU Jakarta Pusat.

Menurut Siregar (Imron, 2019) Sikap, pendapat, dan persepsi terhadap suatu hal atau fenomena dapat diukur dengan menggunakan skala Likert. Penulis telah mengidentifikasi kejadian ini, yang akan disebut sebagai variabel penelitian.

Bagi Sugiyono (2017:147) Setelah informasi dari seluruh responden (populasi/sampel) diperoleh, prosedur analisis

data kuantitatif dapat dilakukan. Untuk mengetahui sejauh mana pengaruh faktor independen terhadap signifikansi variabel dependen, peneliti menggunakan metode ini. Ada sejumlah pemeriksaan yang harus dilakukan sebelum regresi linier dasar dapat digunakan untuk analisis data, termasuk pemeriksaan normalitas, heteroskedastisitas, dan multikolinearitas. Data yang diperiksa untuk distribusi normalnya adalah inti dari tes ini. Mengingat relevansinya dengan kriteria validasi untuk metode analisis data, uji kenormalan patut mendapat banyak perhatian. Dalam penelitian ini, Uji Kolmogorov-Smirnov (uji normalitas) dijalankan dengan SPSS versi 25. Untuk menentukan apakah model regresi menemukan hubungan antara variabel independen, uji multikolinearitas harus dilakukan. Variabel independen dalam model regresi yang layak tidak boleh berkorelasi satu sama lain. Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk melihat apakah varian residu sebanding di seluruh data selama analisis regresi. Istilah homoskedastisitas dan heteroskedastisitas digunakan untuk menggambarkan apakah varian residual antar pengamatan konstan atau tidak. Suatu model regresi dikatakan homoskedastisitas jika dan hanya jika tidak menunjukkan heteroskedastisitas. Agar dapat melakukan uji heteroskedastisitas dengan lebih presisi. Versi 25 dari paket statistik SPSS digunakan dalam penelitian ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Beberapa prosedur, termasuk Uji Instrumen, Uji Asumsi Klasik, Uji Regresi Linier Berganda, Uji Koefisien Determinasi, dan Uji Hipotesis, harus diselesaikan sebelum data dapat dianalisa.

Tabel 1. Hasil Uji validitas Variabel Kualitas Layanan

Variabel	Minimal Cronbach Alpha	Cronbach Alpha	Keterangan
X ₁	0,60	0,796	Reliabel
X ₂		0,612	Reliabel
Y		0,700	Reliabel

Berdasarkan analisis data, terlihat jika semua pertanyaan variabel kualitas layanan (SQ) berstatus valid, sebab nilai rhitung > rtabel yaitu 0,196.

Tabel 2. Hasil Uji validitas Sikap Nasabah

Variabel	Pertanyaan	Koefisien Korelasi r hitung	R Tabel	Status
Kualitas Layanan (SQ) X ₁	Q1	.833**	0,196	VALID
	Q2	.801**		VALID
	Q3	.823**		VALID
	Q4	.849**		VALID
	Q5	.830**		VALID
	Q6	.811**		VALID
	Q7	.790**		VALID
	Q8	.829**		VALID
	Q9	.829**		VALID
	Q10	.891**		VALID
	Q11	.888**		VALID
	Q12	.887**		VALID

Berdasarkan analisis data, terlihat jika semua pertanyaan variabel sikap nasabah berstatus valid, karena nilai rhitung > rtabel yaitu 0,196.

Tabel 3. Hasil Uji validitas Keputusan Menggunakan Layanan Mobile Banking

Variabel	Pertanyaan	Koefisien Korelasi r hitung	R Tabel	Status
Keputusan Menggunakan Layanan Mobile Banking (Y)	Q18	.600**	0,196	VALID
	Q19	.633**		VALID
	Q20	.514**		VALID
	Q21	.655**		VALID
	Q22	.601**		VALID
	Q23	.554**		VALID
Q24	.622**	VALID		

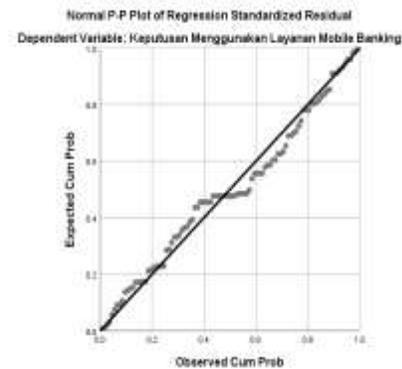
Berdasarkan analisis data, terlihat bahwa semua pertanyaan variabel keputusan menggunakan layanan mobile banking bersatus valid, karena nilai rhitung > rtabel yaitu 0,196.

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Pertanyaan	Koefisien Korelasi r hitung	R Tabel	Status
Sikap Nasabah (X ₂)	Q13	.588**	0,196	VALID
	Q14	.589**		VALID
	Q15	.643**		VALID
	Q16	.565**		VALID
	Q17	.688**		VALID

Tabel diatas menunjukkan jika setiap variabel bernilai croanbach alpha lebih dari 0.60 ($\alpha > 0.60$), kemudian bisa dibilang jika seluruh variabel X₁, X₂, dan Y ialah reliabel.

Analisis statistik SPSS versi 25 mengungkapkan jika nilai signifikansi normal. Hasil uji normalitas penelitian ini adalah seperti berikut:



Gambar 1. Normal P-Plot Hasil Uji Normalitas

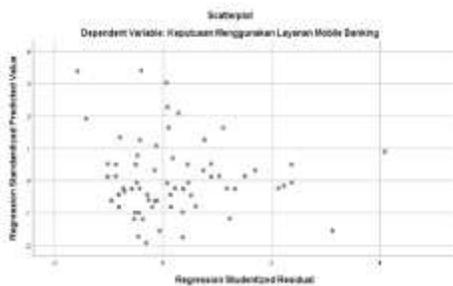
Asumsi normalitas dipenuhi oleh model regresi karena Normal Probability Plot menunjukkan bahwa data mengelompok dan cenderung bergerak ke arah yang sama dengan garis diagonal.

Tabel 5. Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a			
Collinearity Statistics			
Model	Tolerance	VIF	
1	Bersikap Kualitas Layanan (SQ)	258	3.874
	Sikap Nasabah	258	3.874

a. Dependent Variable: Keputusan Menggunakan Layanan Mobile Banking

Nilai toleransi untuk X1 dan X2 adalah 0,258 dan 0,258, dan nilai VIF masing-masing adalah 3,874 dan 3,874, sesuai dengan temuan uji multikolinearitas. Tidak ada variabel independen yang memiliki nilai VIF lebih dari 10, dan tidak ada variabel independen dengan toleransi kurang dari 10%, seperti yang ditunjukkan oleh data tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa variabel bebas dalam model regresi tidak menunjukkan multikolinearitas.



Gambar 2

Scatterplot Uji Heteroskedastisitas

Titik data dalam grafik Scatterplot tersebar baik di atas maupun di bawah garis nol pada sumbu Y, menunjukkan bahwa tidak ada pola yang terlihat. Oleh karena itu, model regresi tidak menunjukkan adanya heteroskedastisitas.

Tabel 6. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
(Constant)	2.505	1.617			1.548	.125
Persepsi Kualitas Layanan (SQ)	.403	.063	.646		6.440	.000
Sikap Nasabah	.315	.129	.244		2.438	.017

a. Dependent Variable: Keputusan Menggunakan Layanan Mobile Banking

Dapat dirumuskan persamaan regresi linear berganda pada tabel yakni sebagai berikut:

$$Y = 2.505 + 0,403x_1 + 0,315x_2$$

Tabel 7. Koefisien Determinasi

Model Summary ^a				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.850 ^a	.748	.743	1.578

a. Predictors: (Constant), Sikap Nasabah, Persepsi Kualitas Layanan (SQ)
b. Dependent Variable: Keputusan Menggunakan Layanan Mobile Banking

R Square (R²) untuk hubungan antara Kualitas Layanan (SQ) dan Sikap Nasabah dengan Keputusan Menggunakan Layanan Mobile Banking Bank BNI KCU Jakarta Pusat adalah sebesar 0,748 yang menunjukkan bahwa kedua faktor tersebut memberikan kontribusi sebesar 74,8% dari total variansi dalam keputusan ini.

Untuk mengetahui apakah ada pengaruh yang signifikan antara variabel bebas dan variabel terikat. Metode pengujian hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini dilakukan dengan uji parsial (Uji-t) dan uji simultan (Uji-F) untuk melihat Persepsi Kualitas Layanan (SQ) dan Sikap Nasabah terhadap Keputusan Menggunakan Layanan Mobile Banking pada Bank BNI KCU Jakarta Pusat.

Tabel 8. Hasil Uji t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	2.505	1.617			1.548	.125
Persepsi Kualitas Layanan (SQ)	.403	.063	.646		6.440	.000
Sikap Nasabah	.315	.129	.244		2.438	.017

a. Dependent Variable: Keputusan Menggunakan Layanan Mobile Banking

Nilai t untuk variabel dependen kualitas pelayanan (SQ) (X1) adalah 6,440, dan t tabel adalah 1,984, sehingga t hitung lebih besar dari t tabel (6,440 > 1,984) dan tingkat signifikansi 0,000, atau kurang dari 0,05. Oleh karena itu Kualitas Layanan (SQ) (X1) mempengaruhi kemungkinan nasabah Bank BNI KCU Jakarta Pusat akan menggunakan Layanan Mobile Banking (Y), sehingga menyanggah H0. Thitung lebih dari nol, yang menunjukkan bahwa itu memiliki dampak positif. Untuk X2

yang mengukur sikap diperoleh nilai t hitung sebesar 2,438 dan nilai t tabel sebesar 1,984 menghasilkan tingkat signifikansi sebesar 0,017 ($2,438 > 1,984$) lebih kecil dari 0,05 (0,017 < 0,05). Oleh karena itu hipotesis nol (H_0) tidak didukung; sebaliknya, sikap nasabah tentang penggunaan layanan mobile banking di Bank BNI KCU Jakarta Pusat (X_2) mempengaruhi keputusan akhir mereka untuk melakukannya (Y). Thitung positif ($=1,984$) menunjukkan tingkat dampak dan signifikansi yang tinggi.

Tujuan dari analisis ini adalah untuk memastikan dampak gabungan (simultan) dari semua faktor independen penelitian terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini, kami menggunakan uji F untuk menentukan apakah terdapat hubungan yang signifikan secara statistik antara Persepsi Kualitas Layanan (SQ) dan Sikap Nasabah terhadap Keputusan Menggunakan Layanan Mobile Banking pada Bank BNI KCU Jakarta Pusat.

Tabel 9. Hasil Uji F

Model		Sums of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	718,560	2	359,280	144,229 ^a	,000 ^b
	Residual	241,620	97	2,491		
	Total	960,180	99			

a. Dependent Variable: Keputusan (Menggunakan Layanan Mobile Banking)
b. Predictors: (Constant), Sikap Nasabah Persepsi Kualitas Layanan (SQ)

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kedua variabel independen kualitas pelayanan (SQ) (X_1) dan Sikap Nasabah (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen Keputusan Penggunaan Layanan Mobile Banking di Bank BNI KCU Pusat Jakarta (Y), dengan nilai F ($144,229$) > F tabel ($3,09$) dan nilai signifikan $0,000$ artinya $0,000 < 0,05$, sehingga menolak H_0 dan menerima H_a .

PENUTUP

Kesimpulan

Dari hasil penelitian tentang Pengaruh Persepsi Kualitas Layanan (SQ) dan Sikap Nasabah terhadap Keputusan menggunakan Layanan Mobile Banking pada Bank BNI

KCU Jakarta Pusat dengan 100 responden sehingga kesimpulannya yakni:

1. Berdasarkan Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel Perceived Service Quality (SQ) berpengaruh terhadap keputusan penggunaan layanan mobile banking di Bank BNI KCU Jakarta Pusat; nilai t hitung 6,440 sedangkan t tabel 1,984, hal ini menunjukkan bahwa t hitung lebih besar dari t tabel ($6,440 > 1,984$) dengan nilai signifikansi 0,000, nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 Indikator reliabilty, responsive, dan assurance semuanya menunjukkan kualitas layanan BNI Mobile Banking berada di atas rata-rata.
2. Uji t menunjukkan t hitung sebesar 2,438 lebih besar dari t tabel sebesar 1,984 ($t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$, atau $2,438 > 1,984$). Nilai signifikansi sebesar 0,017 menunjukkan adanya hubungan yang signifikan secara statistik antara variabel Sikap Nasabah dengan Pilihan Menggunakan Layanan Mobile Banking di Bank BNI KCU Jakarta Pusat. Hal ini disebabkan karena BNI Mobile Banking dapat diandalkan nasabah dalam memaksimalkan fasilitas layanan perbankan serta Bank BNI juga menjamin keamanan nasabah dalam bertransaksi.
3. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa persepsi kualitas layanan (SQ) dan sikap nasabah secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan penggunaan layanan mobile banking di Bank BNI KCU Jakarta Pusat, dengan nilai F sebesar ($144,229$) > F tabel ($3,09$) dan nilai signifikan $0,000$ artinya $0,000 < 0,05$. Hal ini dikarenakan kemudahan dalam fitur yang tersedia pada BNI Mobile Banking, ketanggapan yang ditunjukkan oleh BNI Call Center dalam menangani keluhan dalam

penggunaan BNI Mobile Banking serta jaminan yang diberikan Bank dalam setiap transaksi yang dilakukan oleh nasabah sehingga karena hal tersebut layanan BNI Mobile Banking dapat menjadi andalan nasabah dalam memanfaatkan fasilitas layanan perbankan secara online.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Bank Negara Indonesia. (2022). *Digital Banking Unggul, BNI Raih Penghargaan The 1st Overall E-Banking Terbaik 2022*. Diakses Mei 2023, dari <https://www.bni.co.id/id-id/beranda/kabar-bni/berita/articleid/21269>.
- [2] Bank Negara Indonesia. *Laporan Tahunan 2022*. (Diakses di <https://www.bni.co.id/Portals/1/BNI/Perusahaan/HubunganInvestor/Docs/AR-BNI-2022-ID.pdf>).
- [3] Kementerian Perindustrian. (2018). *Making Indonesia 4.0: Strategi RI Masuki Revolusi Industri Ke-4*. Kementerian Perindustrian. <https://kemenperin.go.id/artikel/18967/Making-Indonesia-4.0:-Strategi-RI-Masuki-Revolusi-Industri-Ke-4>
- [4] Sarikusumaningtyas, Winna. Prayetno, S. (2023). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KERELASIAN NASABAH TERHADAP CITRA BANK BANTEN*. 17. <https://doi.org/https://doi.org/10.33578/mbi.v17i8.323>
- [5] Sigit, K. N., & Soliha, E. (2017). Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah. *Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, 21(1), 157–168. <https://doi.org/10.26905/jkdp.v21i1.1236>
- [6] SWARJANA, I. K. (2022). *KONSEP PENGETAHUAN, SIKAP, PERILAKU, PERSEPSI, STRES, KECEMASAN, NYERI, DUKUNGAN SOSIAL, KEPATUHAN, MOTIVASI, KEPUASAN, PANDEMI COVID-19, AKSES LAYANAN KESEHATAN - LENGKAP DENGAN KONSEP TORI, CARA MENGUKUR VARIABEL, DAN CONTOH KUESIONER* (R. INDRA (ed.)). ANDI. https://www.google.co.id/books/edition/KONSEP_PENGETAHUAN_SIKAP_PERILAKU_PERSEPSI/aPFeEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=persepsi+adalah&pg=PA28&printsec=frontcover
- [7] Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV.
- [8] Widiawati, W., Heri Andri, E., Despa, D., & Afriani, L. (2022). Survey Kondisi Gedung Kantor Desa di Kecamatan BP. Peliung Kabupaten OKU Timur. *Seminar Nasional Insinyur Profesional (SNIP)*,2(2). <https://doi.org/10.23960/snip.v2i2.241>