



Pengaruh Peningkatan Kualitas Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BTN Kantor Cabang Pekanbaru

The Influence Of Mobile Banking Quality Improvement On Customer Satisfaction Of Bank BTN Pekanbaru Branch Office

Sri Rahmayanti^{1*}, Fidia Ilhami²

¹²Universitas Muhammadiyah Riau, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Pekanbaru

Email: *sri.rahmayanti@umri.ac.id

Article Info

Article history:

Received: 30 Maret 2023

Accepted: 16 Juni 2023

Published: 30 Juni 2023

Keywords:

Mobile banking; quality; improvement

DOI:

10.37859/jae.v13i1.4746

JEL Classification:

Abstrak

Kepuasan Nasabah di Perbankan akan bertambah seiring dengan peningkatan fitur mobile banking, di BTN sendiri penambahan fiturnya adalah pembayaran BPJS, pembayaran PBB, pembayaran PDAM, Top Up dompet digital, Virtual Account untuk transaksi e-commerce. Bank BTN menambah fitur Cardless Withdrawal dimana nasabah bank dapat melakukan transaksi tarik tunai tanpa kartu di ATM, serta QRIS, fitur yang memudahkan nasabah bertransaksi dengan memindai QR Code melalui aplikasi Mobile Banking BTN memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah di Bank BTN Kantor Cabang Pekanbaru. Penelitian dilakukan agar pihak perbankan Khususnya BTN dapat memberikan pelayanan yang terbaik dari mobile bankingnya sehingga dapat meningkatkan nasabahnya.

Customer satisfaction in banking will increase along with the increase in mobile banking features at BTN itself. The additional features are BPJS payments, PBB payments, PDAM payments, digital wallet top ups, virtual accounts for e-commerce transactions. Bank BTN adds a Cardless Withdrawal feature where bank customers can make cardless cash withdrawal transactions at ATMs, as well as QRIS, a feature that makes it easier for customers to make transactions by scanning the QR Code through the BTN Mobile Banking application. Mobile banking has a significant influence on customer satisfaction at Bank BTN Pekanbaru Branch Office. The research was conducted so that banks, especially BTN, can provide the best service from their mobile banking so that they can increase their customers.

©JAE-UMRI 2023

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi di era globalisasi saat ini tidak bisa diatasi atau batasi. Karena ini menjadi salah satu faktor pendukung keberhasilan sebuah pesaing bisnis untuk memajukan bisnisnya. Bagi perusahaan yang tidak bisa mengikuti perkembangan teknologi maka perusahaannya akan mengalami penurunan pelanggan.

pelanggan lebih memilih perusahaan yang bisa memberinya sebuah kemudahan yang mereka inginkan.

Selanjutnya teknologi informasi begitu penting dalam dunia bisnis tidak terkecuali sector perbankan. Teknologi diharapkan dapat berdampak baik bagi nasabahnya. Pelayanan yang disesuaikan dengan teknologi yang sedang trend saat ini adalah Mobile banking (M Banking). Mobile banking adalah aplikasi eksekusi transaksi seluler yang berfokus pada urusan keuangan bank, seperti semua eksekusi tindakan yang dilakukan oleh ATM (Automated Teller Machine) di ponsel. Pelayanan dengan mengunakan mobile banking diharapkan memudahkan masyarakat dalam melakukan transasaksi perbankan melalau dengan gengaman yaitu HP (Wardhaha 2015);

Bank BTN terus meningkatkan kapasitas fitur dari mobile banking bank BTN agar dapat dimanfaatkan secara optimal oleh nasabah terlebih saat pemberlakuan PPKM darurat. Misalnya untuk transfer, pembayaran BPJS kesehatan, bayar PBB, listrik, PDAM dan top up dompet digital serta virtual account untuk transaksi e-commerce, “kata direktur IT, Operation and Digital Banking BTN Andi Nirwoto alam keterangan tertulisnya, senin 9/7/2021.

Bank BTN adalah perusahaan saham gabungan milik negara. Dalam perkembangan tiga tahun terakhir BTN mengalami penambahan signifikan dari jumlah penguanaan mobile bankingnya, Dapat dilihat dari table berikut:

Tabel 1. Pertambahan Pengguna Mobile Banking Bank

BTN Kantor Cabang Pekanbaru Tahun 2020-2022		
No	Tahun	Jumlah Nasabah
1	2019	317
2	2020	561
3	2021	927

Sumber: PT. Bank Tabungan Negara Kantor Cabang Pekanbaru

Berdasarkan Tabel 1.1, menunjukkan bahwa pengguna mobile banking bank BTN bertambah setiap tahunnya. Jumlah nasabah pengguna mobile banking pada tahun 2019 yaitu sebesar 317 nasabah, dan kenaikan yang terjadi pada tahun 2020 yaitu sebanyak 244 nasabah atau sekitar 77%, selanjutnya di tahun 2021 terjadi lagi kenaikan jumlah nasabah sebesar 366 nasabah atau sekitar 65% yang menggunakan mobile banking BTN Kantor Cabang Pekanbaru.

Mobile banking Bank BTN selalu di perbaharui fitur – fitur nya, pembaharuan fitur ini diharapkan mampu mengoptimalkan pemanfaatannya oleh nasabah, misalnya dalam hal pembayaran BPJS, bayar PBB, PDAM dan Top Up dompet digital, Virtual Account untuk transaksi *e-commerce*. Bank BTN menambah fitur Cardless Withdrawal dimana nasabah bank dapat melakukan transaksi tarik tunai tanpa kartu di ATM, serta QRIS, fitur yang memudahkan nasabah bertransaksi dengan memindai QR Code melalui aplikasi Mobile Banking BTN. Dengan penambahan fitur tersebut dan kelebihan yang dimiliki fitur tersebut dapat dilihat pada pengguna mobile banking Bank BTN mengalami kenaikan jumlah nasabah dipertengahan tahun 2021

Peningkatan

Adi S mengatakan bahwa peningkatan itu berarti berlapis dari suatu susunan, dalam istilah lainnya peningkatan berupa usaha untuk lebih meninggikan atau menaikan derajat baik kuantitas maupun kualitas, selain itu, peninkatan dapat berarti capaian dari satu proses, takaran, sifat dan hubungan (Zamroni,2007:2).

Kualitas Produk

Bila kita membicarakan kualitas produk tidak terlepas dari kondisi fisik, keadaan produk, kegunaanya dari produk, yang dapat memenuhi selera serta kebutuhan konsumen

disertai dengan jumlah uang yang telah dihabiskan untuk memperoleh barang tersebut (Kotler & Keller, 2013).

Dimensi Kualitas Produk

Dimensi kualitas produk mempunyai 6 elemen utama (Alexander Gravin 2009:38) yaitu:

1. Kinerja, berhubungan dengan manfaat atau fungsi utama dari suatu produk yang dibeli oleh konsumen. Hal ini merupakan pertimbangan awal dari keputusan membeli produk dari konsumen.
2. Daya tahan/ Awet, merupakan ketahanan atau lama produk itu digunakan, semakin lama produk itu dapat digunakan maka persepsi terhadap produk tersebut semakin bagus. Pengukuran juga terhadap siklus produk, sesuai dengan ukurannya
3. Kehandalan, Produk ini dapat memaksimalkan kepuasan konsumen pada setiap waktu bukan hanya dalam waktu tertentu saja. Produk dapat menjalankan fungsinya dengan baik tanpa ada kegagalan yang berarti disetiap menjalankan fungsinya.
4. Fitur Produk, merupakan fitur tambahan sebagai pelengkap dari produk dasarnya yang berfungsi menyempurnakan dan menambah ketertarikan konsumen terhadap produk tersebut. Fitur produk ini sekaligus menjadi unggulan sebagai nilai tambah dari produk sejenis yang sama.
5. Kesesuaian, sesuai dengan standar produk yang telah ditetapkan, fitur-fitur yang lengkap sesuai dengan standarnya.
6. Desain, merupakan sebuah tampilan atau kemasan yang dapat memberikan nilai tambahan kepada produk tersebut, sehingga memberikan aspek yang lebih menyentuh ke konsumen

Mobile Banking

Mobile banking adalah pelayanan yang diberikan oleh perbankan melalui jaringan telepon seluler/ handphone GSM (*global for mobile Communication*) atau CDMA (*global for mobile Communication*). CDMA ini menggunakan data yang telah tersedia oleh operator seluler, seperti telkomsel, Indosat dan lainnya. (Supriyono, 2011:67). Apabila seseorang bertransaksi pihak bank akan melakukan konfirmasi pada jam, hari, tanggal, tahun tertentu telah terjadi transaksi, bila pihak nasabah menemukan transaksi yang berbeda atau tidak ada melakukan transaksi tersebut maka nasabah dapat membatalkan transaksinya.

Kepuasan Nasabah

Kepuasan adalah hasil dari perbandingan antara persepsi dengan hasil dari produk dan harapan – harapan yang dirasakan oleh konsumen setelah menggunakan produk tersebut (Kotler dan Keller 2012), Pengertian lain juga menyebutkan Kepuasan adalah seberapa banyak harapan yang telah terpenuhi dengan mengkonsumsi suatu produk (amstrong 2012). Perasaan yang positif yang ada setelah memakai atau menggunakan produk itu juga merupakan suatu kepuasan (Sodakh 2014). Disini dapat disimpulkan bahwa kepuasan akan dirasakan oleh konsumen apabila harapan yang digantungkan terhadap suatu produk sama atau sesuai dengan kepuasan yang dirasakan setelah menggunakan produk tersebut.

Faktor – Faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah (Lupiyoadi 2014):

Dalam menentukan kepuasan terdapat lima factor utama yang harus diperhatikan perusahaan sebagai berikut:

1. Kualitas Produk, Penilaian konsumen yang menghasilkan nilai positif karena mutu yang dihasilkan dari kualitas produk tersebut
2. Kualitas pelayanan, dalam bidang jasa dititik bertakan kepada layanan yang dinikmati oleh konsumen

3. Emosional, ada rasa kebanggaan terhadap produk yang telah digunakan dan merasa harga diri yang lebih baik muncul dalam menggunakan produk tersebut
4. Harga, dengan produk yang sama serta kualitas yang sama tapi memberikan harga yang lebih murah sehingga memberikan kepuasan yang lebih Tinggi
5. Biaya, dimana tidak perlu biaya lainnya dalam mencapai kepuasan terhadap produk tersebut

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di Bank Tabungan Negara Cabang Pekanbaru. Jl. Jendral Sudirman No. 393. Penelitian ini dilakukan di tempat ini karena berkaitan dengan penggunaan Mobile Banking BTN yang ada di Pekanbaru serta mengetahui apakah peningkatan kualitas mobile banking berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

Dalam penelitian ini menggunakan Penelitian Kuantitatif dalam hal ini dengan pendekatan data yang menggunakan survey, dalam penelitian ini menggunakan populasi dan sampel yang telah ditetapkan terlebih dahulu. Dalam pendekatan survey digunakan pertanyaan yang telah disusun terlebih dahulu yang telah ditanyakan oleh orang lain terlebih dahulu atau disitilah dengan kuesioner. Jawaban yang diterima dikumpulkan dicatat, diolah dan dianalisa untuk memecahkan persoalan yang telah dihipotesiskan (Prasetyo, 2019_143)

Data dan Sumber Data

- a. Data primer menurut Danang Sunyoto (2013:21), data primer merupakan data mentah atau data langsung dari sampel yang telah ditetapkan untuk diambil sebagai pendukung dalam penyelesaian hipotesis, dalam penelitian ini diambil kuesioner dari nasabah bank BTN yang telah menggunakan mobile Banking.
- b. Data sekunder menurut Danang Sunyoto (2013:21) Data sekunder adalah data mentah yang telah diolah oleh perusahaan atau orang lain, sedangkan peneliti menggunakan data tersebut sebagai pengolahan dalam data penelitian. Dalam Hal ini data dalam jumlah nasabah Bank BTN yang menggunakan mobile Banking di kota Pekanbaru

Teknik Pengumpulan Data

Data diambil dengan menyebarkan kuesioner, Kuesioner diberikan kepada nasabah Bank BTN yang telah menggunakan mobile banking. Setiap Nasabah tersebut mengisi kuesioner dengan menjawab pertanyaan tertulis, setelah selesai diberikan lagi kepada peneliti untuk dapat diolah selanjutnya sesuai dengan penelitian.

Populasi dan Sampel

- a. Populasi menurut Sugiyono (2008: 61) populasi adalah Keseluruhan dari Objek yang akan dilakukan dalam penelitian, sehingga yang menjadi objek adalah Nasabah yang menggunakan mobile banking di BTN kantor cabang Pekanbaru, yang beralamat di Jln sudirman no 393. Dari data diperoleh 317 tahun 2019 - 2021
- b. Sampel menurut Sugiyono 2008:62 sampel adalah bagian dari keseluruhan dan karakteristik populasi. Dengan demikian, sampel dapat dinyatakan sebagai bagian dari populasi yang diambil dengan metodologi penelitian tertentu dan digeneralisasikan ke populasi. Jumlah sampel ditentukan dengan menggunakan rumus Slovin. Hasil perhitungan menggunakan rumus Slovin adalah 94,75 yang diselesaikan untuk 95 responden.

Teknik Pengambilan Sampel

Sampel diambil dengan menggunakan teknik random sampling, dimana pengambilan sampel dalam metode ini dipilih atau dilakukan secara acak. Sampel diambil dengan tempat penelitian yang dituju, Peneliti mengambil sampel sebanyak (5 nasabah Bank BTN kantor Cabang Pekanbaru

HASIL DAN PEMBAHASAN

Peneliti menggunakan metode kuantitatif untuk teknik analisis ini. Analisis data kuantitatif adalah ukuran yang digunakan dalam penelitian yang dapat dihitung dengan menggunakan sejumlah satuan tertentu atau dinyatakan dalam angka. Karakteristik responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini dibagi menjadi 5 kelompok, yakni : jenis kelamin, usia, pekerjaan, apakah sudah familiar, pengguna mobile banking, seberapa lama menggunakan mobile banking.

1) Jenis Kelamin

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Pria	48	51%
Wanita	47	49%

Sumber: Data Olahan SPSS

Tabel diatas menunjukkan bahwa nasabah Mobile Banking Bank BTN Kantor Cabang Pekanbaru yang berjenis kelamin pria/laki-laki sebanyak 48 orang dengan persentase 51%, sedangkan nasabah wanita/perempuan sebanyak 47 orang dengan persentase 49%.

2) Usia

Karakteristik responden berdasarkan usia responden, dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Frekuensi	Persentase
20-30 Tahun	55	58%
31-40 Tahun	33	35%
>40 Tahun	7	7%
Total	95	100%

Sumber :Data Olahan 2022

Tabel diatas menunjukkan bahwa usia responden nasabah Mobile Banking adalah 20-30 tahun sebanyak 55 orang dengan persentase 58%, 31-40 tahun sebanyak 33 orang dengan persentase 35%, >40 tahun sebanyak 7 orang dengan persentase 7%.

3) Jenis Pekerjaan

Karakteristik responden berdasarkan jenis pekerjaan, dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

Jenis Pekerjaan	Frekuensi	Presentase
Mahasiswa/Pelajar	44	46%
Pegawai Negeri	14	15%
Karyawan Swasta	29	31%
Wiraswasta	8	8%
Total	95	100%

Sumber : Data Olahan 2022

Tabel diatas meunjukkan bahwa pekerjaan responden nasabah Mobile Banking sebagai Mahasiswa sebanyak 44 orang dengan persentase 46%, Pegawai Negeri sebanyak 14 orang dengan persentase 15%, Karyawan Swasta sebanyak 29 orang dengan persentase 31%, Wiraswasta sebanyak 8 orang dengan persentase 8%.

4) Pengetahuan

Karakteristik responden berdasarkan pengetahuan, dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengetahuan

Pengetahuan	Frekuensi	Persentase
IYA	95	100%
TIDAK	0	0%
Total	95	100%

Sumber : Olahan Data 2022

Table diatas menunjukkan bahwa pengetahuan responden terhadap Mobile Banking yaitu IYA sebanyak 95 orang dengan persentase 100%, TIDAK sebanyak 0 orang dengan persentase 0%.

5) Pengguna

Karakteristik responden berdasarkan pengguna, dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 1.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengetahuan

Pengetahuan	Frekuensi	Persentase
IYA	95	100%
TIDAK	0	0%
Total	95	100%

Sumber : Olahan Data 2022

Table diatas menunjukkan bahwa pengguna responden terhadap Mobile Banking yaitu IYA sebanyak 95 orang dengan persentase 100%, tidak sebanyak 0 orang dengan persentase 0%.

6) Lama Pengguna

Karakteristik responden berdasarkan lama pengguna, dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 1.7 Karakteristik Responden Berdasarkan lama Pengguna

Berapa Lama	Frekuensi	Presentase
Kurang dari 1 tahun	29	31%
1 sampai dengan 2 tahun	24	25%
2 sampai dengan 3 tahun	28	29%
3 sampai dengan 4 tahun	12	13%
Lebih dari 4 tahun	2	2%
Total	95	100%

Sumber : Data Olahan 2022

Table diatas menunjukkan bahwa lama pengguna responden Mobile Banking yaitu kurang dari 1 tahun sebanyak 29 orang dengan persentase 31%, 1 sampai dengan 2 tahun sebanyak 24 orang dengan persentase 25%, 2 sampai dengan 3 tahun sebanyak 28 orang dengan persentase 29%, 3 sampai 4 tahun 12 orang dengan persentase 13%, lebih dari 4 tahun sebanyak 2 orang dengan persentase 2%.

Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Tabel 1.8 Uji Normalitas Data

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual	
N		95	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	2.97205666	
Most Extreme Differences	Absolute	.129	
	Positive	.129	
	Negative	-.069	
Test Statistic		.129	
Asymp. Sig. (2-tailed)		.001 ^c	
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.	.078 ^d	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.071
		Upper Bound	.085

Table diatas menunjukan uji normalitas metode One Sample Kolmogrov Smirnov. (Asymp Sig 2-tailed). Jika signifikansi < 0,05, kesimpulannya data tidak normal. Jika signifikansi > 0,05 data berdistribusi normal. Dapat diketahui nilai signifikansinya sebesar 0,085 memakai Monte Carlo sehingga kesimpulan data berdistribusi normal (0,085 > 0,05).

2) Uji Linieritas Data

Tabel 1.9 Uji Linieritas Data

ANOVA Table

		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.	
Kepuasan Nasabah * Peningkatan Kualitas	Between Groups	529,852	14	37,847	4,616	,000	
	Linearity Deviation from Linearity	Linearity	355,518	1	355,518	43,357	,000
		Deviation from Linearity	174,334	13	13,410	1,635	,093
		Within Groups	655,980	80	8,200		
Total		1185,832	94				

Sumber : Hasil Olahan Data SPSS 23.0

Berdasarkan pengujian yang telah dilakukan, diketahui nilai *Deviation From Linearity* adalah 0,093. Dengan demikian, nilai *Deviation From Linearity* terdapat hubungan yang linier, karena memiliki nilai *Deviation From Linearity* > 0,05.

Peningkatan Kualitas Mobile Banking Berpengaruh Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BTN Kantor Cabang Pekanbaru Berdasarkan uji t pada table 4.14 diperoleh nilai signifikansi dari variabel peningkatan kualitas mobile banking sebesar 0,000 < 0,05 (sig < α=5%) sehingga Ho ditolak. Hasil ini dapat diartikan di bank BTN kantor cabang Pekanbaru ini berlaku keadaan apabila Kualitas Mobile bankinnya meningkat akan mengakibatkan terjadinya peningkatan dalam kepuasan nasabah.

Tabel 10. Uji Regresi Sederhana

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	14,959	2,869		5,215	,000
Peningkatan Kualitas	,544	,086	,548	6,310	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber : Hasil Olahan Data SPSS 23.0

Berdasarkan pada table 4.16 dapat dibuat model persamaan regresi sebagai berikut: $Y = 14,959 + 0,544.X$, nilai konstanta menunjukkan jika kualitas mobil banking tidak ada maka nasabah mempunyai kepuasan sebesar 14,959. Dengan koefisien Regresi (b) sebesar positif 0,544 hal ini menunjukna hubungan yang searah. Peningkatan kualitas mobile banking berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah bank BTN Kantor Cabang Pekanbaru. Nilai koefisien regresi variabel peningkatan kualitas mobile banking sebesar + 0,544. Nilai koefisien positif menunjukkan adanya hubungan yang searah antara peningkatan kualitas mobile banking dengan kepuasan nasabah. jika peningkatan kualitas mobile banking ditingkatkan maka kepuasan nasabah menjadi meningkat. Hasil ini dapat disimpulkan bahwa nilai koefisien yang positif menggambarkan peningkatan di kedua variable yang diteliti, sama bergerak kearah yang searah dan tidak berlawanan arah. Semakin baik kualitas perbankan yang diberikan maka semakin meningkat pula kepuasan nasabah.

Hasil penelitian sesuai dengan penelitian Rachmad Hidayat menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. hal ini berarti bahwa semakin baik kualitas produk yang diberikan oleh bank, maka nasabah semakin merasa puas terhadap produk bank. semakin puas seorang nasabah dalam mengomsumsi suatu produk perbankan maka dapat dikatakan semakin berkualitas produk perbankan.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan di atas, disimpulkan bahwa kualitas produk akan meningkat seiring dengan peningkatan fitur mobile banking, Mobile banking memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah di Bank BTN Kantor Cabang Pekanbaru. Hal ini diperkuat dengan hasil uji-t yang mendapatkan nilai Sig Variabel peningkatan kualitas produk mobile banking $< 0,000; 0,05$ ($\text{sig} < \alpha = 5\%$) sehingga H_0 ditolak. Dari sini dapat disimpulkan bahwa kualitas mobile banking harus selalu ditingkatkan karena berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada bank BTN cabang Pekanbaru.

SARAN

Bagi bank BTN disarankan untuk terus berupaya menjaga dan meningkatkan kualitas mobile banking seperti menambah fitur-fitur terbaru seperti tarik tunai di ATM tidak perlu membawa kartu ATM dan lain-lain sehingga dapat menciptakan kepuasan nasabah secara maksimal.

DAFTAR PUSTAKA

Afnina, Yulia Hastuti. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan. Jurnal Samudra Ekonomi dan Bisnis. Vol 9, No 1 Januari 2018.

- Axel Hernandez, Felix David. (2022). Pengaruh Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Dalam Transaksi Sehari Hari. *Jurnal Penerapan Teknologi Informasi Dan Komunikasi Volume 01 Nomor 01 Tahun 2022*.
- Dedi Hartawan. (2017). Pengaruh Internet Banking Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Rakyat Indonesia Syariah Cabang Palembang. *Jurnal I-Economic Vol.3. No 2. Desember 2017*
- Gangsar Prawiramulia. (2014). Pengaruh Kualitas Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Mandiri. *Jurnal S1 Manajemen Bisnis Telekomunikasi Dan Informatika, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Telkom*.
- Isroul Khusna. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah KC Manado-Tendean.
- Izma Fazlun Jannah, Inayatillah Djakfar, Azimah Dianah. (2019). Pengaruh Kualitas Digital Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Pada BNI Syariah Cabang Banda Aceh. *Global Journal Of Islamic Banking And Finance Volume 2, No-(1)*.
- M. Somadi, Havis Aravik, Choirunnisak. (2021). Pengaruh Internet Banking, Mobile Banking Dan ATM Terhadap Kepuasan Nasabah BSI KC Palembang Simpang Patal. *Jurnal Ekonomi Islam Dan Perbankan Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Aceh Vol. 1, No. 2, Nov 2021*.
- Melfi Adela. (2020). Pengaruh Layanan M-Banking Terhadap Kepuasan Nasabah. skripsi
- Nirmala Putri Sari, Ismail Razak. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana Vol.5. No. 3 September 2017*.
- Rizal Zulkarnain, Agus David Ramdansyah. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen Tirtayasa (JRBMT), Vol. 2 (2) : hh.235-253 (November 2018)*.
- Skripsi Zakaria Harahap. (2020). Pengaruh Pelayanan M-Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Syariah Mandiri Kota Prabumulih. *Jurnal Pemikiran Dan Pengembangan Perbankan Syariah, Volume 6 Nomor 1 Edisi Agustus 2020*.