

**PENGARUH KETERSEDIAAN FITUR DAN KUALITAS  
PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH  
BERTRANSAKSI MENGGUNAKAN BCA MOBILE  
(Studi Kasus pada Mahasiswa Prodi Pendidikan Matematika FMIPA UNIMED)**

**Gracenda Febina Br Purba<sup>1</sup>, Faizah Khairani Sir<sup>2</sup>, Muhammad Ikrom<sup>3</sup>**  
Jurusan Manajemen, Universitas Negeri Medan

e-mail: gracendafebina25@gmail.com, faizahkhairani40@gmail.com,  
muhammadikromnst114@gmail.com

**Abstrak** – Aplikasi BCA Mobile menjadi m-banking yang paling banyak digunakan masyarakat khususnya dalam lingkup mahasiswa. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh Ketersediaan Fitur dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah dalam bertransaksi menggunakan BCA Mobile pada Mahasiswa prodi Pendidikan Matematika FMIPA UNIMED. Jenis data dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Metode analisis data yang digunakan yaitu uji regresi berganda yang meliputi uji t, uji F, dan uji R Square. Pengolahan data menggunakan software SPSS 26. Hasil penelitian menunjukkan Ketersediaan Fitur berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah, Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah, Ketersediaan Fitur dan Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Nasabah dalam bertransaksi menggunakan BCA Mobile.

**Kata Kunci:** Ketersediaan Fitur, Kualitas Pelayanan, Loyalitas Nasabah, BCA Mobile.

*Abstract* – The BCA Mobile application is the most widely used m-banking by the public, especially among students. The aim of this research is to analyze the influence of Feature Availability and Service Quality on Customer Loyalty in transactions using BCA Mobile among Mathematics Education Study Program students, FMIPA UNIMED. The type of data in this research is quantitative data. The data analysis method used is the multiple regression test which includes the t test, F test, and R Square test. Data processing uses SPSS 26 software. The research results show that feature availability has a positive and significant effect on customer loyalty, service quality has a positive and significant effect on customer loyalty, feature availability and service quality have a significant effect on customer loyalty when making transactions using BCA Mobile.

**Keywords:** Feature Availability, Service Quality, Customer Loyalty, BCA Mobile.

## **PENDAHULUAN**

Penggunaan teknologi digital saat ini semakin berkembang pesat, termasuk dalam dunia perbankan. Salah satu inovasi yang muncul adalah layanan mobile banking, yang memungkinkan nasabah untuk mengakses rekening mereka melalui perangkat seluler. Menurut Gitleman (2014) Mobile Banking adalah suatu layanan inovatif yang ditawarkan oleh bank yang memungkinkan pengguna kegiatan transaksi perbankan melalui

smartphone. Menurut Ronald M Hutabarat (2010), “Mobile Banking yaitu sebuah fasilitas perbankan melalui komunikasi bergerak seperti handphone dengan penyediaan fasilitas yang hampir sama dengan ATM kecuali mengambil uang cash.”

Mobile banking atau yang lebih dikenal dengan sebutan m-banking adalah layanan yang ditawarkan oleh bank dan menawarkan banyak sekali fitur untuk mempermudah transaksi keuangan. Fitur merupakan suatu hal yang dapat dipertimbangkan pula oleh bagi seseorang jika menggunakan suatu produk. Seseorang akan selalu menyelaraskan fitur yang ada pada produk dengan taksiran yang ditawarkan. Apabila nasabah merasa puas serta kebutuhannya dapat terpenuhi oleh fitur layanan yang ada dalam menu m-banking maka akan mempengaruhi nasabah dalam penggunaan m-banking.

Loyalitas pelanggan memiliki peran penting dalam perbankan, mempertahankan pelanggan berarti meningkatkan kinerja keuangan dan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan. Hal ini menjadi alasan utama bagi perbankan untuk menarik dan mempertahankan pelanggan.

Saat ini sudah banyak tersedia layanan m-banking yang digunakan masyarakat. Berdasarkan temuan survei Katadata Insight Center (KIC) yang dilakukan pada bulan Januari tahun 2023, terdapat lima super app perbankan yang paling banyak digunakan oleh responden dalam tiga bulan terakhir pasca instalasi, yaitu BCA Mobile (m-BCA) sebesar (85,2%), diikuti oleh BRImo (78,1%), kemudian Livin' by Mandiri (77,8%), SeaBank (75,8%), dan OCTO Mobile (74,3%). Selain itu, Berdasarkan data Top Brand Index tahun 2018-2021 brand index m-BCA menduduki posisi teratas dalam kurun waktu empat tahun berturut-turut.

Berdasarkan data tersebut penulis yang saat ini sebagai mahasiswa tertarik untuk melakukan penelitian mengenai mengapa aplikasi m-BCA menjadi m-banking yang paling banyak digunakan masyarakat terkhususnya dalam lingkup mahasiswa?. Penelitian ini menguji variabel ketersediaan fitur dan variabel kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah. Secara spesifik tujuan penelitian ini adalah: Menganalisis pengaruh ketersediaan fitur dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah dalam bertransaksi menggunakan m-BCA pada Mahasiswa prodi Pendidikan Matematika fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam Universitas Negeri Medan.

## **METODE PENELITIAN**

Jenis data yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif yang menggunakan analisis statistik. Objek penelitian adalah nasabah m-banking BCA pada mahasiswa prodi Pendidikan Matematika fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam Universitas Negeri Medan angkatan 2021. Sampel penelitian sebanyak 50 responden yang menggunakan BCA Mobile. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer dikumpulkan dari hasil kuesioner yang dibagikan melalui google form menggunakan skala likert sebagai skala pengukuran dalam teknik pengumpulan data. Data sekunder penelitian ini menggunakan buku dan penelitian terdahulu terkait variabel penelitian yang diteliti. Metode analisis data yang digunakan yaitu uji regresi berganda yang meliputi uji t, uji F, dan uji R Square. Pengolahan data menggunakan software Statistical Package for Social Science (SPSS) versi 26 untuk memaksimalkan waktu.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Uji Regresi Berganda

Uji Regresi Berganda bertujuan untuk menguji pengaruh dua variabel bebas (prediktor) atau lebih yaitu  $X_1$ ,  $X_2$ , ... terhadap variabel terikat atau  $Y$ . Bentuk pengujian regresi berganda meliputi uji  $t$  (parsial), uji  $F$  (simultan), dan uji  $R$  Square (koefisien determinasi).

### Analisis Regresi Linear

**Tabel 1. Hasil Regresi Linear Berganda**  
Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	5,661	4,724		1,198	,237
	Ketersediaan Fitur ( $X_1$ )	,510	,141	,498	3,618	,001
	Kualitas Pelayanan ( $X_2$ )	,352	,158	,308	2,235	,030

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah (Y)

Berdasarkan data yang telah diperoleh, berikut formulasi persamaan regresi dari hasil perhitungan pada tabel 1.

$$Y = 5,661 + 0,510 X_1 + 0,352 X_2$$

Berdasarkan persamaan regresi linear berganda diatas dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta positif sebesar 5,661 menunjukkan pengaruh positif variabel bebas (variabel ketersediaan fitur dan variabel kualitas pelayanan)
2.  $0,510(X_1)$  adalah nilai koefisien regresi variabel ketersediaan fitur terhadap loyalitas nasabah artinya jika variabel ketersediaan fitur mengalami kenaikan satu satuan maka loyalitas nasabah akan mengalami peningkatan sebesar 0,510 atau 51%.
3.  $0,352(X_2)$  adalah nilai koefisien regresi variabel kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah artinya jika variabel kualitas pelayanan mengalami kenaikan satu satuan maka loyalitas nasabah akan mengalami peningkatan sebesar 0,352 atau 35,2%.

### a. Uji $t$ (Parsial)

Pengujian ini menguji pengaruh secara parsial masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Jenis pengujian regresi dilakukan dengan uji regresi sederhana (simple linear regression). Kriteria pengujian Uji  $t$  ini yaitu: 1) Hipotesis diterima, jika nilai  $t_{hitung} \geq t_{tabel}$  dan nilai signifikansi  $< 0,05$  yang berarti terdapat pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, dan 2) Hipotesis ditolak, jika nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$  dan nilai signifikansi  $> 0,05$  yang berarti tidak terdapat pengaruh variabel bebas ( $X$ ) terhadap variabel terikat.

**Tabel 42. Uji-t**  
Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	5,661	4,724		1,198	,237
	Ketersediaan Fitur ( $X_1$ )	,510	,141	,498	3,618	,001
	Kualitas Pelayanan ( $X_2$ )	,352	,158	,308	2,235	,030

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah (Y)

Berdasarkan tabel 2, interpretasi untuk pengaruh parsial yaitu:

1. Untuk variabel ketersediaan fitur, nilai  $t_{hitung} = 3,618$  yang lebih besar dari  $t_{tabel} = 1,990$  dan nilai signifikansi 0,001 lebih kecil dari 0,05, menunjukkan hipotesis diterima yang berarti ada pengaruh secara parsial antara ketersediaan fitur terhadap loyalitas nasabah.

2. Untuk variabel kualitas pelayanan, nilai  $t_{hitung} = 2,235$  yang lebih besar dari  $t_{tabel} = 2,010$  dan nilai signifikansi  $0,03$  lebih kecil dari  $0,05$ , menunjukkan hipotesis diterima yang berarti ada pengaruh secara parsial antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah.

**b. Uji F (Simultan)**

Pengujian ini menguji pengaruh secara simultan variabel bebas terhadap variabel terikat. Jenis pengujian regresi dilakukan dengan uji regresi berganda (multiple linear regression). Kriteria pengujian Uji F ini yaitu: 1) Hipotesis diterima, jika nilai  $F_{hitung} \geq F_{tabel}$  dan nilai signifikansi  $< 0,05$  yang berarti terdapat pengaruh simultan antara variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y), dan 2) Hipotesis ditolak, jika nilai  $F_{hitung} < F_{tabel}$  dan nilai signifikansi  $> 0,05$  yang berarti tidak terdapat pengaruh simultan antara variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y).

**Tabel 3. Uji-F ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	126,480	2	63,240	29,981	,000 <sup>b</sup>
	Residual	99,140	47	2,109		
	Total	225,620	49			

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah (Y)

b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan (X<sub>2</sub>) Ketersediaan Fitur (X<sub>1</sub>)

Berdasarkan tabel 3, interpretasi untuk pengaruh simultan yaitu: Nilai  $F_{hitung} = 29,981 > F_{tabel} = 3,20$  dan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ , menunjukkan hipotesis diterima yang berarti ada pengaruh secara simultan antara ketersediaan fitur dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah.

**c. Uji R Square (Koefisien Determinasi)**

Uji R Square atau koefisien determinasi berfungsi untuk mengetahui sejauh mana kontribusi variabel bebas dalam model regresi mampu menjelaskan variasi dari variabel terikatnya. Uji ini juga akan memperlihatkan persentase pengaruh yang diberikan variabel bebas (X) secara simultan terhadap variabel terikat (Y). Dalam hal ini, koefisien determinasi mampu menjelaskan akurasi dari determinasi variabel bebas secara simultan terhadap variabel terikat.

**Tabel 4.4. Uji R Square (R<sup>2</sup>)**

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,749 <sup>a</sup>	,561	,542	1,45236

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan (X<sub>2</sub>) Ketersediaan Fitur (X<sub>1</sub>)

Berdasarkan tabel 4.4, nilai R Square (R<sup>2</sup>) adalah  $0,561$ . Hasil tersebut memberikan arti bahwa pengaruh ketersediaan fitur dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap loyalitas nasabah adalah sebesar  $56,1\%$ .

**Pembahasan**

Pembahasan dalam penelitian ini ditujukan untuk menganalisis pengaruh antara Ketersediaan Fitur dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah bertransaksi menggunakan BCA Mobile pada Mahasiswa prodi Matematika FMIPA UNIMED. Berikut pembahasan berdasarkan hasil penelitian yang ada.

**1. Pengaruh Ketersediaan Fitur Terhadap Loyalitas Nasabah**

Berdasarkan hasil penelitian dengan menggunakan uji regresi sederhana, pengujian secara parsial menunjukkan bahwa variabel Ketersediaan Fitur menghasilkan nilai signifikansi  $0,001 < 0,05$ . Koefisien regresi variabel Ketersediaan Fitur

menunjukkan angka 0,510 yang berarti bahwa setiap fitur yang memudahkan nasabah maka akan menaikkan Loyalitas Nasabah sebesar 51%. Hal tersebut menunjukkan bahwa Ketersediaan Fitur berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah.

Dari hasil penelitian ini maka hipotesis pertama ( $H_1$ ) diterima dan  $H_0$  ditolak, yang menyatakan bahwa ada pengaruh Ketersediaan Fitur terhadap Loyalitas Nasabah bertransaksi menggunakan BCA Mobile. Hal ini disebabkan karena berdasarkan data kuesioner, responden cenderung puas terhadap kemudahan fitur yang ada pada BCA Mobile, hal ini berarti semakin lengkap, aman dan mudah fitur BCA Mobile digunakan maka akan semakin meningkat loyalitas nasabah.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Septiana (2022) yang dalam hasil penelitiannya menyatakan bahwa Ketersediaan Fitur berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah.

## **2. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah**

Berdasarkan hasil penelitian dengan menggunakan uji regresi sederhana, pengujian secara parsial menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan menghasilkan nilai signifikansi  $0,03 < 0,05$ . Koefisien regresi variabel Kualitas Pelayanan menunjukkan angka 0,352 yang berarti bahwa setiap pelayanan yang memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah maka akan menaikkan Loyalitas Nasabah sebesar 35,2%. Hal tersebut menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah.

Dari hasil penelitian ini maka hipotesis kedua ( $H_2$ ) diterima dan  $H_0$  ditolak, yang menyatakan bahwa ada pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah bertransaksi menggunakan BCA Mobile. Hal ini disebabkan karena berdasarkan data kuesioner, responden cenderung puas terhadap pelayanan yang ada pada BCA Mobile, hal ini berarti semakin tinggi kualitas pelayanan BCA Mobile maka akan semakin meningkat loyalitas nasabah.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Ainul Yaqin (2014) yang dalam hasil penelitiannya menyatakan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan positif terhadap Loyalitas Nasabah.

## **3. Pengaruh Ketersediaan Fitur dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah**

Berdasarkan hasil penelitian dengan menggunakan uji regresi berganda, pengujian secara simultan menunjukkan bahwa variabel Ketersediaan Fitur dan Kualitas Pelayanan menghasilkan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  dengan nilai F sebesar 29,981. Hal tersebut menunjukkan Ketersediaan Fitur dan Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Nasabah.

Dari hasil penelitian ini maka hipotesis ketiga ( $H_3$ ) yang menyatakan bahwa ada pengaruh Ketersediaan Fitur dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah bertransaksi menggunakan BCA Mobile diterima dan  $H_0$  ditolak. Hal ini disebabkan mayoritas responden merasa puas terhadap kemudahan fitur dan pelayanan dari BCA Mobile.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa:

- 1) Ketersediaan Fitur berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah bertransaksi menggunakan BCA Mobile.
- 2) Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah bertransaksi menggunakan BCA Mobile.

- 3) Ketersediaan Fitur dan Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Nasabah bertransaksi menggunakan BCA Mobile.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Agustini, N.L., K. Putra. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan M-Banking Livin By Mandiri di Kabupaten Karangasem. *Jurnal Manajemen*, 8(3), 647-654.
- Badaruddin, Risma. (2021). Pengaruh Fitur Layanan dan Kemudahan terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking. *Jurnal Margin*, 1(1), 1-13.
- Desfika, Thresa Sandra. (2023). Survei: Fitur Super App Perbankan Jawab Kebutuhan Nasabah, (<https://www.beritasatu.com/ekonomi/1034549/survei-fitur-super-app-perbankan-jawab-kebutuhan-nasabah>).
- Fandy, Tjiptono, & Gregorius Chandra. (2006). *Manajemen Pelayanan Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Gitleman, L. (2014). Definisi Mobile Banking. *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 12-18.
- Griffin, Jill. (2003). *Customer Loyalty Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan*. Jakarta: Erlangga, hlm.113
- Hutabarat, R.M. (2010). *Mobile Banking Security Analysis Based WAP*.
- Nurhamadi, Irfan. (2017). Pengaruh Kepercayaan Nasabah dan Kualitas Pelayanan Mobile Banking Terhadap kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Bank Syariah Mandiri Depok). Jakarta, Skripsi Program Studi Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Peraturan Bank Indonesia Nomor 18/40/PBI/2016 tentang Penyelenggaraan Pemrosesan Transaksi Pembayaran.
- Poon, W. C. (2017). Users' Adoption of E-Banking Services: The Malaysian Perspective. *Journal of Business & Industrial Marketing*.
- Sarimuda. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking terhadap Loyalitas Nasabah Bank BCA Jambi dengan Kebahagiaan Nasabah sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan*, 11(1), 132-146.
- Septiana. (2022). Pengaruh Kepercayaan, Ketersediaan Fitur dan Customer Value terhadap Loyalitas Nasabah dalam Menggunakan Mobile Banking di Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Palembang Sudirman. Palembang, Skripsi Program Studi Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Raden Fatah.
- Tirtana, Irwan dan Shinta Permata Sari. (2014). Analisis Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan Dan Kepercayaan Terhadap Penggunaan Mobile Banking. *Seminar Nasional Dan Call For Paper. Program Studi Akuntansi-FEB UMS*.
- Yaqin, Ainul. (2014). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Pengguna E-Banking di Surabaya. *Journal of Business and Banking*, 4(2), 245-260.