



ANALISIS KOMPARATIF TINGKAT KEPUASAN MAHASISWA TERHADAP KUALITAS PELAYANAN BSI PERBANKAN LANGSUNG DAN MOBILE BANKING PADA MAHASISWA IAIN LHOKSEUMAWE ANGKATAN 2017

Nora Maulana¹, Muhammad Syafril Nasution²

^{1,2}Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Lhokseumawe, Aceh, Indonesia
¹emnoramaulana49@gmail.com, ²muhammadsyafrilnst@gmail.com

Info Artikel :

Diterima : 15 September 2020

Disetujui: 30 September 2020

Dipublikasikan : 31 Januari 2021

ABSTRAK

Kemajuan teknologi memiliki peran tersendiri bagi lembaga keuangan termasuk BSI dalam rangka memberikan pelayanan prima bagi nasabah. Penilaian dan respon nasabah produktif dalam hal ini mahasiswa sangat penting. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perbedaan tingkat kepuasan mahasiswa terhadap kualitas pelayanan BSI perbankan langsung dengan BSI *mobile banking*. Penelitian ini merupakan penelitian *field research* dengan pendekatan *mixed method* dan bersifat komparatif. Populasi dalam penelitian adalah seluruh mahasiswa IAIN Lhokseumawe angkatan 2017 yang berstatus nasabah bank BSI sebanyak 280 responden dipilih berdasarkan *purposive sampling*. Metode pengumpulan data yang digunakan melalui kuesioner, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian melalui bantuan SPSS 21 *for windows*, uji U menunjukkan perbedaan tanggapan dimata mahasiswa dengan perolehan nilai signifikansi (*2-tailed*) 0.000 yang berarti $0.000 < 0.05$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.

Kata Kunci:
Kualitas
Layanan,
Kepuasan
Nasabah,
Teknologi
Digital, BSI

ABSTRACT

*Technological progress has its own role for financial institutions, including BSI in order to provide excellent service to customers. Productive customer assessments and responses in this case students are very important. This study aims to determine the difference in the level of student satisfaction with the quality of BSI direct banking services with BSI mobile banking. This research is a field research with a mixed method approach and is comparative in nature. The population in the study were all students of IAIN Lhokseumawe class of 2017 who were BSI bank customers as many as 280 respondents were selected based on purposive sampling. Data collection methods used were questionnaires, interviews, and documentation. The results of the study through the help of SPSS 21 for windows, the U test showed differences in responses in the eyes of students with a significance value (*2-tailed*) of 0.000 which means $0.000 < 0.05$ then H_0 is rejected and H_1 is accepted..*

Keywords:
Service Quality,
Customer
Satisfaction,
Digital
Technology,
BSI

PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi digital merambah begitu cepat, terbukti dari data salah satunya data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) 2020, tercatat 196,7 juta atau 73,7% populasi Indonesia menggunakan internet (APJII, 2020). Pengguna internet tersebut dikuasai oleh kaum milenial, usia 15-19 tahun mempunyai nilai penetrasi paling tinggi sebesar 91%, usia 20-24 tahun dengan penetrasi 88,5%, usia 25-29 tahun mencapai 82,7%, usia 30-34 tahun dengan penetrasi 76,5% dan usia 35-39 tahun mencapai penetrasi sebesar 68,5% (Haryanto, 2019).

Kemajuan teknologi itu dimanfaatkan oleh lembaga keuangan termasuk Bank Syariah Indonesia (BSI) dalam rangka memberikan pelayanan prima bagi nasabah. BSI adalah bank dari hasil konsolidasi (*merger*) beberapa bank yaitu Mandiri Syariah, BRI Syariah, dan BNI Syariah yang resmi beroperasi pada Senin, 1 Februari 2021 dan diresmikan langsung pendiriannya oleh Presiden Republik Indonesia Bapak Joko Widodo. Hasil penggabungan 3 perusahaan bank pelat merah tersebut menjadikan bank BSI sebagai bank syariah terbesar di Indonesia (Novika, 2021). Dalam rangka menarik minat nasabah, BSI menghadirkan 2 (dua) jenis pelayanan yaitu pelayanan BSI perbankan langsung dan pelayanan BSI *mobile banking* dilengkapi menu-menu untuk memanjakan nasabah.

Salah satu nasabah produktif BSI adalah mahasiswa. Di mana BSI telah melakukan banyak kerjasama dengan perguruan tinggi termasuk IAIN Lhokseumawe. Mahasiswa angkatan 2017 akan menjadi fokus penelitian, hal tersebut dikarenakan angkatan 2017 rata-rata merupakan kelahiran tahun 1997-2000, dimana kategori ini dikategorikan sebagai generasi millennial yang responsif terhadap kemajuan teknologi digital terutama penggunaan Hp atau internet.

Pernyataan di atas diperkuat oleh hasil penelitian yang dilakukan Suci dan Erik terkait karakter dan perilaku millennial dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa, generasi millennial memiliki karakter yang unik berdasarkan wilayah dan kondisi sosial ekonomi, dengan ciri khas utama ditandai oleh sangat melek teknologi digital, komunikatif, *multitasking*, kreatif, informatif, mempunyai *passion* dan produktif karena dibesarkan oleh kemajuan teknologi (Prakoso, 2020).

Pelayanan yang diberikan bank BSI melalui pelayanan *mobile banking* dan pelayanan perbankan langsung tentu melahirkan tanggapan atau respon yang berbeda-beda di kalangan mahasiswa. Penilaian dan respon oleh mahasiswa terhadap kualitas pelayanan penting dilakukan untuk melihat tanggapan mereka terhadap kualitas pelayanan yang diberikan bank BSI. Penilaian seluruh mahasiswa IAIN Lhokseumawe ini memiliki manfaat besar yaitu, *pertama*, bisa menjadi penunjang pelayanan BSI untuk ke depannya. *Kedua*, respon mahasiswa bisa menjadi bahan pengajuan untuk perbaikan kualitas pelayanan bank BSI. *Ketiga*, menggambarkan karakteristik nasabah IAIN Lhokseumawe.

Tanggapan mahasiswa sebagai nasabah bank BSI perlu diperhatikan sebagai indikator bank BSI dalam menjaga nasabah dan meningkatkan kualitas layanannya. Pernyataan tersebut didukung oleh hasil penelitian terkait sikap nasabah terhadap kualitas pelayanan yang dilakukan Yonathan Chrisna, dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa sikap nasabah mencerminkan kualitas pelayanan yang diberikan bank (Chrisna, 2008). Oleh karena demikian, peran dan tanggapan mahasiswa sangat penting dalam penelitian ini guna untuk menentukan perkembangan dan keberlanjutan bank BSI di masa yang akan datang.

Berdasarkan uraian di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perbedaan tingkat kepuasan mahasiswa terhadap kualitas pelayanan BSI perbankan langsung dengan BSI *mobile banking* pada mahasiswa IAIN Lhokseumawe angkatan 2017.

KAJIAN PUSTAKA

Kualitas Pelayanan

Kotler dalam (Sugiyono, 2017) menyatakan bahwa, kualitas pelayanan adalah keseluruhan gambaran maupun karakteristik barang dan jasa yang menunjukkan kemampuannya untuk memenuhi kepuasan dan kebutuhan pelanggan.

Parasuraman, Zeithaml dan Berry dalam Sugiyono mengemukakan bahwa, kualitas pelayanan adalah pelayanan yang baik dan dapat memenuhi atau melebihi apa yang diharapkan pelanggan atas pelayanan tersebut. Guna untuk menghasilkan pelayanan yang berkualitas kita harus terlebih dahulu mengetahui dan memahami kebutuhan dan keinginan konsumen. Secara umum kualitas pelayanan telah diterima sebagai konsep multidimensional dalam beberapa model kualitas pelayanan. Salah satu model yang lebih banyak digunakan secara luas adalah model *Service Quality* (SERVQUAL), yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (Ruswanti, 2012).

Kualitas layanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan nasabah serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan nasabah (Tjiptono, 2013). Kualitas layanan yang baik dapat menciptakan pembelian berulang, *positive word of mouth*, loyalitas pelanggan, dan diferensiasi produk yang kompetitif (Rangkuti, 2013).

SERVQUAL merupakan suatu alat ukur yang digunakan untuk menilai kualitas layanan jasa yang memperbandingkan dua elemen utama, yakni harapan atau ekspektasi dan performan dari perusahaan jasa yang akan dinilai. Suatu layanan jasa dianggap memuaskan pelanggan, apabila apa yang diharapkan pelanggan sesuai atau bahkan lebih dengan apa yang diterima pelanggan (Ulkhq, 2017)

Parasuraman, Zeithaml, dan Berry dalam Lupiyoadi mengemukakan bahwa, terdapat 5 indikator SERVQUAL, antara lain sebagai berikut (Lupiyoadi, 2013):

1. *Tangible* (bukti fisik) merupakan kualitas fisik dari pelayanan yang diberikan yang meliputi fasilitas fisik berupa gedung, teknologi, peralatan dan perlengkapan yang digunakan, kebersihan dan kenyamanan, serta penampilan karyawannya.
2. *Reliability* (kehandalan) adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang dijanjikan dengan sikap simpatik secara akurat, tepat waktu, dan terpercaya.
3. *Responsiveness* (daya tanggap) suatu kemampuan dan kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan dengan penyampaian informasi yang jelas. merupakan jaminan dan kepastian terkait pengetahuan, sopan santun, dan kemampuan para karyawan perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya pelanggan kepada perusahaan
4. *Assurance* (jaminan dan kepastian) merupakan jaminan dan kepastian terkait pengetahuan, sopan santun, dan kemampuan para karyawan perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya pelanggan kepada perusahaan dan bebas dari resiko dan keraguan serta adanya perasaan aman bagi nasabah dalam transaksi.

5. *Empathy* (perhatian) yakni memberi perhatian berupa kemudahan dalam melakukan komunikasi yang baik (banyaknya *outline* dan kemudahan informasi, mengucapkan salam, dan senyum).

Pelayanan Perbankan Langsung

Perbankan dalam menjalankan roda bisnisnya pelayanan menjadi hal utama yang perlu diperhatikan oleh bank. Pelayanan perbankan langsung adalah layanan yang diberikan oleh bank dengan mendatangi kantor secara langsung yang dilayani melalui *Security, Costumer Service* dan *Teller*.

Pelayanan *Mobile Banking*

Mobile banking (m-banking) merupakan suatu proses transaksi yang dilakukan dengan menggunakan perangkat *mobile*. Layanan *mobile banking* bank syariah merupakan bentuk pengembangan baru dari inovasi bank syariah sebelumnya yaitu *sms banking* dan *internet banking* (Yusmad, 2018).

Kepuasan Nasabah

Kotler mengemukakan bahwa, kepuasan nasabah adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka (Keller, 2012). Hawkins dan Lonney dikutip dalam (Tjiptono, 2014) menyebutkan indikator kepuasan nasabah terdiri dari:

1. Kesesuaian harapan, ialah tingkat kesesuaian antara kinerja jasa yang diharapkan oleh nasabah dengan yang dirasakan nasabah.
 2. Minat berkunjung kembali. Merupakan kesediaan nasabah untuk berkunjung kembali atau melakukan pemakaian ulang terhadap jasa terkait.
 3. Kesediaan merekomendasi. Merupakan kesediaan nasabah untuk merekomendasikan jasa yang telah dirasakan kepada teman atau keluarga.
- Sementara menurut (Handi, 2008) indikator kepuasan nasabah meliputi:
1. Perasaan puas, adalah ungkapan perasaan puas atau tidak puas dari pelanggan saat menerima pelayanan maupun produk yang berkualitas dari suatu perusahaan.
 2. Selalu membeli produk, yakni nasabah akan tetap memakai dan terus membeli suatu produk apabila tercapainya harapan yang mereka inginkan.

Uji Hipotesis

Perbedaan Tingkat Kepuasan Mahasiswa Terhadap Kualitas Pelayanan BSI Perbankan Langsung dan Kualitas Pelayanan BSI *Mobile Banking*

Dalam penelitian (Sari, 2018), yang berjudul perbandingan pelayanan langsung dan pelayanan digital dalam meningkatkan kepuasan nasabah di PT Bank Syariah Mandiri KCP Bengkulu, hasil penelitian menyatakan bahwa; *Pertama*, kualitas pelayanan langsung dan pelayanan digital yang ada di PT Bank Syariah Mandiri KCP Bengkulu sudah bagus; *Kedua*, faktor yang menyebabkan nasabah lebih sering menggunakan pelayanan *teller* dari pada pelayanan digital adalah karena kebutuhan, kurangnya pemahaman nasabah dalam menggunakan pelayanan digital, rasa tidak aman saat menggunakan digital, dan nasabah merasa lebih nyaman menggunakan pelayanan *teller*. Berdasarkan penjelasan di atas, maka hipotesis penelitian ini yang dibangun adalah; H_1 : Ada perbedaan tingkat kepuasan mahasiswa terhadap kualitas pelayanan BSI perbankan langsung dengan pelayanan *mobile banking* pada mahasiswa IAIN Lhokseumawe angkatan 2017.

METODOLOGI PENELITIAN

Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan *mix method*, yaitu kombinasi kuantitatif dan kualitatif (Sugiyono, 2017). Peneliti menggunakan metode penelitian kombinasi model *Sequential Explanatory Design*. Pada tahap pertama menggunakan metode kuantitatif dan selanjutnya pada tahap kedua menggunakan metode kualitatif untuk mengumpulkan dan menganalisis data kualitatif pada tahap kedua, guna memperkuat hasil penelitian kuantitatif yang dilakukan pada tahap pertama.

Teknik Pengambilan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa aktif IAIN Lhokseumawe angkatan 2017. Jumlah populasi dalam penelitian ini sebanyak 934 mahasiswa, penentuan jumlah sampel menggunakan teknik rumus slovin dan mendapatkan 280 sampel. Kemudian sampel itu diambil menggunakan metode *purposive sampling*. Adapun kriteria-kriteria sampel yang digunakan adalah: 1) Mahasiswa aktif IAIN Lhokseumawe angkatan 2017; 2) Mahasiswa IAIN Lhokseumawe yang berstatus nasabah bank BSI; 3) Mahasiswa IAIN Lhokseumawe yang aktif menggunakan BSI *mobile banking*; 4) Adanya keterwakilan laki-laki dan perempuan.

Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder (Siregar, 2014). Data primer berupa data dari penyebaran angket dan wawancara, sementara data sekunder diperoleh dari buku, jurnal, dan artikel sebagai penunjang referensi yang relevan dengan penelitian, serta data laporan aktif mahasiswa IAIN Lhokseumawe angkatan 2017 yang diperoleh dari bagian akademik.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah melalui penyebaran angket, wawancara dan dokumentasi. Penyebaran angket disebarkan ke 280 responden melalui google form, kemudian hasil google form di input oleh peneliti. Untuk memperkuat hasil angket tersebut, maka peneliti melakukan wawancara kepada informan kunci (*key informan*). Informan kunci dipilih berdasarkan pengalaman dan jabatan pada organisasi kemahasiswaan tingkat fakultas, yaitu melalui perwakilan tiap-tiap organisasi yang berjumlah 15 orang.

Teknik Analisis Data

Pengujian pengaruh variabel-variabel independen dan dependen, serta uji beda dilakukan dengan menggunakan splikasi SPSS versi 22 *for windows*, yaitu:

1. Uji Validitas

Uji validitas penelitian dilakukan pada taraf signifikansi 0.05, dengan kriteria penilaian uji validitas ialah; 1) Apabila $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ maka item kuesioner tersebut valid; 2) Apabila $r_{hitung} \leq r_{tabel}$ maka item kuesioner tersebut tidak valid (Bugin, 2006).

2. Uji Reliabilitas

Data dikatakan reliabel apabila memiliki *Alpha Cronbach* lebih dari 0,06 (>0,06). Tingkatan reabilitas dengan kriteria *alpha* sebagai berikut; 1) 0,80-1,0 = Reabilitas

baik; 2) 0,60-0,79 = Reabilitas diterima; 3) <0,60 = Reabilitas buruk (Arikunto, 2013).

3. Uji Mann Whitney (Uji U)

Uji U berfungsi sebagai alternatif penggunaan uji t jika prasyarat parametriknya tidak terpenuhi. Teknik ini digunakan untuk membantu peneliti dalam menguji perbedaan 2 data *independent* yang tidak homogenitas. Dengan dasar pengambilan keputusan menurut (Santoso, 2006), ialah: 1) Jika nilai Asymp. Sig. (2-tailed) > 0,05, maka H_1 ditolak; 2) Jika nilai Asymp. Sig. (2-tailed) < 0,05, maka H_1 diterima.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

1. Layanan Responden

Tabel 4.1 Distribusi Jumlah Jenis Layanan Responden

No	Jenis Layanan	Frekuensi	Persentase %
1	BSI <i>Mobile Banking</i>	131	46,8%
2	BSI Perbankan Langsung	149	53,2%
Jumlah		280	100%

Sumber: Data Primer diolah Juli 2021.

Berdasarkan tabel 4.1 di atas, dapat diketahui bahwa jumlah pengguna layanan BSI *mobile banking* berjumlah 131 mahasiswa atau sebesar 46,8%, dan pengguna layanan BSI perbankan langsung atau tidak menggunakan BSI *mobile banking* berjumlah 149 mahasiswa atau sebesar 53,2%.

2. Mayoritas Transaksi

Berikut adalah data mengenai jenis transaksi yang sering dilakukan responden mahasiswa IAIN Lhokseumawe angkatan 2017 pada bank BSI secara langsung:

Tabel 4.2 Jumlah Transaksi Responden di BSI Perbankan Langsung

No	Jenis Transaksi	Frekuensi	Persentase %
1	Cek Saldo	91	32,5%
2	Penarikan	177	63,2%
3	Transfer	12	4,3%
Jumlah		280	100%

Sumber: Data Primer diolah Juli 2021

Berdasarkan tabel 4.2 di atas, dapat diketahui bahwa jenis transaksi yang sering digunakan responden secara langsung di bank BSI ialah penarikan dengan jumlah responden 177 orang atau sebesar 63,2%, cek saldo berjumlah 91 orang atau sebesar 32,5% dan terakhir transfer sebanyak 12 orang atau sebesar 4,3%.

Berikut adalah data mengenai jenis transaksi yang sering dilakukan responden mahasiswa IAIN Lhokseumawe angkatan 2017 baik secara *mobile banking* maupun secara langsung:

Tabel 4.3 Jumlah Transaksi Responden BSI Secara *Mobile Banking*

No	Jenis Transaksi	Frekuensi	Persentase %
1	Cek Saldo	36	12,9%
2	Transfer	84	30%
3	Pembelian	6	2,1%
4	Pembayaran	5	1,8%
5	Tidak ada	149	53,2%
Jumlah		280	100%

Sumber: Data Primer diolah Juli 2021

Berdasarkan tabel 4.3 di atas, diketahui bahwa jenis transaksi yang sering digunakan responden ialah transfer dengan jumlah 84 orang atau sebesar 30%, cek saldo 36 orang atau sebesar 12,9%, pembelian 6 orang atau sebesar 2,1%, dan pembayaran berjumlah 5 orang responden atau sebesar 1,8%. Sedangkan selebihnya tidak ada atau tidak menggunakan layanan *mobile banking* yang berjumlah 149 orang atau sebesar 53,2%.

Hasil Uji Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Sebelum peneliti melakukan penyebaran kuesioner kepada seluruh responden, terlebih dahulu peneliti mengambil 30 sampel untuk menguji pernyataan. Bila hasil dari pengujian menyatakan valid, maka pernyataan pada setiap indikator dapat dilanjutkan kepada semua sampel yang telah ditentukan. Dengan demikian hasil yang diperoleh yaitu:

Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas 280 Sampel Pengguna BSI Perbankan Langsung

Variabel	Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Ket
<i>Tangibles</i> (Bukti langsung)	PL_T1	0,775	0,117	Valid
	PL_T2	0,842	0,117	Valid
	PL_T3	0,865	0,117	Valid
	PL_T4	0,820	0,117	Valid
	PL_T5	0,766	0,117	Valid
<i>Reliability</i> (Kehandalan)	PL_R1	0,836	0,117	Valid
	PL_R2	0,877	0,117	Valid
	PL_R3	0,860	0,117	Valid
	PL_R4	0,824	0,117	Valid
	PL_R5	0,792	0,117	Valid
<i>Responsiveness</i> (Ketanggapan)	PL_S1	0,780	0,117	Valid
	PL_S2	0,830	0,117	Valid
	PL_S3	0,820	0,117	Valid
	PL_S4	0,780	0,117	Valid
	PL_S5	0,398	0,117	Valid
<i>Assurance</i> (Jaminan)	PL_A1	0,785	0,117	Valid
	PL_A2	0,842	0,117	Valid
	PL_A3	0,804	0,117	Valid
	PL_A4	0,538	0,117	Valid
	PL_A5	0,598	0,117	Valid
<i>Emphaty</i>	PL_E1	0,711	0,117	Valid

(Empati)	PL_E2	0,870	0,117	Valid
	PL_E3	0,831	0,117	Valid
	PL_E4	0,871	0,117	Valid
	PL_E5	0,750	0,117	Valid

Sumber: Data Primer diolah Juli 2021.

Adapun hasil output perhitungan uji validitas responden pengguna BSI *mobile banking* dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas 280 Sampel Pengguna BSI *Mobile Banking*

Variabel	Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Ket
<i>Tangibles</i> (Bukti langsung)	MB_T1	0,914	0,117	Valid
	MB_T2	0,932	0,117	Valid
	MB_T3	0,948	0,117	Valid
	MB_T4	0,906	0,117	Valid
	MB_T5	0,894	0,117	Valid
<i>Reliability</i> (Kehandalan)	MB_R1	0,753	0,117	Valid
	MB_R2	0,819	0,117	Valid
	MB_R3	0,810	0,117	Valid
	MB_R4	0,750	0,117	Valid
	MB_R5	0,669	0,117	Valid
<i>Responsiveness</i> (Ketanggapan)	MB_S1	0,833	0,117	Valid
	MB_S2	0,870	0,117	Valid
	MB_S3	0,844	0,117	Valid
	MB_S4	0,865	0,117	Valid
	MB_S5	0,824	0,117	Valid
<i>Assurance</i> (Jaminan)	MB_A1	0,808	0,117	Valid
	MB_A2	0,871	0,117	Valid
	MB_A3	0,952	0,117	Valid
	MB_A4	0,933	0,117	Valid
	MB_A5	0,920	0,117	Valid
<i>Emphaty</i> (Empati)	MB_E1	0,790	0,117	Valid
	MB_E2	0,874	0,117	Valid
	MB_E3	0,874	0,117	Valid
	MB_E4	0,857	0,117	Valid
	MB_E5	0,788	0,117	Valid

Sumber: Data Primer diolah Juli 2021

Berdasarkan tabel 4.4 dan 4.5 di atas, dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan item pernyataan pada BSI *mobile banking* dan BSI perbankan langsung setiap indikatornya dapat dinyatakan valid, karena seluruh item pernyataan memiliki nilai r_{hitung} yang lebih besar dari pada r_{tabel} .

2. Uji Reliabilitas

Sebelum peneliti melakukan penyebaran kuesioner kepada seluruh responden, terlebih dahulu peneliti mengambil 30 orang sampel guna untuk menguji pernyataan yang sudah dibuat. Apabila hasil dari pengujian tersebut menyatakan reliabel, maka

pernyataan pada tiap-tiap indikator dapat dilanjutkan hingga kepada semua sampel yang sudah ditentukan, dan hasil yang diperoleh adalah sebagai berikut:

Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas Sampel Pengguna BSI Perbankan Langsung

Indikator	Reliability Coefficients	Cronbach Alpha	Ket
<i>Tangibles</i> (Bukti langsung)	5 item	0,871	Reliabel
<i>Reliability</i> (Kehandalan)	5 item	0,893	Reliabel
<i>Responsiveness</i> (Ketanggapan)	5 item	0,789	Reliabel
<i>Assurance</i> (Jaminan)	5 item	0,772	Reliabel
<i>Emphaty</i> (Empati)	5 item	0,866	Reliabel

Sumber: Data Primer diolah Juli 2021

Adapun hasil output yang dihasilkan berdasarkan perhitungan uji reliabilitas responden pengguna BSI perbankan langsung dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas Sampel Pengguna BSI *Mobile Banking*

Indikator	Reliability Coefficients	Cronbach Alpha	Ket
<i>Tangibles</i> (Bukti langsung)	5 item	0,954	Reliabel
<i>Reliability</i> (Kehandalan)	5 item	0,815	Reliabel
<i>Responsiveness</i> (Ketanggapan)	5 item	0,902	Reliabel
<i>Assurance</i> (Jaminan)	5 item	0,938	Reliabel
<i>Emphaty</i> (Empati)	5 item	0,893	Reliabel

Sumber: Data Primer diolah Juli 2021

Berdasarkan tabel 4.6 dan 4.7 di atas, dapat diketahui bahwa masing-masing dari variabel tersebut memiliki Cronbach Alpha lebih dari 0,6 atau $>0,6$ sehingga dapat disimpulkan bahwa semua indikator dinyatakan reliabel.

Hasil Uji Mann Whitney

**Tabel 4.8 Hasil Uji U
 Test Statistics^a**

	Pelayanan
Mann-Whitney U	32061.000
Wilcoxon W	71401.000
Z	-3.744-
Asymp. Sig. (2-tailed)	.000

a. Grouping Variable:
 Kepuasan Mahasiswa

Sumber: Data Primer, diolah 2021.

Berdasarkan output *test statistics* di atas, diketahui nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar $0,000 < 0,05$. Dengan demikian H_0 ditolak dan H_1 diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan tingkat kepuasan mahasiswa terhadap kualitas pelayanan BSI perbankan langsung dan BSI *mobile banking*.

Tabel 4.9 Hasil Ranks Uji Mann Whitney U

Ranks

	Kepuasan Mahasiswa	N	Mean Rank	Sum of Ranks
Pelayanan	Kualitas Pelayanan Mobile Banking	280	255.00	71401.00
	Kualitas Pelayanan Perbankan Langsung	280	306.00	85679.00
	Total	560		

Sumber: Data Primer, diolah 2021

Berdasarkan hasil di atas, diketahui bahwa nilai *mean rank* kualitas pelayanan BSI perbankan langsung sebesar 306.00 sedangkan kualitas pelayanan BSI *mobile banking* sebesar 255.00. Maka dapat disimpulkan bahwa adanya perbedaan tingkat kepuasan mahasiswa terhadap kedua kualitas pelayanan tersebut pada mahasiswa IAIN Lhokseumawe angkatan 2017.

Secara deskriptif tingkat kepuasan mahasiswa terhadap kualitas pelayanan BSI *mobile banking* lebih rendah daripada tingkat kepuasan mahasiswa terhadap kualitas pelayanan BSI perbankan langsung pada mahasiswa IAIN Lhokseumawe angkatan 2017. Perbedaan tersebut juga didukung oleh banyaknya jumlah mahasiswa yang hanya menggunakan layanan BSI perbankan langsung dari 280 responden, sebanyak 149 atau 53,2% mahasiswa berstatus sebagai nasabah BSI perbankan langsung dan 131 mahasiswa atau 46,8% berstatus sebagai nasabah BSI dan menggunakan BSI *mobile banking*. Hal ini menggambarkan bahwa secara tidak langsung mahasiswa lebih tertarik menggunakan jasa BSI perbankan secara langsung dibandingkan BSI *mobile banking*.

Minimnya mahasiswa menggunakan pelayanan *mobile banking* salah satunya disebabkan oleh faktor resiko, hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Syamsul Hadi 2015. Di peroleh hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor keamanan dan kemampuan akses berpengaruh positif signifikan terhadap *mobile banking*, sedangkan faktor resiko berpengaruh negatif signifikan kuat terhadap *mobile banking*. Dan faktor persepsi nasabah atas Kemudahan penggunaan dan manfaat tidak berpengaruh signifikan terhadap penggunaan *mobile banking*. Hasil tersebut di perkuat dengan pernyataan salah satu informan penelitian, Rahmatillah mahasiswi jurusan Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah mengatakan bahwa:

“Salah satu kewaspadaan saya menggunakan layanan BSI mobile banking adalah password dan pinnya yang bisa saja ditebak orang lain, apalagi saya menggunakan password yang sama dalam semua akun media sosial. Sekarang tindak penipuan juga semakin merajalela, semua data bisa diretas hanya dengan berbekal nomor ponsel, teman saya juga pernah mengalami pembajakan rekening karena hp miliknya dicuri”.

Hal serupa juga dikemukakan oleh Bunga Nur Inda Sari 2018, faktor yang menyebabkan nasabah lebih sering menggunakan pelayanan *teller* dibandingkan pelayanan digital (ATM) adalah karena kebutuhan, kurangnya minat nasabah dalam menggunakan ATM, kurangnya pemahaman nasabah dalam menggunakan ATM, rasa tidak aman nasabah saat menggunakan ATM, dan nasabah merasa lebih nyaman menggunakan pelayanan *teller*.

KESIMPULAN

Berikut ini kesimpulan dari hasil penelitian dan pembahasan, diantaranya:

1. Ada perbedaan respon mahasiswa terhadap kualitas pelayanan antara BSI *mobile banking* dan kualitas pelayanan perbankan langsung. Hal ini ditunjukkan dengan nilai rata-rata yang diperoleh BSI *mobile banking* sebesar 91% dan perbankan langsung 95,2% dari skor yang diharapkan 100%. Data ini juga didukung oleh uji statistik didapatkan hasil mean rank BSI *mobile banking* 255.00 sedangkan perbankan langsung sebesar 306.00.
2. Uji Mann Whitney Test menunjukkan perbedaan tanggapan dimata mahasiswa dengan perolehan nilai signifikansi (*2-tailed*) 0.000 yang berarti $0.000 < 0.05$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hasil ini juga didukung oleh data banyaknya jumlah mahasiswa yang hanya menggunakan layanan BSI perbankan langsung dari 280 responden, 149 atau 53,2% mahasiswa berstatus sebagai nasabah BSI perbankan langsung dan 131 mahasiswa atau 46,8% berstatus sebagai nasabah BSI dan menggunakan BSI *mobile banking*. Hal ini menggambarkan bahwa secara tidak langsung mahasiswa lebih tertarik menggunakan jasa layanan BSI secara kontak fisik dibandingkan BSI *mobile banking*.

REKOMENDASI KEBIJAKAN

1. Bagi bank
 - a. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan perbaikan maupun pemantapan kualitas layanan di kalangan kaum muda (mahasiswa) disebabkan angka mahasiswa yang terus mengalami peningkatan.
 - b. Bank juga dari hasil penelitian ini pada BSI *mobile banking* indikator *assurance* menunjukkan nilai rata-rata terendah 87% dari nilai indikator yang lain,

- diharapkan bank dapat meningkatkan keamanan dan juga mampu memberikan jaminan yang pasti serta lebih mensosialisasikan tata cara penggunaan BSI *mobile banking* agar tidak terjadi kekeliruan.
- c. Bagi bank dalam bidang manajemen, diharapkan dapat menjadi bahan rujukan dalam peningkatan pemasaran bank BSI di masa yang akan datang.
 - d. Dari hasil penelitian tergambar karakteristik nasabah di kalangan muda (mahasiswa) IAIN Lhokseumawe yang menginginkan layanan praktis, nyaman dan tingkat keamanan atau jaminan yang pasti. Poin-poin atau indikator tersebut dapat menjadi bahan referensi bank dalam melahirkan kebijakan, produk, dan layanan dekat dengan nasabah (mahasiswa).
2. Bagi mahasiswa diharapkan agar lebih mampu menyesuaikan diri dengan perkembangan teknologi digital, lebih fokus dan produktif guna menciptakan generasi yang bermanfaat bagi bangsa.

DAFTAR PUSTAKA

- APJII. (2020, November). Siaran Pers: Pengguna Internet Indonesia Hampir Tembus 200 Juta di 2019 – Q2 2020. *9 November 2020*. Retrieved from <https://apjii.or.id/index.php/2020/11/09/siaran-pers-pengguna-internet-indonesia-hampir-tembus-200-juta-di-2019-q2-2020/>
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Bugin, B. (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana.
- Chrisna, Y. (2008). *Analisis Sikap Nasabah Terhadap Kualitas Pelayanan di Bank BRI Cabang Klaten* (Universitas Sanata Dharma Yogyakarta). Universitas Sanata Dharma Yogyakarta. Retrieved from http://repository.usd.ac.id/13678/2/012214137_Full.pdf
- Handi, I. (2008). *Membedah Strategi Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Gramedia.
- Haryanto, A. T. (2019, May). Pengguna Internet Indonesia Didominasi Milenial. *16 Mei 2019*. Retrieved from <https://inet.detik.com/telecommunication/d-4551389/pengguna-internet-indonesia-didominasi-milenial>
- Keller, P. K. & K. L. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa (Ke-2)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Novika, S. (2021, February). Jadi yang Terbesar di RI, Ini Profil Bank Syariah Indonesia. *02 Februari 2021*. Retrieved from <https://finance.detik.com/moneter/d-5357755/jadi-yang-terbesar-di-ri-ini-profil-bank-syariah-indonesia>
- Prakoso, S. P. & E. T. (2020). Karakter dan Perilaku Milenial: Peluang atau Ancaman Bonus Demografi. *Jurnal Ilmiah Consilia BK*, 3(1), 10–22. Retrieved from https://ejournal.unib.ac.id/index.php/j_consilia
- Rangkuti, F. (2013). *Customer Service Satisfaction & Call Center Berdasarkan Iso 9001*. Jakarta: Gramedia Utama.
- Ruswanti, E. (2012). Pengaruh Service Quality dan Customer Satisfaction Terhadap

- Customer Loyalty. *Ekonomi*, 29(318), 1–6.
- Santoso. (2006). *SPSS20 Pengolahan Data Statistik di Era Informasi*. Jakarta: Elex Media.
- Sari, B. N. I. (2018). *Perbandingan Pelayanan Langsung Dan Pelayanan Digital Dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah Di PT Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Bengkulu*. IAIN Bengkulu.
- Siregar, S. (2014). *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif* (Cetakan ke; Fandy Hutari, Ed.). Jakarta: Bumi Aksara.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)* (Cetakan ke; Sutopo, Ed.). Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*. Yogyakarta: Bayumedia Publishing.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa, Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Ulkhag, M. & M. P. B. B. (2017). Analisis Kepuasan Pelanggan dengan Menggunakan SERVQUAL : Studi Kasus Layanan IndiHome PT . Telekomunikasi Indonesia Tbk, Regional 1 Sumatera. *Sistem Dan Manajemen Industri*, 1(2), 2–8. <https://doi.org/https://doi.org/10.30656/jsmi.v1i2.365>
- Yusmad, M. A. (2018). *Aspek Hukum Perbankan Syariah dari Teori ke Praktik*. Yogyakarta: Deepublish.