



**PENGARUH KUALITAS LAYANAN *MOBILE BANKING* BCA
TERHADAP KEPUASAN NASABAH BCA PADA MAHASISWA
UNIVERSITAS MERCU BUANA FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
(Program Studi : Marketing Communication and Advertising Reguler 2
Periode 2020)**

TUGAS AKHIR SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Stara 1 (S-1)

Komunikasi Bidang Studi Periklanan dan Komunikasi Pemasaran

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

Disusun oleh:

Tri Ajeng Oktaviani

44315110042

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2020**



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Periklanan dan Komunikasi Pemasaran
Tri Ajeng Oktaviani
44315110042

Pengaruh Kualitas Layanan *Mobile banking* BCA Terhadap Kepuasan Nasabah BCA Pada Mahasiswa Universitas Mercu Buana Fakultas Ilmu Komunikasi (Program Studi : Marketing Communication and Advertising Reguler 2 Periode 2020)

Bibliografi: 5 Bab; 81 Halaman; 23 Lampiran; 12 Buku; 4 Internet

ABSTRAK

Persaingan dalam berbagai sektor tidak dapat dihindari termasuk dalam sektor perbankan yang semakin hari semakin ketat dalam bersaing. Layanan *mobile banking* merupakan salah satu inovasi dalam memenuhi kebutuhan layanan perbankan. Pelayanan sempurna (*service excellent*) dalam layanan perbankan elektronik adalah peran penting untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

Tujuan penelitian ini untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan *mobile banking* yang terdiri dari dimensi e-SERVQUAL yaitu *efficiency, fulfillment, reability, privacy, responsiveness, compensation*, dan *contact* terhadap kepuasan nasabah.

Teori utama yang digunakan untuk variabel dimensi kualitas layanan adalah teori Zeithaml. Untuk teori utama variabel kepuasan pelanggan menggunakan teori Irawan (2008).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa korelasi antara kualitas layanan dan kepuasan pelanggan berada pada 0,777 yaitu level kuat. Jadi, berdasarkan hasil pengujian hipotesis terdapat pengaruh antara variabel kualitas layanan terhadap variabel kepuasan pelanggan. Hasil uji T variabel X yaitu kualitas layanan memiliki nilai sebesar 11.513 dimana t_{hitung} sebesar $11.513 >$ dari nilai t_{tabel} 1.988 sehingga (H_0) ditolak dan (H_a) diterima, artinya terdapat pengaruh antara kualitas layanan *mobile banking* terhadap kepuasan pelanggan. Untuk R^2 sebesar 0,604 atau 60,4%. Hal ini berarti 60,4% kepuasan pelanggan dipengaruhi kualitas layanan *mobile banking* sedangkan sisanya yaitu 39,6% dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian.

Kata Kunci: *Service Excellent, Kualitas Layanan Eletronik, Mobile banking, Kepuasan Pelanggan, Perbankan.*



Mercu Buana University
Faculty of Communication Science
Field of Advertising and Marketing Communication
Tri Ajeng Oktaviani
44315110042

The Influence of the Quality of Services on *Mobile banking* BCA Customer Satisfaction BCA in Mercu Buana University Students in the Faculty of Communication Studies
(Study Program: Marketing Communication and Regular Advertising 2 Period of 2020)
Bibliografi: 5 Chapter; 81 Pages; 23 Attachments; 12 Books; 4 Internet

ABSTRACT

Competition in various sectors cannot be avoided, including in the banking sector which is getting tougher in competition from day to day. The *mobile banking service* is one of the innovations in meeting the needs of banking services. Excellent service (*service excellent*) in electronic banking services is an important role in increasing customer satisfaction.

The purpose of this research is to analyze the effect of the quality of services *mobile banking* which consists of e-SERVQUAL dimensions, namely *efficiency, fulfillment, reability, privacy, responsiveness, compensation, and contact* on customer satisfaction.

The main theory used for service quality dimension variables is Zeithaml theory. The main theory of customer satisfaction variables uses Irawan's (2008) theory.

The results showed that the correlation between service quality and customer satisfaction was at 0.777 which is a strong level. So, based on the results of hypothesis testing, there is an influence between service quality variables on customer satisfaction variables. The result of the T test for variable X, namely the quality of service, has a value of 11,513 where $t_{count} = 11,513 >$ from the $t_{table} = 1,988$ so that (H_0) is rejected and (H_1) is accepted, meaning that there is an influence between the quality of services *mobile banking* on customer satisfaction. For R^2 of 0.604 or 60.4%. This means that 60.4% of customer satisfaction is influenced by the quality of services *mobile banking* while the remaining 39.6% is influenced by other factors outside of research.

Keywords: Excellent Service, Quality of Electronic Services, Mobile Banking, Customer Satisfaction, Banking.



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Tri Ajeng Oktaviani

NIM : 44315110042

Konsentrasi : Periklanan dan Komunikasi Pemasaran

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir dengan judul : Pengaruh Kualitas Layanan *Mobile banking* BCA Terhadap Kepuasan Nasabah BCA Pada Mahasiswa Universitas Mercu Buana Fakultas Ilmu Komunikasi (Program Studi : Marketing Communication and Advertising Reguler 2 Periode 2020) Adalah murni hasil karya yang telah saya buat untuk melengkapi salah satu persyaratan menjadi Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana. Skripsi tersebut bukan merupakan tiruan atau duplikasi dari skripsi atau penelitian yang sudah ada, baik yang publikasi maupun tidak, kecuali ada beberapa bagian kutipan yang sumber informasinya telah saya cantumkan sebagaimana mestinya.

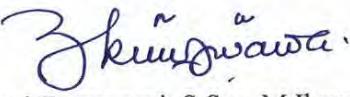
Bila terbukti saya melakukan tindakan plagiarism, maka saya bersedia menerima sanksi yaitu pembatalan kelulusan saya sebagai sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana dan melakukan kembali semua proses penyusunan skripsi dari awal.

Jakarta, 17 Agustus 2020
Yang membuat pernyataan,


METERAI TEMPEL
6000
BENAM RIBU RUPIAH
(Tri Ajeng Oktaviani)
UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Mengetahui
Pembimbing

(Dr. Farid Hamid Umarela, M.Si)

Ketua Bidang Studi


(Yuni Tresnawati, S.Sos, M.Ikom)



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR SKRIPSI

Nama : Tri Ajeng Oktaviani
NIM : 44315110042
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Periklanan dan Komunikasi Pemasaran
Judul : Pengaruh Kualitas Layanan *Mobile banking* BCA
Terhadap Kepuasan Nasabah BCA Pada Mahasiswa
Universitas Mercu Buana Fakultas Ilmu Komunikasi
(Program Studi : Marketing Communication and
Advertising Reguler 2 Periode 2020)

Skripsi ini telah dibaca, diperiksa, dan disetujui oleh,

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Jakarta, 01 Agustus 2020

Pembimbing

(Dr. Farid Hamid Umarela, M.Si)



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TUGAS AKHIR SKRIPSI

Nama : Tri Ajeng Oktaviani
NIM : 44315110042
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Periklanan dan Komunikasi Pemasaran
Judul : Pengaruh Kualitas Layanan *Mobile banking* BCA
Terhadap Kepuasan Nasabah BCA Pada Mahasiswa
Universitas Mercu Buana Fakultas Ilmu Komunikasi
(Program Studi : Marketing Communication and
Advertising Reguler 2 Periode 2020)

Jakarta, 14 Agustus 2020

UNIVERSITAS

MERCU BUANA

Ketua Sidang

Yuni Tresnawati, M.Ikom

(*Zkiunawati*)

Penguji Ahli

Gadis Octory, M.Ikom

(*Gadis*)

Pembimbing

Dr. Farid Hamid Umarela, M.Si

(*Farid Hamid Umarela*)



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TUGAS AKHIR SKRIPSI

Judul : Pengaruh Kualitas Layanan *Mobile banking* BCA Terhadap Kepuasan Nasabah BCA Pada Mahasiswa Universitas Mercu Buana Fakultas Ilmu Komunikasi
(Program Studi : Marketing Communication and Advertising Reguler 2 Periode 2020)

Nama : Tri Ajeng Oktaviani
NIM : 44315110042
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Periklanan dan Komunikasi Pemasaran

Jakarta, 28 Agustus 2020

Disetujui dan diterima oleh,

Pembimbing

Ketua Bidang Studi Periklanan dan
Komunikasi Pemasaran

(Dr. Farid Hamid Umarella, M.Si)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

(Yuni Tresnawati, S.Sos, M.Ikom)

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

(Ponco Budi Sulistyo, M. Comn, Ph.D)

(Dr. Farid Hamid Umarella, M.Si)

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada peneliti, sehingga peneliti dapat menyelesaikan Tugas Akhir Skripsi ini dengan baik dan tepat waktu.

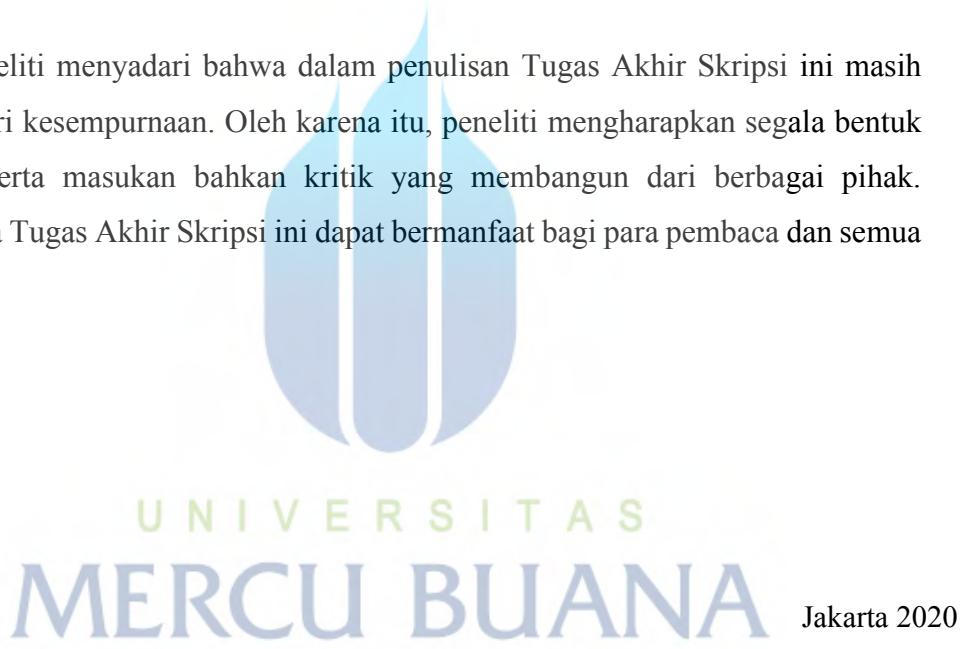
Tugas Akhir Skripsi ini diajukan guna melengkapi syarat mencapai gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Jurusan Periklanan dan Komunikasi Pemasaran Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta. Adapun judul pada Skripsi ini yaitu “Pengaruh Kualitas Layanan *Mobile banking* BCA Terhadap Kepuasan Nasabah BCA Pada Mahasiswa Universitas Mercu Buana Fakultas Ilmu Komunikasi (Program Studi : Marketing Communication and Advertising Reguler 2)”.

Penulis menyadari bahwa penulisan ini tidak dapat terselesaikan tanpa dukungan dari berbagai pihak baik moril maupun materil. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam dalam penyusunan Skripsi ini terutama kepada:

1. Bapak Dr. Farid Hamid Umarella, M.Si selaku Dosen Pembimbing yang sangat baik hati dan sangat sabar.
2. Ibu Yuni Tresnawati, M.Ikom selaku Ketua Sidang Tugas Akhir Skripsi.
3. Ibu Gadis Octory, M.Ikom selaku Pengaji Ahli Tugas Akhir Skripsi.
4. Bapak Poneo Budi Sulistyo, M.Comn, Ph.D selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
5. Bapak Dr. Farid Hamid Umarella, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
6. Ibu Yuni Tresnawati, S.Sos, M.Ikom selaku Ketua Bidang Studi Periklanan dan Komunikasi Pemasaran Universitas Mercu Buana.
7. Ibu Dewi Sad Tanti, S.Sos, M.Si selaku Sekretaris Bidang Studi Periklanan dan Komunikasi Pemasaran Universitas Mercu Buana.
8. Bapak dan Ibu Dosen Universitas Mercu Buana Meruya Jakarta Fakultas Ilmu Komunikasi khususnya Jurusan Periklanan dan Komunikasi Pemasaran yang telah memberikan ilmu pengetahuan yang sangat bermanfaat serta memberikan bantuan bagi peneliti.

9. Kedua orangtua dan kedua kakak ku yang selalu mendukung.
8. Tim hore yaitu Amanda Vicara (Mommy), Rama Aditya (Sista), Intan Aji Prastiani (Bucin), Via Aprilia (Pia), Yemima, Dea Resti, Cut Dilah.
9. Teman–teman Fakultas Ilmu Komunikasi Reguler 2 Angkatan 2015 Jurusan Periklanan dan Komunikasi Pemasaran untuk kebersamaannya selama 4 tahun ini.
10. Rekan-rekan dan semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang secara langsung maupun tidak langsung telah memberikan bantuan dalam penyusunan Tugas Akhir Skripsi ini.

Peneliti menyadari bahwa dalam penulisan Tugas Akhir Skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Semoga Tugas Akhir Skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dan semua pihak.



TRI AJENG OKTAVIANI

DAFTAR ISI

COVER	i
ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iii
LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA	iv
LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR SKRIPSI	v
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TUGAS AKHIR SKRIPSI	vi
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TUGAS AKHIR SKRIPSI	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Perumusan Masalah	7
1.3. Tujuan Penelitian	7
1.4. Manfaat Penelitian	8
1.4.1. Manfaat Akademis	8
1.4.2. Manfaat Praktis	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Penelitian Terdahulu	9
2.2. Kajian Teoritis	14
2.2.1. Digital Banking	14
2.2.2. Kualitas Pelayanan	14
2.2.3. Pengertian Jasa	18
2.2.4. <i>Mobile banking</i>	20
2.2.5. Kepuasan Pelanggan	24
2.3. Hipotesis Teori	27
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	28
3.1. Paradigma Penelitian	28
3.2. Metode Penelitian	28

3.3.	Populasi dan Sampel	29
3.3.1.	Populasi.....	29
3.3.2.	Sampel	30
3.3.3.	Teknik Penarikan Sampel.....	31
3.4.	Definisi Konsep dan Operasionalisasi Konsep	31
3.4.1.	Definisi Konsep	31
3.4.2.	Operasionalisasi Konsep.....	32
3.5.	Teknik Pengumpulan Data	36
3.5.1.	Data Primer.....	36
3.5.2.	Data Sekunder.....	36
3.5.3.	Uji Validitas dan Reliabilitas (Survei) atau Reliabilitas	36
3.6.	Teknik Analisa Data.....	39
3.6.1.	Editing.....	40
3.6.2.	Coding.....	40
3.6.3.	Tabulation	40
3.6.4	Analisis Data Statistik Deskriptif	41
3.7.	Hipotesis dan Uji Hipotesis (Uji T).....	43
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		45
4.1.	Gambaran Umum Objek Penelitian	45
4.1.1.	Sejarah	45
4.1.2	Visi, Misi dan Budaya Perusahaan	47
4.1.3.	Struktur Organisasi	50
4.2	Hasil Penelitian	54
4.2.1.	Hasil Uji Hipotesis (Uji T).....	54
4.2.2.	Hasil Uji Validitas	55
4.2.3.	Hasil Uji Reliabilitas.....	56
4.2.4.	Hasil Penelitian	57
4.2.5.	Hasil Uji Korelasi (R)	77
4.2.6.	Hasil Uji Regresi Linear Sederhana.....	78
4.3.	Pembahasan	80
BAB V SIMPULAN DAN SARAN		83
5.1	SIMPULAN	83

5.2 SARAN	83
5.2.1. Saran Akademis	83
5.2.2. Saran Praktis	84
DAFTAR PUSTAKA	85
LAMPIRAN	87
CURRICULUM VITAE	108



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Matriks Tinjauan Pustaka.....	11
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel Penelitian.....	33
Tabel 3.2 Skala Pengukuran.....	35
Tabel 3.3 Semantic Differential Untuk Mengukur Kepuasan Nasabah BCA	37
Tabel 3.4 Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi (R).....	41
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas Variabel X (Kualitas Layanan).....	55
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Variabel Y (Kepuasan Pelanggan).....	56
Tabel 4.3 Jenis Kelamin Responden.....	57
Tabel 4.4 Usia Responden.....	58
Tabel 4.5 Pendidikan Terakhir Responden.....	59
Tabel 4.6 Pekerjaan Responden.....	60
Tabel 4.7 Pengguna Rekening BCA.....	61
Tabel 4.8 Menggunakan Aplikasi <i>Mobile banking</i> BCA.....	61
Tabel 4.9 Kemudahan Dalam Mengakses Aplikasi (X1).....	62
Tabel 4.10 Kemudahan Registrasi (X2).....	63
Tabel 4.11 Kecepatan Dalam Mengakses Situs <i>Mobile banking</i> (X3).....	64
Tabel 4.12 Beragam Transaksi yang Tersedia Sehingga Transaksi Menjadi Lebih Praktis dan Efektif (X4).....	65
Tabel 4.13 <i>Mobile banking</i> Bisa Diakses Kapanpun (X5).....	66
Tabel 4.14 Akurasi Ketepatan Waktu (X6).....	67
Tabel 4.15 Akurasi Ketepatan Sistem (X7).....	68
Tabel 4.16 Dapat Dipercaya (X8).....	69
Tabel 4.17 Keamanan Informasi Pribadi dan Data Transaksi (X9).....	70
Tabel 4.18 Kemampuan Memberikan Solusi Kepada Nasabah (X10).....	71
Tabel 4.19 Kemampuan Memberikan Kompensasi Jika Timbul Kesalahan atau Kegagalan System (X11).....	72
Tabel 4.20 Kemudahan Komunikasi Antara Nasabah Dengan Staf (X12)....	73
Tabel 4.21 Produk Sesuai Dengan Harapan (Y1).....	74
Tabel 4.22 Kesediaan Memberikan Referensi (Y2).....	75

Tabel 4.23 Penggunaan Produk Secara Berkala (Y3).....	76
Tabel 4.24 Hasil Uji Koefisien Korelasi (R).....	77
Tabel 4.25 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	78
Tabel 4.26 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana.....	78
Tabel 4.27 Hasil Uji Hipotesis (Uji T).....	79



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Penggunaan <i>Mobile banking</i> di Indonesia.....	6
Gambar 2.1 Tampilan <i>Mobile banking</i>	21
Gambar 3.1 Rumus Korelasi Product Moment.....	38
Gambar 3.2 Rumus Cronbach's Alpha.....	39
Gambar 3.3 Rumus Korelasi Pearson.....	42
Gambar 3.4 Rumus Regresi Linear Sederhana.....	43
Gambar 4.1 Logogram BCA.....	48
Gambar 4.2 Blueliner BCA.....	48



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	85
Lampiran 2 Distribusi T Tabel.....	90
Lampiran 3 Hasil Uji Validasi.....	91
Lampiran 4 Hasil Uji Reliabilitas.....	99
Lampiran 5 Hasil Uji.....	93
Lampiran 6 Tabel Tabulasi.....	102

