

ANALISIS KUALITAS PELAYANAN, KEMUDAHAN PENGGUNAAN APLIKASI M-BCA TERHADAP KEPUASAN NASABAH PEMBUKAAN REKENING *ONLINE*

Yola Putri Rahayu¹

Universitas Sahid

Euis Widiati^{2*}

Universitas Sahid

e-mail: euis_widiati@usahid.ac.id

ABSTRACT

In the current era of digitalization, business competition is increasing, making service entrepreneurs switch to running their business using digitalization to improve service quality and ease of use. This research aims to determine the effect of service quality and ease of use of the M-BCA application on customer satisfaction when opening an online account. This research uses a quantitative research design. The population in this study was 20.8 million customers (respondents), while the sample size was 100 respondents. The sampling technique used is purposive sampling. The primary data used in this research is a questionnaire survey distributed using Google Forms to 100 people who have opened an online account on the M-BCA application. Hypothesis testing uses multiple linear regression analysis, and the research results show that service quality and ease of use have a partial or simultaneous positive influence on customer satisfaction.

Keywords: *service quality, customer satisfaction, online account opening.*

ABSTRAK

Pada era digitalisasi saat ini persaingan bisnis semakin meningkat, membuat para pengusaha jasa beralih menjalankan bisnisnya dengan menggunakan teknologi dan informasi untuk meningkatkan kualitas pelayanan, kemudahan penggunaan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, kemudahan penggunaan aplikasi M-BCA terhadap kepuasan nasabah pembukaan rekening *online*. Penelitian ini menggunakan desain penelitian kuantitatif. Jumlah populasi pada penelitian ini yaitu 20,8 juta nasabah (responden), sedangkan jumlah sampel 100 responden. Adapun metode Teknik sampling yang digunakan adalah *purposive sampling*. Data primer yang digunakan pada penelitian ini berupa survey kuesioner yang disebarakan menggunakan *Google Form* kepada 100 orang yang pernah melakukan pembukaan rekening *online* di aplikasi M-BCA. Pengujian hipotesis menggunakan analisis regresi linier berganda dan hasil penelitian di dapatkan bahwa kualitas pelayanan, kemudahan penggunaan memiliki pengaruh positif secara parsial maupun simultan terhadap kepuasan nasabah.

Kata kunci: kualitas pelayanan, kemudahan penggunaan, pembukaan rekening *online*.

JEL: L84.

Diterima	: 03 April 2024
Ditinjau	: 10 April 2024
Dipublikasikan	: 30 April 2024

1. PENDAHULUAN

Era digitalisasi internet menjadi penunjang kegiatan sehari-hari masyarakat. Berdasarkan survey kompas.com (2023) menyatakan Indonesia berada pada peringkat keempat terbanyak pengguna internet. Pesatnya pertumbuhan penggunaan internet telah mempertajam daya saing pelaku bisnis dibidang jasa. Sehingga dibutuhkan strategi penggunaan teknologi dan informasi yang bertujuan untuk dapat meningkatkan kepuasan nasabah dan memenangkan persaingan. Salah satunya dengan kualitas pelayanan. Berdasarkan hasil penelitian Fransiska & Aquinia (2023) menyatakan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Tabel 1. Negara Pengguna Internet Terbanyak di Dunia Tahun 2023

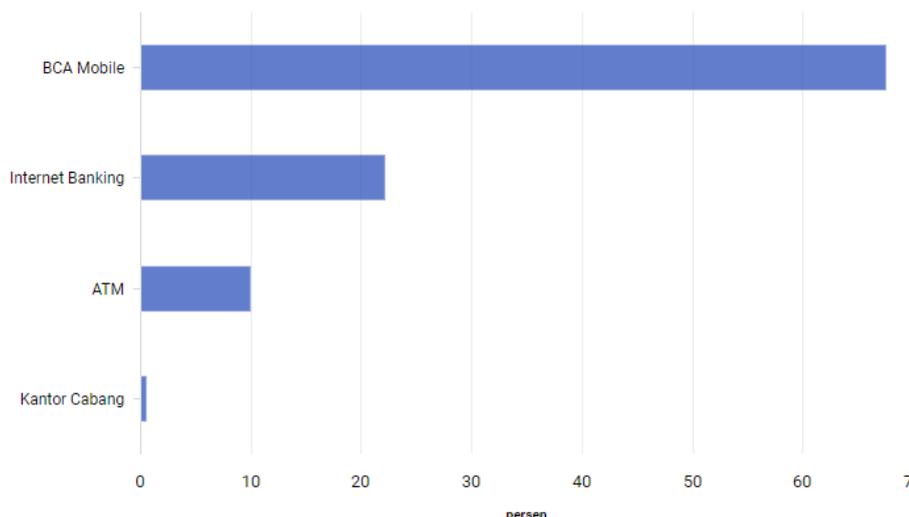
Negara	Jumlah Pengguna	Peringkat
China	1 Miliar	1
India	658 juta	2
Amerika Serikat	307,2 juta	3
Indonesia	204,7 juta	4
Brasil	165,3 juta	5
Rusia	129,8 juta	6
Jepang	118,3 juta	7
Nigeria	109,2 juta	8
Meksiko	96,87 juta	9
Jerman	78,02 juta	10

Sumber: kompas.com (2023)

Menurut Maryanto & Kaihatu (2021) persepsi kemudahan penggunaan adalah seberapa besar tingkat kepercayaan nasabah dengan menggunakan teknologi mereka tidak perlu mengeluarkan usaha yang lebih besar, teknologi akan memberikan kemudahan bagi pengguna jika aplikasi tersebut dapat dipahami dengan mudah oleh pengguna, serta fleksibel dalam penggunaannya. Didukung juga dari penelitian yang dilakukan oleh Fransiska & Aquinia (2023), menyatakan bahwa variable kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Salah satu perusahaan yang beralih menjalankan bisnis menggunakan teknologi dan informasi yaitu PT. Bank Central Asia, perusahaan ini bergerak dibidang jasa keuangan dan menciptakan inovasi berupa aplikasi M-BCA yang berfungsi untuk menunjang kegiatan *financial* dan *non-financial* nasabah berbasis digital, serta menambahkan fitur pembukaan

rekening online yang rilis pada bulan April 2019 manfaatnya dimana nasabah dapat melakukan pembukaan rekening tanpa harus datang ke cabang.



Gambar 1. Jumlah Komposisi Volume Transaksi M-BCA Kuartal II tahun 2022

Sumber: databoks.katadata.co.id (2022)

Sebagai informasi menurut Hera F, Haryn di databoks 2022 pengguna M-BCA sebanyak 20,8 juta pada tahun 2022, dan volume transaksi M-BCA mencapai 3,61 miliar kali transaksi (67%) pada kuartal II 2022, volume transaksi pelanggan BCA yang menggunakan *internet banking* mencapai 1,8 miliar kali transaksi (22%), menggunakan ATM sebanyak 553 juta kali transaksi (10%), melalui kantor cabang 24 juta kali transaksi (0,45%).

Seiring dengan tingginya nasabah yang menggunakan aplikasi M-BCA sebanyak 20,8 juta, penelitian ini menemukan beberapa keluhan nasabah yang didapatkan dari *google review* terkait kualitas pelayanan *Customer Service Online* dan kemudahan saat melakukan pembukaan rekening *online* M-BCA.



Gambar 2. Keluhan Nasabah Pembukaan Rekening Online Pada Tahun 2023

Sumber: *Google Review*

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan maka identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah adanya keluhan negatif tentang kualitas pelayanan dan kemudahan penggunaan aplikasi M-BCA pada saat pembukaan rekening *online*, yang berdampak pada kepuasan nasabah, loyalitas nasabah, dan citra perusahaan. Dalam identifikasi masalah dapat disimpulkan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana persepsi nasabah tentang kualitas pelayanan pembukaan rekening *online* di aplikasi M-BCA?
2. Bagaimana persepsi nasabah tentang kemudahan penggunaan pembukaan rekening *online* di aplikasi M-BCA?
3. Bagaimana persepsi nasabah tentang kepuasan nasabah pembukaan rekening *online* di aplikasi M-BCA?
4. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan, kemudahan penggunaan terhadap kepuasan pengguna pembukaan rekening *online* di M-BCA baik secara parsial atau simultan?

Pada ruang lingkup penelitian di atas untuk lebih terpusat dan spesifik dilakukan batasan masalah yang akan diteliti, menggunakan penelitian kuantitatif pengumpulan sampel menggunakan purposive sampling menggunakan kuisioner. responden dalam penelitian dibatasi terkait masalah kualitas pelayanan, kemudahan penggunaan, dan kepuasan nasabah pada pembukaan rekening online di aplikasi M-BCA. Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui persepsi nasabah tentang kualitas pelayanan pembukaan rekening *online* di aplikasi M-BCA.
2. Untuk mengetahui persepsi nasabah tentang kemudahan penggunaan pembukaan rekening *online* di aplikasi M-BCA
3. Untuk mengetahui persepsi nasabah tentang kepuasan nasabah pembukaan rekening *online* di M-BCA
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, kemudahan penggunaan terhadap kepuasan pada pembukaan rekening *online* di M-BCA baik secara parsial dan simultan.

2. TINJAUAN LITERATUR DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

2.1 Kualitas pelayanan

Menurut Karlina *et.al.*, (2019) kualitas layanan berfokus pada Upaya memenuhi keinginan dan kebutuhan nasabah, serta ketetapan dalam menyampaikan untuk mengimbangi harapan pelanggan. Kualitas pelayanan faktor penting bagi perusahaan jasa, dimana tingginya kualitas pelayanan semakin tinggi pula kepuasan nasabah. Untuk dapat memenangkan pangsa pasar, perusahaan harus dapat memberikan kualitas layanan sesuai dengan ekspektasi nasabah, dan harus dapat mengetahui apa yang dibutuhkan nasabah terhadap produk atau jasa yang di berikan. Dimensi dan indikator persepsi kualitas layanan menurut Tjiptono & Candra (2019) yaitu 1) bukti fisik (*tangibles*), berupa fasilitas, peralatan, karyawan, serta sarana fasilitas yang di sediakan; 2) keandalan (*reliability*) yang berupa kemampuan yang di berikan perusahaan sesuai dengan janji, cepat, akurat, dan memuaskan; 3) daya tangkap (*responsiveness*), berupa kesediaan karyawan untuk membantu nasabah serta memberikan layanan yang responsive; 4) jaminan (*assurance*), dengan melibatkan kemampuan, kompetensi, kesopanan, kepercayaan karyawan serta memberikan jaminan sehingga dapat mengurangi resiko atau keraguan; dan 5)

empati (*empathy*), berupa komunikasi yang efektif, kemudahan komunikasi, dan kemampuan dalam memahami kebutuhan nasabah.

2.2 Kemudahan Penggunaan

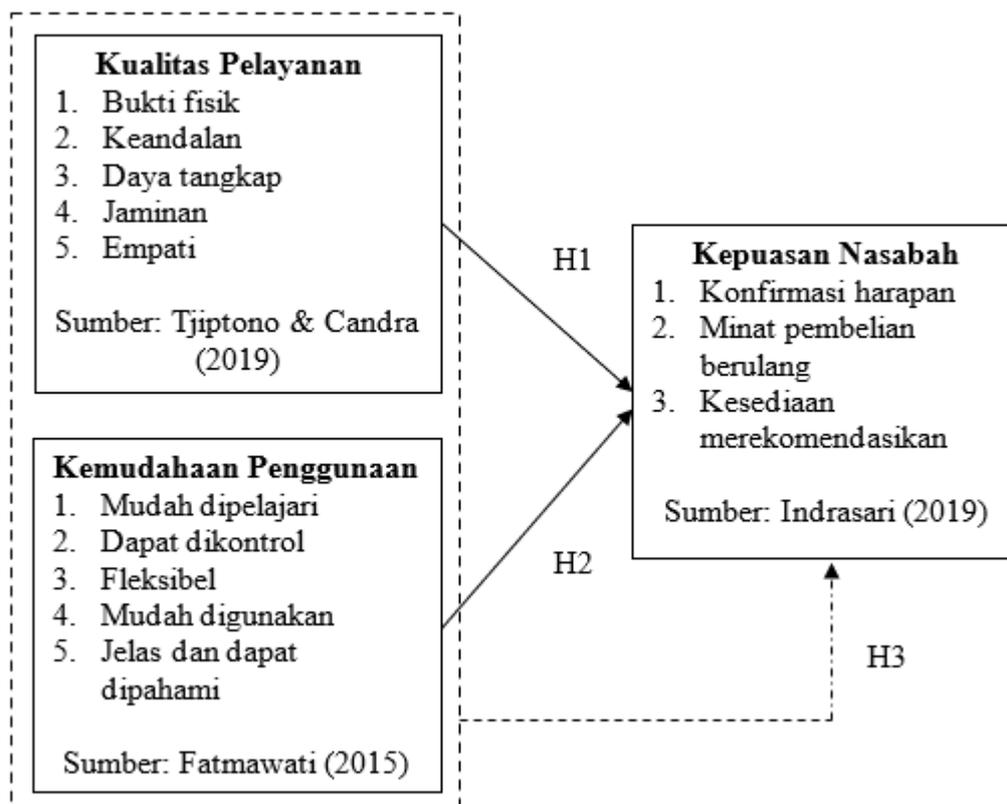
Menurut Pratama & Saputra (2019) didefinisikan kemudahan penggunaan sebagai tingkat harapan dan ekspektasi nasabah terhadap usaha yang harus dikeluarkan untuk menggunakan sebuah sistem. Menurut Davis (2011) definisi kemudahan penggunaan dimana suatu tingkat atau keadaan dimana orang dapat yakin bahwa dengan menggunakan sistem tertentu tidak memerlukan kemampuan yang tinggi untuk menggunakan atau dengan kata lain teknologi tersebut dapat dengan mudah dimengerti oleh pengguna. Dimensi dan indikator Persepsi kemudahan penggunaan menurut Fatmawati (2015) sebagai berikut: 1) Mudah dipelajari (*easy to learn*), dapat diartikan Langkah-langkah proses sistem yang sederhana dan dapat di pelajari sendiri; 2) dapat dikontrol (*controllable*), berupa sistem teknologi yang memberikan hak kepada pengguna untuk dapat mengontrol transaksi yang diinginkan; 3) fleksibel (*flexible*), dapat diartikan proses sistem mudah dilakukan dimana saja dan waktu yang fleksibel; 4) mudah digunakan (*easy to use*), berupa tampilan sistem yang sederhana dan aplikasi mudah didapatkan; 5) jelas dan dapat dipahami (*clear and understandable*), ketentuan dan aturan yang jelas di sistem dan mudah dipahami.

2.2 Kepuasan Nasabah

Menurut Kotler dan Keller (2016) kepuasan nasabah yaitu suatu perasaan baik senang maupun kecewa terhadap suatu layanan. dari perasaan itu timbul dikarenakan suatu ekspektasi yang diberikan seseorang terhadap kinerja layanan yang akan diberikan dan membandingkan dengan hasil layanan yang didapatkan sesungguhnya. Menurut Sumarwan (2003) kepuasan nasabah adalah dampak dari hasil perbandingan antara harapan nasabah sebelum transaksi dengan yang sebenarnya diperoleh nasabah dari produk atau jasa layanan yang digunakan tersebut. Persepsi kepuasan nasabah menurut Indrasari (2019) sebagai berikut: 1) konfirmasi harapan (*confirmation of expectations*), kepuasan tidak diukur langsung, namun disimpulkan berdasarkan kesesuaian atau ketidaksesuaian antara harapan nasabah dengan kinerja aktual produk perusahaan; 2) minat pembelian ulang (*repurchase intent*), dimana kepuasan nasabah diukur secara behavioral dengan jalan menanyakan apakah nasabah akan berbelanja atau menggunakan jasa perusahaan kembali; 3) kesediaan merekomendasikan (*willingness to recommend*), kesediaan nasabah untuk merekomendasikan produk kepada teman atau keluarganya menjadi ukuran yang penting untuk dianalisis dan ditindaklanjuti.

2.4 Mobile BCA

M-BCA merupakan salah satu layanan aplikasi inovasi Pt. Bank Central Asia yang dapat memudahkan transaksi *financial* dan *non-financial* perbankan. Selain itu terdapat pula fitur pembukaan rekening *online* melalui aplikasi M-BCA yang rilis pada bulan April 2019. Keunggulan pembukaan rekening online tanpa harus datang ke cabang.



Gambar 3. Kerangka Konseptual Penelitian

3 METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang dilakukan ialah menggunakan metode kuantitatif dan analisis regresi linier berganda dengan pengumpulan data melalui survey menggunakan *Google Form* kepada 100 responden. Sumber data primer penelitian ini berasal dari hasil kuesioner yang dibagikan kepada nasabah yang pernah melakukan pembukaan rekening *online* di aplikasi M-BCA, sedangkan data sekunder diperoleh dari data *survey* dan penelitian terdahulu.

Teknik perolehan sampel menggunakan *purposive sampling*, yaitu proses pengambilan sampelnya sesuai berdasarkan kriteria yang ditentukan sebelumnya. Adapun kriteria pengambilan sampel yakni nasabah yang pernah melakukan pembukaan rekening *online* di aplikasi M-BCA. Jumlah dalam menentukan jumlah sampel didapatkan dengan menggunakan rumus Slovin. Data yang diketahui valid dan reliabel melalui uji instrumen kemudian diuji diidentifikasi melalui pengujian determinasi untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan, kemudahan penggunaan aplikasi M-BCA terhadap kepuasan nasabah pembukan rekening *online*. Kemudian data diolah menggunakan analisis regresi linier berganda menggunakan program olah data aplikasi SPSS 25.

Variabel dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Variabel Independen

- a. Kualitas Pelayanan: Mengukur persepsi nasabah terhadap kualitas pelayanan yang diberikan saat pembukaan rekening *online* di aplikasi M-BCA.
- b. Kemudahan Penggunaan: Mengukur persepsi nasabah terhadap kemudahan penggunaan pembukaan rekening *online* di aplikasi M-BCA.

2. Variabel Dependen

Kepuasan Pelanggan: Mengukur kepuasan nasabah pembukaan rekening *online* di aplikasi M-BCA.

Berikut operasional dari masing-masing variabel kualitas pelayanan, kemudahan penggunaan, dan kepuasan nasabah dapat dilihat pada Tabel 2 Operasional Variabel.

Tabel 2. Operasional Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator
Kualitas Layanan	Bukti fisik	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Customer service online</i> berpenampilan rapi dan sopan mengenakan seragam. • <i>Customer service online</i> menggunakan peralatan yang memadai untuk melakukan video call saat proses pembukaan rekening <i>online</i>.
	Keandalan	<ul style="list-style-type: none"> • Pengetahuan <i>Customer service online</i> mengenai fitur produk dan layanan sangat baik. • <i>Customer service online</i> dapat menyelesaikan masalah dengan baik.
	Daya tangkap	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Customer service online</i> sudah memberikan solusi yang tepat. • <i>Customer service online</i> sudah menanggapi keluhan nasabah dengan baik.
	Jaminan	<ul style="list-style-type: none"> • Pembukaan rekening <i>online</i> M-BCA memberikan rasa aman terkait data nasabah. • Pembukaan rekening <i>online</i> M-BCA memiliki <i>Customer service online</i> yang dapat dipercaya.
	Empati	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Customer service online</i> sudah memberikan pelayanan yang sopan, ramah dan profesional. • Pembukaan rekening <i>online</i> M-BCA telah memberikan waktu layanan yang sesuai dengan kebutuhan nasabah.
Kemudahan penggunaan	Mudah dipelajari	<ul style="list-style-type: none"> • Pembukaan rekening <i>online</i> M-BCA memiliki tahap transaksi yang mudah di pelajari. • Pembukaan rekening <i>online</i> M-BCA memiliki panduan cara penggunaan yang jelas.
	Dapat dikontrol	<ul style="list-style-type: none"> • Aplikasi pembukaan rekening <i>online</i> M-BCA memberikan akses untuk mengubah pengaturan sesuai kebutuhan nasabah. • Pemilihan produk tabungan di pembukaan rekening <i>online</i> M-BCA dapat di sesuaikan dengan kebutuhan nasabah.
	Fleksibel	<ul style="list-style-type: none"> • Proses pembukaan rekening <i>online</i> M-BCA dapat dilakukan dimana saja sesuai kebutuhan. • Pembukaan rekening <i>online</i> M-BCA menyediakan akses finansial <i>digital</i> yang memadai.
	Mudah digunakan	<ul style="list-style-type: none"> • Tampilan pembukaan rekening <i>online</i> M-BCA mudah dimengerti.

Variabel	Dimensi	Indikator
		<ul style="list-style-type: none"> pembukaan rekening <i>online</i> M-BCA memiliki kualitas desain yang meminimalkan kesalahan pengguna.
	Jelas dan dapat dimengerti	<ul style="list-style-type: none"> Pembukaan rekening <i>online</i> M-BCA memiliki petunjuk dan panduan yang jelas untuk pengguna. Informasi yang di berikan <i>Customer service online</i> sangat jelas dan dapat dimengerti.
Kepuasan nasabah	Konfirmasi harapan	<ul style="list-style-type: none"> Pembukaan rekening <i>online</i> M-BCA telah memberikan hasil pelayanan sesuai dengan harapan nasabah . Hasil produk pembukaan rekening <i>online</i> M-BCA sesuai dengan informasi yang di berikan.
	Minat pembelian berulang	<ul style="list-style-type: none"> Pembukaan rekening <i>online</i> M-BCA memberikan layanan yang memuaskan. Hasil jasa yang diberikan pembukaan rekening <i>online</i> M-BCA akan di gunakan kembali.
	Kesediaan merekomendasikan	<ul style="list-style-type: none"> Bersedia merekomendasikan layanan pembukaan rekening <i>online</i> kepada teman/rekan sejawat karena kualitas layanan yang baik. Bersedia merekomendasikan layanan pembukaan rekening <i>online</i> karena kemudahan penggunaan aplikasinya.

4 HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Uji Validitas

Pengujian validitas digunakan untuk mengetahui tingkat akurasi dan presisi alat ukur dalam memenuhi tugas pengukuran. Untuk mendapatkan informasi yang dianggap relevan maka perlu dilakukan uji kelayakan. Sehingga pengujian validitas yang pada penelitian ini menggunakan kuesioner. Uji validitas item menggunakan *software* SPSS versi 25. Uji validitas ini merupakan prosedur atau cara untuk memastikan apakah kuesioner yang dipakai untuk pengukuran variabel penelitian valid atau tidaknya. Untuk mengetahui pernyataan itu valid dengan melihat dan apabila nilai signifikansi $> 0,05$, akan dinyatakan tidak valid. Berikut tabel pengujian validitas pada penelitian ini:

Tabel 3. Hasil Uji Validitas

Variabel	Kode	Sig	Nilai Kritis	Keterangan
Kualitas Pelayanan	X1.1	0.000	0.05	Valid
	X1.2	0.000	0.05	Valid
	X1.3	0.000	0.05	Valid
	X1.4	0.000	0.05	Valid
	X1.5	0.000	0.05	Valid
	X1.6	0.000	0.05	Valid
	X1.7	0.000	0.05	Valid
	X1.8	0.000	0.05	Valid
	X1.9	0.000	0.05	Valid

Variabel	Kode	Sig	Nilai Kritis	Keterangan
	X1.10	0.000	0.05	Valid
Kemudahan Penggunaan	X2.1	0.000	0.05	Valid
	X2.2	0.000	0.05	Valid
	X2.3	0.000	0.05	Valid
	X2.4	0.000	0.05	Valid
	X2.5	0.000	0.05	Valid
	X2.6	0.000	0.05	Valid
	X2.7	0.000	0.05	Valid
	X2.8	0.000	0.05	Valid
	X2.9	0.000	0.05	Valid
	X2.9	0.000	0.05	Valid
X2.10	0.000	0.05	Valid	
Kepuasan Nasabah	Y1.1	0.000	0.05	Valid
	Y1.2	0.000	0.05	Valid
	Y1.3	0.000	0.05	Valid
	Y1.4	0.000	0.05	Valid
	Y1.5	0.000	0.05	Valid
	Y1.6	0.000	0.05	Valid

Sumber: Data SPSS diolah (2023)

Berdasarkan data uji validitas di atas terkait variabel Kualitas Pelayanan, Kemudahan Penggunaan, Kepuasan Nasabah dengan Sig 0,00 dan nilai kritis 0,05 maka dapat disimpulkan valid dikarenakan nilai sig tidak lebih dari 0,05

4.2 Hasil Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas dipergunakan untuk menunjukkan pada bagian alat yang memberikan pengukuran yang konsisten bahwa alat tersebut memberikan ukuran yang sama terhadap benda dilakukan pengukuran pada waktu yang berbeda. Uji reliabilitas ini digunakan untuk mengukur kuesioner yang merupakan sebuah indikator. Kuesioner akan dikatakan reliabel apabila mendapat jawaban yang konsisten. Pada pengujian kali ini instrumen akan dikatakan reliabel apabila memiliki koefisien reabilitas sebesar 0,06 atau lebih.

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	N of items	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X_1)	0,911	10	Reliabel
Kemudahan Penggunaan (X_2)	0,933	10	Reliabel
Kepuasan Nasabah (Y)	0,904	6	Reliabel

Sumber: Data SPSS diolah (2023)

Berdasarkan data di atas menyatakan bahwa *Alpha Cronbach* yang dimiliki variabel Kualitas Pelayanan, Kemudahan Penggunaan, Kepuasan Nasabah lebih dari 0,06, maka dinyatakan seluruh variabel reliabel.

4.3 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis ini dilakukan untuk dapat menguji bagaimana pengaruh kualitas pelayanan (X_1), kemudahan penggunaan aplikasi M-BCA (X_2) terhadap kepuasan nasabah (Y) dengan menggunakan persamaan regresi. Hasil analisis linier berganda terdapat pada tabel dibawah ini:

Tabel 5. Analisis Regresi Linier Berganda
Coefficients

Model	Uns tandardized		Standardized		
	Coefficients		Coefficients		
1	B	Std.Error	Beta	T	Sig
(Constant)	-1.720	0.969		-1.776	0.079
Kualitas Pelayanan	0.263	0.052	0.382	5.104	0.000
Kemudahan Penggunaan	0.377	0.048	0.590	7.873	0.000

a. *Dependent Variable:* Kepuasan Nasabah

Sumber: Data SPSS yang diolah (2023)

Berdasarkan hasil pada tabel 5 dapat disimpulkan hasil persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + \epsilon$$

$$Y = -1.720 + 0,263X_1 + 0,377X_2 + e$$

Dari data diatas dapat dijelaskan:

- Koefesiensi konstanta bernilai -1.720 koefesien konstanta yang bernilai negatif ini mengidentifikasi jika variabel kualitas pelayanan (X_1), kemudahan penggunaan (X_2) bernilai 0 (nol), maka kepuasan nasabah (Y) akan mengalami penurunan sebesar -1,720. atau dengan kata lain pada kondisi ini kita dapat simpulkan sudah pasti kualitas pelayanan (X_1) terhadap kepuasan nasabah (Y) berpengaruh positif dan signifikan, dan kemudahann penggunaan (X_2) terhadap kepuasan nasabah (Y) berpengaruh positif dan signifikan.
- Koefesien regresi kualitas pelayanan (X_1) sebesar 0.263, yang dapat diartikan apabila kualitas pelayanan mengalami kenaikan 1% maka kepuasan nasabah akan meningkat sebesar 0,263, sedangkan jika kualitas pelayanan mengalami penurunan sebesar 1%, maka kepuasan nasabah akan menurun sebesar 0,263.
- Koefesiens regresi kemudahan penggunaan (X_2) sebesar 0.377, yang berarti apabila kemudahan penggunaan mengalami kenaikan sebesar 1%, maka kepuasan nasabah akan meningkat sebesar 0,377, sedangkan jika kemudahan penggunaan menurun sebesar 1%, maka kepuasan nasabah akan menurun sebesar 0,377.

4.4 Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji T)

Hal yang mendasari dilakukan uji t adalah untuk dapat mengetahui pengaruh signifikan secara sendiri (parsial) antara variabel kualitas pelayanan (X_1), kemudahan penggunaan aplikasi M-BCA (X_2) terhadap kepuasan nasabah (Y). adapun kriteria

pengambilan keputusan adalah apabila nilai signifikansi kurang dari 0,05 maka variabel independen secara parsial dikatakan berpengaruh terhadap variabel dependen. Jika sebaliknya, maka variabel independen secara parsial dikatakan tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

**Tabel 6. Hasil Uji T
Coefficients**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			
	B	Std. Error	Beta	T	Sig.	
1						
	(Constant)	-1.720	0.969		-1.776	0.079
	Kualitas Pelayanan	0.263	0.052	0.382	5.104	0.000
	Kemudahan Penggunaan	0.377	0.048	0.590	7.873	0.000

a. *Dependent Variable:* Kepuasan Nasabah

Sumber: Data SPSS yang diolah (2023)

Hipotesis:

H0: Tidak terdapat pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah pengguna pembukaan rekening *online* di aplikasi M-BCA

H1: Terdapat pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah pengguna pembukaan rekening *online* di aplikasi M-BCA.

H0: Tidak terdapat pengaruh kemudahan penggunaan terhadap kepuasan nasabah pengguna pembukaan rekening *online* di aplikasi M-BCA

H2: Terdapat pengaruh kemudahan penggunaan terhadap kepuasan nasabah pengguna pembukaan rekening *online* di aplikasi M-BCA

a. Kualitas Pelayanan (X_1)

Berdasarkan hasil uji T t pada tabel 4, didapatkan nilai signifikansi kualitas pelayanan (X_1) $0,000 < 0,05$, yang mengindikasikan bahwa kualitas pelayanan (X_1) memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pembukaan rekening *online* di M-BCA. H1 dapat diterima.

b. Kemudahan Penggunaan (X_2)

Berdasarkan hasil uji T pada tabel 4, didapatkan nilai signifikansi kemudahan penggunaan (X_2) $0,000 < 0,05$, yang mengindikasikan bahwa kemudahan penggunaan (X_2) memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y). dapat disimpulkan bahwa kemudahan penggunaan (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pembukaan rekening *online* di M-BCA. H2 dapat diterima.

4.5 Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

Hal yang mendasari dilakukannya uji F adalah untuk dapat mengetahui pengaruh signifikansi secara bersamaan (simultan) antara variabel kualitas pelayanan (X_1), kemudahan penggunaan (X_2) terhadap kepuasan nasabah (Y). adapun kriteria dalam pengambilan keputusan adalah apabila nilai signifikansi kurang dari 0,05 maka variabel independen secara

simultan dikatakan berpengaruh terhadap variabel dependen. Jika sebaliknya, maka variabel independen secara simultan dikatakan tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

Tabel 7. Hasil Uji F ANOVA^a

		<i>Sum of Squares</i>	<i>df</i>	<i>Mean Square</i>	<i>F</i>	<i>Sig.</i>
<i>Model</i>						
1	Regression	1010.956	2	505.478	447.555	.000 ^b
	Residual	109.554	97	1.129		
	Total	1120.510	99	99		

a. *Dependent Variable: Kepuasan Nasabah*

b. *Predictors: (Constant), Kemudahan Penggunaan, Kualitas Pelayanan*

Sumber: Data SPSS yang diolah (2023)

Hipotesis:

H0: Tidak terdapat hubungan kualitas pelayanan (X_1), kemudahan penggunaan (X_2) terhadap kepuasan nasabah (Y) pengguna pembukaan rekening *online* M-BCA.

H3: Terdapat hubungan antara kualitas layanan (X_1), kemudahan penggunaan (X_2) terhadap kepuasan nasabah (Y) pengguna pembukaan rekening *online* di aplikasi M-BCA.

Berdasarkan pada tabel 5 dapat diketahui bahwa nilai signifikansi variabel kualitas pelayanan, dan kemudahan penggunaan sebesar $0,000 < 0,05$. dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel independen kualitas pelayanan, dan kemudahan penggunaan secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen kepuasan nasabah. Sehingga H3 dapat diterima. Sejalan dengan pendapat Debora dan Widiati (2023) bahwa baik persepsi kemudahan maupun persepsi kegunaan, atau keduanya, memiliki dampak positif terhadap minat pengguna untuk menggunakan aplikasi myBCA.

4.6 Uji Determinasi

Untuk mengetahui berapa persen pengaruh variabel kualitas pelayanan, kemudahan penggunaan aplikasi M-BCA terhadap kepuasan nasabah pembukaan rekening *online* dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 8. Uji Determinasi Model Summary

<i>Model</i>	<i>R</i>	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>
1	.950	0.902	0.900	1.06274

a. *Predictors: (Constant), Kemudahan Penggunaan, Kualitas Pelayanan*

Sumber: Data SPSS yang diolah (2023)

Berdasarkan data tabel di atas, koefisiensi determinansi sebesar 0,902 sehingga hasil analisis variabel bebas terhadap variabel terikat menunjukkan bahwa presentase pengaruh kualitas pelayanan (X_1), kemudahan penggunaan (X_2), terhadap kepuasan nasabah (Y) sebesar 90,2%

sedangkan sisanya 9,8% di pengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak ada pada penelitian ini. seperti promosi, biaya layanan dan citra perusahaan.

5 KESIMPULAN DAN IMPLIKASI MANAJERIAL

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari penelitian yang dilakukan ini berikut hasil kesimpulan persepsi nasabah mengenai kualitas pelayanan pada pembukaan rekening *online* di aplikasi M-BCA secara keseluruhan memiliki kualitas pelayanan yang sangat baik, dengan indikator tertinggi yaitu penampilan rapi dan sopan *customer service online* sedangkan nilai terendah terdapat pada waktu pelayanan M-BCA yang lama.

Kemudahan Penggunaan pembukaan rekening *online* di aplikasi M-BCA secara keseluruhan berada pada rentang sangat puas, dengan indikator tertinggi yaitu kemudahan pembukaan rekening *online* M-BCA dapat dilakukan dimana saja sesuai kebutuhan, sedangkan nilai terendah terdapat pada kualitas desain M-BCA yang kurang dalam mempermudah pengguna.

Kepuasan nasabah pada pembukaan rekening *online* di aplikasi M-BCA secara keseluruhan berada pada rentang sangat mudah, dengan indikator tertinggi yaitu Pembukaan rekening *online* M-BCA telah memberikan hasil pelayanan sesuai dengan harapan nasabah, sedangkan nilai terendah terdapat pada kurangnya kualitas pelayanan membuat nasabah tidak bersedia merekomendasikan. Kualitas pelayanan, kemudahan penggunaan memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah, baik secara parsial maupun.

5.2 Implikasi Manajerial

Adapun implikasi manajerial penelitian ini bagi perusahaan adalah untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan memberikan solusi yang tepat akan membuat nasabah puas terhadap perusahaan dan tidak hanya kualitas pelayanan saja yang harus diperhatikan tetapi kemudahan penggunaan suatu aplikasi juga sangat dibutuhkan untuk meningkatkan kepuasan nasabah sehingga nasabah loyal terhadap perusahaan. Maka dari itu akan membentuk sinergi yang sangat baik untuk mencapai tujuan perusahaan.

5.3 Saran

Berdasarkan hasil penelitian diatas, beberapa saran yang dapat dijadikan bahan pertimbangan bagi PT. Bank Central Asia khususnya pembukaan rekening *online* di aplikasi M-BCA, yaitu untuk dapat meningkatkan kualitas layanan waktu yang sesuai dengan kebutuhan nasabah, maka sebaiknya perusahaan dapat menerapkan kedisiplinan dan pemantauan kinerja karyawan sehingga dapat *produktif* dalam menjalankan tugas. Untuk dapat memudahkan pengguna pembukaan rekening *online* di aplikasi M-BCA, perusahaan sebaiknya mengevaluasi performa aplikasi pembukaan rekening *online* di aplikasi M-BCA.

Untuk dapat meningkatkan kepuasan nasabah sehingga Bersedia merekomendasikan layanan pembukaan rekening *online* kepada teman/rekan sejawat karena kualitas layanan yang baik, Perusahaan sebaiknya mengavaluasi sejauhmana nasabah puas terhadap aplikasi atau layanan yang diberikan, dari *feedback* yang didapatkan akan diketahui permasalahannya dimana. Saran untuk penelitian selanjutnya untuk meneliti *variable* strategi pemasaran untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh terhadap kepuasan nasabah.

DAFTAR PUSTAKA

- Debora, M., & Widiati, E. (2023). Minat Penggunaan Aplikasi Mybca Dalam Perspektif Model TAM. *Management and Accounting Expose*, 6(2).
- Fatmawati, E. (2015). Technology Acceptance Model (TAM) untuk Menganalisis Penerimaan Terhadap Sistem Informasi Perpustakaan. *Jurnal Iqra*, 9, 1–13.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan: Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press.
- Kompas.com (2022). 10 negara paling kecanduan internet tahun 2022 [internet] [diakses pada tanggal 07 september 2022]. Tersedia pada: [https://lifestyle.kompas.com/read/2022/09/07/141417520/10-negara-paling-kecanduan-internet-dan-medsos-di-dunia-=-](https://lifestyle.kompas.com/read/2022/09/07/141417520/10-negara-paling-kecanduan-internet-dan-medsos-di-dunia-=)
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*, 15th edition. United States of America: Pearson Education.
- Maryanto, R. H., & Kaihatu, T. S. (2021). Customer loyalty as an impact of perceived usefulness to grab users, mediated by customer satisfaction and moderated by perceived ease of use. *Binus Business Review*, 12(1), 31–39.
- Pratama, & Saputra. (2019). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Tingkat Kepercayaan Pada Minat Menggunakan Uang Elektronik. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 27.2(Mei), 927–953.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kebijakan, Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV.