ANALISIS KUALITAS MOBILE BANKING TERHADAP KEPUASAN NASABAH (STUDI KASUS: BSM KANTOR KAS MAHASISWA DAN UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER)

Tommy Trie Firmansyah¹⁾, Reni Umilasari S.Pd,. M.Si²⁾, Deni Arifianto M.Kom³⁾

1)2)3)Prodi Teknik Informatika, Fakultas Teknik, Universitas Muhammadiyah Jember Jl. Karimata No. 49 Jember, Jember Jawa Timur

1)tommytrie11@gmail.com

2)reni.umilasari@unmuhjember.ac.id

3)deniarifianto@unmuhjember.ac.id

ABSTRAK

Pada awal semester dan saat memasuki UTS/UAS selalu terjadi antrian yang cukup banyak saat pembayaran UKT pada BSM cabang Jember yang terletak di depan kampus Universitas Muhammadiyah Jember. Padahal pihak bank sudah menyediakan layanan *mobile banking* agar memudahkan mahasiswa/i saat pembayaran UKT dan mengurangi antrian yang cukup banyak. Maka dari itu perlu dianalisis lebih lanjut kualitas *mobile banking* pada BSM menggunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA) agar dapat mengetahui tingkat kepuasan nasabah dan mengetahui apa saja atribut/pernyataan yang harus diperbaiki. Data kuesioner menggunakan *framework* kualitas *mobile banking* dengan 2 variabel, 5 sub variabel dan 22 atribut/pernyataan. Dari penyebaran kuesioner didapatkan 113 data responden, kemudian dari data responden terebut dianalisis menggunakan metode *Importance Performance Analysis*, didapatkanlah hasil dari perhitungan menggunakan metode *Importance Performance Analysis* yaitu rata-rata tingkat kesesuaian pelayanan sebesar 80,49%, maka rata-rata 80,49% masuk dalam kategori "Puas". Berdasarkan hasil tingkat kesesuaian terdapat 4 atribut yang harus diperbaiki dan terdapat 3 atribut yang diprioritaskan.

Kata Kunci: Kualitas *Mobile Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah, *Framework* Kualitas *Mobile Banking* dan *Importance Performance Analysis*.

ABSTRACT

At the beginning of the semester and during UTS / UAS transfers, there were always queues that were quite a lot of UKT payments at the Bember branch of Jember, which was located in front of the Muhammadiyah University of Jember campus. While the bank has provided mobile banking services to facilitate students when paying UKT and reduce queues quite a lot. Therefore, it is necessary to further analyze the quality of mobile banking in BSM using the Importance Performance Analysis (IPA) method in order to find the level of satisfaction and know what attributes / statements things to improve. Questionnaire data uses a mobile banking quality framework with 2 variables, 5 sub-variables and 22 attributes / statements. From the questionnaire distribution 113 respondents were obtained, then from the respondents data were analyzed using the Importance Performance Analysis method, the results obtained from the calculations using the Importance Performance Analysis method were an average level of service suitability of 80.49%, then an average of 80.49% included in the "Satisfied" category. Obtained from 4 attributes that must be corrected and there are 3 attributes that are prioritized.

Keywords: Quality of Mobile Banking for Customer Satisfaction, Framework for Quality of Mobile Banking and Importance Performance Analysis.

1. Pendahuluan

Bank adalah sebuah lembaga intermediasi keuangan, umumnya didirikan dengan kewenangan untuk menerima simpanan uang, meminjamkan uang, dan menerbitkan promes atau yang dikenal sebagai *banknote*. Perbankan adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang bank, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya. Terdapat 3 jenis perbankan di Indonesia, yaitu Bank *Central*, Bank Umum (Konvensional dan Syariah) dan Bank Perkreditan Rakyat (BPR).

Pada awal semester dan saat memasuki UTS/UAS selalu terjadi antrian yang cukup banyak saat pembayaran UKT di BSM kantor kas cabang Jember yang terletak di depan kampus Universitas Muhammadiyah Jember. Padahal pihak bank sudah menyediakan layanan *mobile banking* agar memudahkan mahasiswa/i saat pembayaran UKT dan mengurangi antrian yang cukup banyak. Maka dari itu perlu dianalisis lebih lanjut kualitas *mobile banking* pada BSM agar mahasiswa/i dapat beralih untuk sistem pembayaran UKT menggunakan *mobile banking* sehingga mengurangi antrian yang banyak saat pembayaran di BSM kantor kas cabang Jember depan kampus Universitas Muhammadiyah Jember.

Penelitian ini untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas *mobile banking* menggunakan *Importance Performance Analyisis* (IPA). *Importance Performance Analyisis* (IPA) digunakan untuk menentukan menampilkan informasi tentang faktor-faktor pelayanan yang menurut konsumen sangat mempengaruhi kepuasan dan loyalitasnya, dan faktor-faktor pelayanan yang menurut konsumen perlu diperbaiki karena pada saat ini belum memuaskan. Sehingga dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dan pengembangan pada aplikasi *mobile banking* dikemudian hari.

2. Landasan Teori

2.1 Profil Bank Syariah Mandiri

Kehadiran BSM sejak tahun 1999, sesungguhnya merupakan hikmah sekaligus berkah pasca krisis ekonomi dan moneter 1997-1998. Sebagaimana diketahui, krisis ekonomi dan moneter sejak Juli 1997, yang disusul dengan krisis multi-dimensi termasuk di panggung politik nasional, telah menimbulkan beragam dampak negatif yang sangat hebat terhadap seluruh sendi kehidupan masyarakat, tidak terkecuali dunia usaha. Dalam kondisi tersebut, industri perbankan nasional yang didominasi oleh bank-bank konvensional mengalami krisis luar biasa. Pemerintah akhirnya mengambil tindakan dengan merestrukturisasi dan merekapitalisasi sebagian bank-bank di Indonesia. Pada saat bersamaan, pemerintah melakukan penggabungan (merger) empat bank (Bank Dagang Negara, Bank Bumi Daya, Bank Exim, dan Bapindo) menjadi satu bank baru bernama PT Bank Mandiri (Persero) pada tanggal 31 Juli 1999. Kebijakan penggabungan tersebut juga menempatkan dan menetapkan PT Bank Mandiri (Persero) Tbk. sebagai pemilik mayoritas baru BSB. Sebagai tindak lanjut dari keputusan merger, Bank Mandiri melakukan konsolidasi serta membentuk Tim Pengembangan Perbankan Syariah. Pembentukan tim ini bertujuan untuk mengembangkan layanan perbankan syariah di kelompok perusahaan Bank Mandiri, sebagai respon atas diberlakukannya UU No. 10 tahun 1998, yang memberi peluang bank umum untuk melayani transaksi syariah (dual banking system).

2.2 Mobile banking

Mobile banking merupakan layanan yang memungkinkan nasabah bank melakukan transaksi perbankan melalui ponsel atau *smartphone*. Layanan *mobile banking* dapat digunakan dengan menggunakan menu yang sudah tersedia melalui aplikasi yang dapat diunduh dan diinstal oleh nasabah. Mobile banking menawarkan kemudahan jika dibandingkan dengan SMS banking karena nasabah tidak perlu mengingat format pesan SMS yang akan dikirimkan ke bank dan juga nomor tujuan SMS banking. Fitur-fitur layanan *mobile banking* antara lain layanan informasi (saldo, mutasi rekening, suku bunga, dan lokasi cabang/ATM terdekat); dan layanan transaksi, seperti transfer, pembayaran tagihan (listrik, air, *internet*), pembelian pulsa, dan berbagai fitur lainnya.

2.3 Kisi-kisi Kuesioner

Terdapat 2 variabel dan 5 sub variable untuk menentukan kisi-kisi pertanyaan kuesioner. 2 variabel diantaranya, Kualitas *Mobile banking* dan Kepuasan Nasabah. Dari 2 variabel tersebut, variable Kualitas *Mobile banking* memiliki 5 sub variabel yaitu, *Mobile banking Reliability and Responsiveness*, *Assurance and Security*, *Convenience in Banking*, *Mobile banking Efficiency*, dan *Easy to Operate*. Dapat dilihat pada Tabel 2.1:

Tabel 2.1 Variabel Oprasional

Variabel Penelitian	Sub Variabel		
	(A1) Mobile banking Reliability and Responsiveness		
Kualitas Mobile banking	(A2) Assurance and Security		
	(A3) Convenience in Banking		
(A)	(A4) Mobile banking Efficiency		
	(A5) Easy to Operate		
Kepuasan Nasabah	N TELEVICIONE A S		
/ Pelanggan (B)			

2.4 Skala Likert

Skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, persepsi dan pendapat seseorang atau kelompok orang tentang sebuah fenomena sosial. Skala *Likert* dapat memberikan alternatif jawaban dari soal instrumen dengan gradasi dari sangat positif hingga sangat negatif, pertimbangan pemilihan pengukuran ini karena memudahkan responden untuk memilih jawaban

Data kualitatif diubah berdasarkan bobot skor satu, dua, tiga, empat, dan lima yang kemudian

$$Persentase \, Kepuasan(100\%) = \frac{skor \, yang \, diobservasi}{skor \, yang \, diharapkan} \times 100\%$$

dihitung presentase kepuasan hasilnya menggunakan rumus:

Berikut ini adalah Skala *Likert* dan bobot skor disajikan dalam Tabel 2.2:

Tabel 2.2 Skala Likert

Indikator	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Ragu-Ragu (RG)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangar Tidak Setuju (STS)	1

Hasil presentase digunakan untuk memberikan jawaban atas kepuasan pengguna dari aspekaspek yang diteliti. Menurut Arikunto (2009), pembagian kategori kepuasan ada lima skala. Skala ini memperhatikan rentang dari bilangan presentase. Nilai maksimal yang diharapkan adalah 100% dan minimum 0%, dapat dilihat pada Tabel 2.3:

Tabel 2.3 Skor Persentase

Persentase	Indikator
81% - 100%	Sangat Puas (SP)
61% - 80%	Puas (P)
41% - 60%	Ragu-Ragu (RG)
21% - 40%	Tidak Puas (TP)
0% - 20%	Sangat Tidak Puas (STP)

2.5 Importance Performance Analysis

Menurut Fandy, Tjiptono. 2011. Teknik ini dikemukakan pertama kali oleh Martilla dan James pada tahun 1977 dalam artikel mereka "*Importance Performance Analysis*" yang dipublikasikan di *Journal of Marketing*. Pada teknik ini, responden diminta untuk menilai tingkat kepentingan dan kinerja perusahaan, kemudian nilai rata-rata tingkat kepentingan dan kinerja tersebut dianalisis pada *Importance Performance Analysis*, yang mana sumbu x mewakili persepsi sedangkan sumbu y mewakili harapan.

Dalam metode Importance Performance Analysis (IPA) ada 2 tahapan, yaitu:

1. Menentukan tingkat kesesuaian antara tingkat kepentingan dan tingkat kinerja kualitas atributatribut yang diteliti melalui perbandingan skor kinerja dengan skor kepentingan. Rumus tingkat kesesuaian yang digunakan:

$$Tki = \frac{\sum Xi}{\sum Yi} \times 100\%$$

Dimana:

Tki = Tingkat Kesesuaian Responden

 $\sum Xi = Jumlah Atribut Tingkat Kinerja$

 \sum Yi = Jumlah Atribut Tingkat Harapan Responden

2. Diagram kartesius merupakan suatu bangun dibagi atas empat bagian yang dibatasi oleh dua buah garis yang berpotongan tegak lurus pada titik (X, Y) dimana X merupakan rata-rata tingkat pelaksanaan atau kepuasan pelanggan seluruh faktor atau atribut dan Y adalah rata-rata dari skor ratarata tingkat kepentingan atau harapan seluruh faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Diagram kartesius terbagi menjadi empat kuadran. Langkah pertama untuk analisis kuadran dalam diagram kartesius adalah menghitung rata-rata penilaian kepentingan/harapan dan kinerja untuk setiap atribut / pernyataan dengan rumus:

Dimana:

 \overline{Xi} = Bobot rata-rata tingkat penilaian atribut kinerja ke-i

 \overline{Y}_{l} = Bobot rata-rata tingkat penilaian atribut kepentingan ke-i

= Jumlah Responden n

$$\overline{Xi} = \frac{\sum_{i}^{k} Xi}{n}$$

$$\overline{Yi} = \frac{\sum_{i}^{k} Yi}{n}$$

$$\overline{Y}_{i} = \frac{\sum_{i}^{k} Y_{i}}{n}$$

Langkah selanjutnya adalah menghitung rata-rata tingkat kepentingan/harapan dan kinerja untuk keseluruhan atribut/pernyataan dengan rumus: Dimana:

$$\overline{\overline{X}\overline{\iota}} = \frac{\sum_{i}^{k} \overline{X}\overline{\iota}}{n}$$

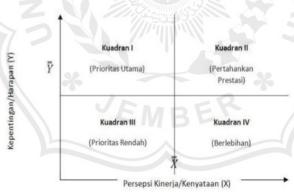
$$\overline{\overline{Y}}_{i} = \frac{\sum_{i}^{k} \overline{Y_{i}}}{n}$$

= Jumlah rata-rata tingkat penilaian atribut kinerja dari keseluruhan atribut

 $\bar{\bar{Y}}$ = Jumlah rata-rata tingkat penilaian atribut kepentingan dari keseluruhan atribut

= Jumlah Atribut

Nilai \bar{X} ini memotong tegak lurus pada sumbu horisontal, yakni sumbu yang mencerminkan atribut / pernyataan kinerja (X) sedangkan nilai \overline{Y} memotong tegak lurus pada sumbu vertikal, yakni sumbu yang mencerminkan atribut / pernyataan kepentingan / harapan, setelah diperoleh bobot kinerja dan kepentingan atribut / pernyataan serta nilai rata-rata kinerja dan kepentingan atribut/pernyataan, kemudian nilai-nilai tersebut diplotkan ke dalam diagram kartesius seperti yang ditunjukkan pada Gambar 2.1:



Gambar 2.1 Diagram Kartesius

Kuadran I (Prioritas Utama)

Kuadran ini memuat atribut / pernyataan yang dianggap penting oleh pengunjung tetapi pada kenyataannya atribut / pernyataan tersebut belum sesuai dengan harapan pelanggan. Tingkat kinerja dari atribut / pernyataan tersebut lebih rendah daripada tingkat harapan pelanggan terhadap atribut / pernyataan tersebut. Atribut / pernyataan yang terdapat dalam kuadran ini harus lebih ditingkatkan lagi kinerjanya agar dapat memuaskan pelanggan.

Kuadran II (Pertahankan Prestasi)

Atribut / pernytaan ini memiliki tingkat harapan dan kinerja yang tinggi. Hal ini menunjukan bahwa atribut / pernyataan tersebut penting dan memiliki kinerja yang tinggi. Dan wajib dipertahankan untuk waktu selanjutnya karena dianggap sangat penting / diharapkan dan hasilnya sangat memuaskan.

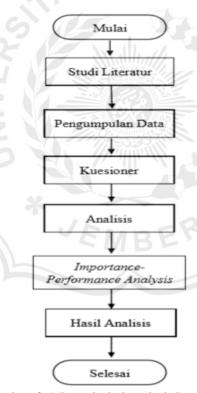
3. Kuadran III (Prioritas Rendah)

Atribut / pernyataan yang terdapat dalam kuadran ini dianggap kurang penting oleh pelanggan dan pada kenyataannya kinerjanya tidak terlalu istimewa / biasa saja. Maksudnya atribut / pernyataan yang terdapat dalam kuadran ini memiliki tingkat kepentingan / harapan yang rendah dan kinerjanya juga dinilai kurang baik oleh pelanggan. Perbaikan terhadap atribut / pernyataan yang masuk dalam kuadran ini perlu dipertimbangkan kembali dengan melihat atribut / pernyataan yang mempunyai pengaruh terhadap manfaat yang dirasakan oleh pelanggan itu besar atau kecil dan juga untuk mencegah atribut/pernyataan tersebut bergeser ke kuadran I.

4. Kuadran IV (Berlebihan)

Kuadran ini atribut / pernyataan ini memiliki tingkat harapan rendah menurut pelanggan akan tetapi memiliki kinerja yang baik, sehingga dianggap berlebihan oleh pelanggan. Hal ini menunjukan bahwa atribut / pernyataan yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dinilai berlebihan dalam pelaksanaannya, hal ini dikarenakan pelanggan menganggap tidak terlalu penting / kurang diharapkan terhadap adanya atribut / pernyataan tersebut, akan tetapi pelaksanaanya dilakukan dengan baik sekali.

3. Metode Penelitian



Gambar 3.1 Langkah-langkah Penelitian

4. Hasil Dan Pembahasan

4.1 Data Responden

Untuk mendapatkan data responden, maka langkah pertama adalah membuat pernyataan kuesioner dan pernyataan kuesioner tersebut disebarkan kepada mahasiswa/i Universitas

Muhammadiyah Jember yang masih aktif. Agar pernyataan kuesioner tepat sasaran dalam membahas kualitas *mobile banking* pada perbankan untuk tingkat kepuasan nasabah / pelanggan, maka terdapat beberapa acuan untuk membuat pernyataan tersebut, yaitu: Kualitas *Mobile banking* dan Kepuasan Nasabah / Pelanggan. Dari 2 variabel tersebut, variable Kualitas *Mobile banking* memiliki 5 sub variabel yaitu, *Mobile banking Reliability and Responsiveness*, *Assurance and Security*, *Convenience in Banking*, *Mobile banking* Efficiency, dan *Easy to Operate*. Sedangkan variabel Kepuasaan Nasabah/Pelanggan tidak memiliki sub variabel.

Penyebaran kuesioner dilakukan kepada Mahasiswa/i Universitas Muhammadiyah Jember yang masih aktif. Penyebaran dilakukan dengan cara menyebarkan link dari *google form* melalui *WhatsApp* dan menghampiri langsung mahasiswa/i di area kampus Universitas Muhammadiyah Jember dan memaparkan beberapa wawancara kecil kepada mahasiswa/i tersebut serta memberikan link dari *google form* sebagai lembar pertanyaan kuesioner.

4.2 Analisis

Tahap pertama dalam metode *Importance Performance Analysis* adalah menentukan tingkat kesesuaian antara tingkat kepentingan dan tingkat kinerja kualitas dan atribut-atribut yang diteliti melalui perbandingan skor kinerja dengan skor kepentingan. Dapat dilihat pada Tabel 4.1:

Tabel 4.1 Tingkat Kesesuaian

Nomer Atribut	Tingkat Kinerja (Xi)	Tingkat Kepentingan (Yi)	Tingkat Kesesuaian (Tki) (%)
A1.1	400	408	98,04
A1.2	176	451	39,02
A1.3	371	434	85,48
A1.4	389	446	87,22
A2.1	382	436	87,61
A2.2	369	426	86,62
A2.3	170	457	37,20
A2.4	395	461	85,68
A3.1	391	428	91,36
A3.2	378	416	90,87
A3.3	368	418	88,04
A3.4	368	440	83,64
A4.1	388	419	92,60
A4.2	387	409	94,62
A4.3	365	404	90,35
A5.1	393	428	91,82
A5.2	179	458	39,08
A5.3	367	412	89,08
B1	386	395	97,72
B2	376	387	97,16
В3	322	342	94,15
B4	154	411	37,47

7

Total	7474	9286	80,49
-------	------	------	-------

Hasil dari Tabel 4.1 didapatkan dari total skor dari atribut tingkat kinerja dan tingkat kepentingan $(400 \div 408) \times 100 = 98,04$; $(176 \div 451) \times 100 = 39,02$ dan seterusnya. Maka didapatkan hasil 80,49% dari penjumlahan seluruh atribut tingkat kesesuaian sebagai berikut $(7474 \div 9286) \times 100 = 80,49\%$. Nilai 80,49% secara keseluruhan kinerja kualitas pelayanan berada pada kategori "Puas" dapat dilihat pada Tabel 4.2:

Tabel 4.2 Keriteria Penilaian

Persentase	Indikator
81% - 100%	Sangat Puas (SP)
61% - 80%	Puas (P)
41% - 60%	Ragu-Ragu (RG)
21% - 40%	Tidak Puas (TP)
0% - 20%	Sangat Tidak Puas (STP)

Bedasarkan hasil dari Tabel 4.1, terdapat 4 atribut yang memiliki kategori kurang puas, dapat dilihat pada Tabel 4.3:

No. Atribut	Atribut		Kinerja Kualitas Pelayanan
A1.2	Biaya paket data internet atau pulsa telepon.	39,02	Tidak Puas
A2.3	Perasaan aman dalam memberikan informasi sensitif saat melakukan transaksi.		Tidak Puas
A5.2	Fitur layanan jelas dan mudah digunakan.	39,08	Tidak Puas
В4	Bersedia untuk merekomendasikan layanan ini kepada orang lain.	37,47	Tidak Puas

Tabel 4.3 Atribut Kategori Kurang Puas

Berdasarkan hasil pada Tabel 4.3 diatas, maka ada 4 atribut kinerja kualitas pelayanan yang masih kurang puas.

Tahap kedua analisis kuadran yaitu menghitung rata-rata penilaian tingkat kepentingan (*importance*) dan kinerja (*performance*) untuk setiap item atribut. Hasil dari perhitungan dapat dilihat pada Tabel 4.4 sebagai berikut:

Tabel 4.4 Rata-rata Tingkat Kinerja dan Tingkat Kepentingan

Nomer Atribut	Skor Kinerja	Tingkat Kinerja (Xi)	Skor Kepentingan	Tingkat Kepentingan (Yi)
A1.1	400	3,54	408	3,61
A1.2	176	1,56	451	3,99
A1.3	371	3,28	434	3,84
A1.4	389	3,44	446	3,95
A2.1	382	3,38	436	3,86
A2.2	369	3,27	426	3,77
A2.3	170	1,50	457	4,04
A2.4	395	3,50	461	4,08
A3.1	391	3,46	428	3,79
A3.2	378	3,35	416	3,68
A3.3	368	3,26	418	3,70
A3.4	368	3,26	440	3,89

A4.1	388	3,43	419	3,71
A4.2	387	3,42	409	3,62
A4.3	365	3,23	404	3,58
A5.1	393	3,48	428	3,79
A5.2	179	1,58	458	4,05
A5.3	367	3,25	412	3,65
B1	386	3,42	395	3,50
B2	376	3,33	387	3,42
В3	322	2,85	342	3,03
B4	154	1,36	411	3,64

Bedasarkan hasil Tabel 4.4 untuk mendapatkan nilai rata-rata dari tingkat kinerja dan tingkat kepentingan adalah total skor dari tiap-tiap atribut tingkat dibagi dengan jumlah responden. (400 \div 113 = 3,54; 408 \div 113 = 3,61.... dan seterusnya).

Tahap ketiga yaitu menghitung rata-rata penilaian tingkat kepentingan (*Importance*) dan kinerja (*Performance*) untuk keseluruhan atribut dengan dapat dilihat pada Tabel 4.5 sebagai berikut:

Tabel 4.5 Rata-rata Importance dan Performance Untuk Keseluruhan Atribut

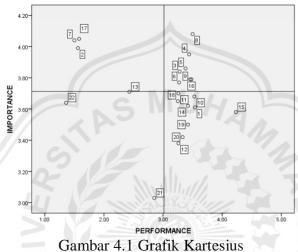
Nomer	Tingkat Kinerja	Tingkat Kepentingan
Atribut	(Xi)	(Yi)
A1.1	3,54	3,61
A1.2	1,56	3,99
A1.3	3,28	3,84
A1.4	3,44	3,95
A2.1	3,38	3,86
A2.2	3,27	3,77
A2.3	1,5	4,04
A2.4	3,5	4,08
A3.1	3,46	3,79
A3.2	3,53	3,68
A3.3	3,26	3,7
A3.4	3,26	3,89
A4.1	3,43	3,71
A4.2	3,42	3,62
A4.3	3,23	3,58
A5.1	3,48	3,79
A5.2	1,58	4,05
A5.3	3,25	3,65
B1	3,42	3,5
B2	3,33	3,42
В3	2,85	3,03

9

B4	1,36	3,64
Total	3,015	3,735909091
Rata-rata	3,013	3,733909091

Berdasarkan hasil Tabel 4.5 didapatkan hasil dari nilai keseluruhan rata-rata tiap atribut. Total nilai keseluruan rata-rata digunakan sebagai memotong sumbu X dan sumbu Y.

Nilai \bar{X} memotong tegak lurus pada sumbu horizontal, yakni sumbu yang mencerminkan kinerja atribut (X) atau persepsi nasabah / pelanggan. Sedangkan nilai \bar{Y} memotong tegak lurus pada sumbu vertikal, yakni sumbu yang mencerminkan kepentingan atribut (Y) atau harapan nasabah / pelanggan. Setelah diperoleh bobot kinerja dan kepentingan atribut serta nilai rata-rata kinerja dan kepentingan, kemudian nilai-nilai tersebut diplotkan ke dalam kuadran kartesius. Dapat dilihat pada Gambar 4.1:



4.3 Pembahasan

Pada Gambar 4.1 terdapat grafik kartesius, dimana didalamnya terdapat atribut / pernyataan yang dapat digolongkan menjadi 4 kuadran, dapat dilihat pada Gambar 4.2 sebagai berikut:

Kuadran I Prioritas Utama (Concentrate Here) Nomer Atribut: A1.2, A2.3, dan A5.2	Kuadran II Pertahankan Prestasi (Keep Up The Good Work) Nomer Atribut: A1.3, A1.4, A2.1, A2.2, A2.4, A3.1, dan A5.1
Kuadran III Prioritas Rendah (Low Priority) Nomer Atribut: A4.1, B3, dan B4	Kuadran IV Berlebihan (Possible Overkill) Nomer Atribut: A1.1, A3.2, A3.3, A3.4, A4.2, A4.3, A5.3, B1, dan B2

Gambar 4.2 Kuadran Kartesius

I. Kuadran I (Prioritas Utama)

Atribut-atribut yang berada pada kuadran ini dianggap sangat penting oleh pelanggan tetapi pelayanannya tidak memuaskan. Atribut-atribut ini prioritas utama untuk segera dilakukan perbaikan oleh perusahaan.

- Atribut A1.2 = Biaya paket data *internet* atau pulsa telepon
- Atribut A2.3 = Perasaan aman dalam memberikan informasi sensitif saat melakukan transaksi
- Atribut A5.2 = Fitur layanan jelas dan mudah digunakan.

Perusahaan memprioritaskan untuk fokus memperbaiki atribut-atribut yang berada pada kuadran ini, dikarenakan kualitas kinerja pelayanannya tidak memuaskan.

II. Kuadran II (Pertahankan Prestasi)

Atribut-atribut yang berada pada kuadran ini dianggap sangat penting oleh pelanggan dan kinerja pelayanannya sangat memuaskan.

- Atribut A1.3 = Menu favoritku dalam transaksi
- Atribut A1.4 = Aplikasi *mobile banking* merespon atau memberi peringatan jika transaksi tidak bisa diproses
- Atribut A2.1 = Keamanan saat transaksi
- Atribut A2.2 = Kepercayaan pada layanan aplikasi *mobile banking*
- Atribut A2.4 = Bank tidak akan menyalahgunakan informasi pribadi nasabahnya
- Atribut A3.1 = Transaksi dapat dilakukan dengan cepat
- Atribut A5.1 = Tampilan aplikasi sederhana dan mudah dimengerti.

Pelanggan sangat puas. Perusahaan harus mempertahankan atribut-atribut kualitas pelayanan yang berada pada kuadran ini.

III. Kuadran III (Prioritas Rendah)

Atribut-atribut pada kuadran ini dianggap tidak terlalu penting oleh pelanggan dan pelayanannya kurang memuaskan.

- Atribut A4.1 = Layanan dapat digunakan di mana saja
- Atribut B3 = Kepuasan menggunakan layanan dan reaksi serupa dari pengguna lain
- Atribut B4 = Bersedia untuk merekomendasikan layanan ini kepada orang lain.

Perlu juga atribut-atribut tersebut diperbaiki, agar pelanggan semakin puas atas pelayanannya.

IV. Kuadran IV (Berlebihan)

Atribut-atribut yang berada pada kuadran ini dianggap tidak terlalu penting oleh pelanggan tetapi pelayanannya memuaskan.

- Atribut A1.1 = Aplikasi *mobile banking* cepat tanggap saat digunakan.
- Atribut A3.2 = Penggunaan layanan dapat menghemat waktu
- Atribut A3.3 = Kemudahan untuk mencari informasi perbankan
- Atribut A3.4 = Bank menyediakan fasilitas media komunikasi yang memadai untuk mengatasi masalah
- Atribut A4.2 = Menggunakan layanan ini tidak menghabiskan banyak waktu
- Atribut A4.3 = Layanan menciptakan pengalaman positif bagi nasabah
- Atribut A5.3 = Tampilan layanan pada *smartphone* menggunakan skema warna yang baik, menarik, nyaman dilihat dan memiliki tata letak yang efektif.
- Atribut B1 = Layanan sesuai dengan kebutuhan
- Atribut B2 = Layanan sesuai dengan harapan

Pelanggan sudah merasakan puas atas kinerja pelayanan yang diberikan oleh perusahaan.

5. Kesimpulan

Bedasarkan seluruh hasil tahapan penelitian Analisis Kualitas *Mobile Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus: BSM Kantor Kas Mahasiswa dan Universitas Muhammadiyah Jember) menggunakan *Importance Performance Analysis* (IPA) adalah:

- 1. Bedasarkan hasil dari perhitungan *Importance Performance Analysis* terdapat 3 atribut/pernyataan yang diprioritaskan untuk pengembangan aplikasi *mobile banking* BSM, antara lain:
- Atribut A1.2 = Biaya paket data *internet* atau pulsa telepon.
- Atribut A2.3 = Perasaan aman dalam memberikan informasi sensitif saat melakukan transaksi
- Atribut A5.2 = Fitur layanan jelas dan mudah digunakan
- 2. Hasil dari rata-rata tingkat kesesuaian pelayanan sebesar 80,49%, maka rata-rata 80,49% masuk dalam kategori "Puas".

6. Daftar Pustaka

Arikunto, S. 2009. Manajemen Penelitian. Jakarta: Rineka Cipta.

Prasetyo, Bambang. 2006. Metode Penelitian Kuantitatif : Teori dan Aplikasi. Raja Grafindo Persada : Jakarta.

Fandy, Tjiptono. 2011. Service Management Mewujudkan Layanan Prima. Edisi 2. Yogyakarta: Andi

Prawiramulia, Gangsar. 2014. "PENGARUH KUALITAS *MOBILE BANKING* TERHADAP KEPUASAN NASABAH BANK MANDIRI". Bandung: Universitas Telkom.

Gulo, W. 2002. Metode Penelitian. Jakarta: PT. Grasindo.

Mandirisyariah.co.id,"Prinsip dan Konsep Dasar Perbankan Syariah", 1 September 2017, https://www.mandirisyariah.co.id/news-update/edukasi-syariah/prinsip-dan-konsep-dasar-perbankan-syariah [diakses pada 28 November 2019]

Martilla, J.A. and James, J.C. 1977. "Importance-performance analysis". Journal of Marketing, Vol. 41 No. 1, pp. 77-9.

Nazir, Moh. 2013. Metode Penelitian. Bogor: Ghalia Indonesia.

Shinhan.co.id, "Pengertian *Mobile Banking*", https://www.shinhan.co.id/article-listings/read/pengertian-mobile-banking [diakses pada 28 November 2019]

Sugiyono. 2010. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta

Supranto, J. 2001. Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan untuk Menaikkan Pangsa Pasar. Jakarta: Rineka Cipta.

Wibowopajak.com,"Pengertian Perbankan", 19 September 2019, http://www.wibowopajak.com/2014/05/pengertian-perbankan.html [diakses pada 28 November 2019]