

**PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN KUALITAS  
ANTARMUKA TERHADAP KEPUASAN NASABAH MOBILE  
BANKING**



**Disusun sebagai salah satu syarat menyelesaikan Program Studi Strata I pada  
Jurusan manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis**

**Oleh:**

**FAIZAL GHIFARY**

**B100180340**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

**2022**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN KUALITAS  
ANTAR MUKA TERHADAP KEPUASAN NASABAH MOBILE BANKING**

**PUBLIKASI ILMIAH**

oleh:

**FAIZAL GHIFARY**

**B 100 180 340**

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji oleh:

Dosen  
Pembimbing



**Drs. Sri Padmantyo, MBA**

**NIK. 539**

**HALAMAN PENGESAHAN**

**PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN KUALITAS  
ANTARMUKA TERHADAP KEPUASAN NASABAH MOBILE BANKING**

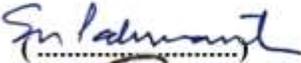
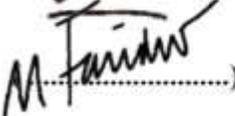
**OLEH  
FAIZAL GHIFARY**

**B100180340**

**Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Surakarta  
Pada hari Senin, 1 Agustus 2022  
dan dinyatakan telah memenuhi syarat**

**Dewan Penguji:**

1. **Drs. Sri Padmantlyo, MBA**  
(Ketua dewan Penguji)
2. **Imron Rosyadi, S.E., M.Si**  
(Anggota I Dewan Penguji)
3. **Dr. M. Farid Wajdi, S.E, M.M**  
(Anggota II Dewan Penguji)

  
.....  
  
.....  
  
.....



**Prof. Dr. Anton Agus Setyawan, S.E., M.Si**

**NIDN. 06 160874 01**

## **PERNYATAAN**

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam publikasi ilmiah ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila kelak terbukti ada ketidakbenaran dalam pernyataan saya di atas, maka akan saya pertanggungjawabkan sepenuhnya.

Surakarta, 1 Agustus 2022

Penulis



**FAIZAL GHIFARY**

**B100180340**

# **PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN KUALITAS ANTARMUKA TERHADAP KEPUASAN NASABAH MOBILE BANKING**

## **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kemudahan penggunaan dan kualitas antarmuka terhadap kepuasan nasabah pada pengguna mobile banking. Variabel yang digunakan yaitu kemudahan penggunaan (X1) dan Kualitas Antarmuka (X2) terhadap Kepuasan Nasabah (Y). penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik analisis regresi linear berganda. Untuk pengumpulan data penelitian ini menggunakan kuesioner online yang dibagikan kepada responden melalui google form dengan jumlah responden sebanyak 163. Hasil data penelitian yang diolah menunjukkan variabel kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. namun, Kualitas Antarmuka tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

**Kata Kunci:** kemudahan penggunaan, kualitas antarmuka, mobile banking, kepuasan nasabah

## **Abstract**

This study aims to determine the effect of ease of use and interface quality on customer satisfaction on mobile banking users. The variables used are ease of use (X1) and Interface Quality (X2) on Customer Satisfaction (Y). This research uses multiple linear regression analysis technique. For data collection, this study used an online questionnaire which was distributed to respondents via google form with a total of 163 respondents. The results of the processed research data showed that the ease of use variable had a significant effect on customer satisfaction. however, Interface Quality has no significant effect on customer satisfaction.

**Keywords:** ease of use, interface quality, mobile banking, customer satisfaction

## **1. PENDAHULUAN**

Pada era globalisasi saat ini, perkembangan teknologi di Indonesia melaju sangat pesat. Kemajuan teknologi sangat berdampak pada masyarakat. Kini masyarakat bisa merasakan teknologi seperti handphone, kendaraan hingga akses internet. Dengan handphone masyarakat bisa berkomunikasi dengan orang lain tanpa harus bertemu, dan adanya fitur internet yang bisa diakses melalui handphone membuat masyarakat bisa mengakses video, foto kabar terbaru dari luar negeri, dalam negeri bahkan tetangga sekitar. Selain itu adanya handphone dengan jaringan internet bisa digunakan untuk melakukan panggilan, antar jemput, mendapat informasi akurat, bermain game online, bahkan hingga melakukan pembayaran tanpa harus bertemu.

Pengguna internet di Indonesia sudah hampir merata. Seperti yang telah di survei oleh asosiasi penyelenggara Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), hasil survei pada tahun 2019 -2020 pengguna internet di Indonesia tembus 196,7 juta jiwa. Menurutnya jumlahnya meningkat 8,9% lebih banyak dari tahun 2018. Hasil survey telah diteliti menggunakan kuesioner

dan wawancara dengan sampel 7.000 orang dan riset dilaksanakan pada tanggal 2-25 juni 2020 dengan tingkat toleransi kesalahan sebesar 1,27%. Menurut survei, pengguna internet paling banyak berasal dari provinsi Jawa Barat, yakni 35,1 juta orang. Lalu Jawa Tengah dengan 26,5 juta orang. Jawa Timur, jumlah dengan 23,4 juta orang. Sementara, jumlah pengguna internet di Sumatera Utara mencapai 11,7 juta orang dan di Banten mencapai 9,98 juta orang. di Jakarta mencapai 8,9 juta orang. Dan selebihnya data yang lain disajikan pada tabel dibawah.

Internet sudah melekat pada masyarakat. Internet menunjang segala aktivitas pada masyarakat. Dengan internet masyarakat bisa mendapatkan informasi hingga pembayaran segala transaksi, tentunya ini memudahkan masyarakat di kala pandemi yang meminimalkan aktivitas diluar. Pandemi adalah wabah yang berjangkit secara merata di seluruh dunia. Penyakit yang saat ini sedang menjadi pandemi yaitu coronavirus disease 2019 (Covid-19). Namun sekarang pandemi sudah mulai usai karena kasusnya yang perlahan berkurang di Indonesia. Salah satu Efeknya keadaan Kembali normal, beberapa perusahaan yang dulunya menerapkan Work From Home (WFH) atau bekerja di rumah, kini Kembali menjadi Work From Office (WFO) atau bekerja di kantor.

Di masa pra pandemi seperti ini masyarakat sudah diperbolehkan untuk beraktivitas diluar rumah. Kelonggaran ini berdampak pada keseharian masyarakat dalam bertransaksi. Semakin banyak masyarakat bertransaksi secara masif semakin cepat pemulihan ekonomi nasional serta mendorong digitalisasi ekonomi yang inklusif dan efisien. Perputaran ekonomi di negara ini melaju semakin pesat. Tentunya ini efek dari keadaan yang Kembali normal. Dengan berkembangnya berbagai bisnis bukan hanya memberikan peluang namun memberikan tantangan bagi perbankan. Tantangan yang dihadapi oleh perbankan adalah bagaimana cara untuk membuat nasabah sering melakukan transaksi, selain itu perbankan juga ingin mendapatkan nasabah dan juga untuk mempertahankannya.

Adanya perbankan sangat membantu perekonomian dalam bertransaksi di masyarakat. Bank merupakan layanan yang mempunyai fungsi mengumpulkan dana dan memberikan layanan berupa jasa dari nasabah untuk nasabah (Khusna, 2020). Seiring perkembangan teknologi Perbankan konvensional membuat inovasi yaitu dengan meluncurkan layanan dalam bertransaksi berbasis teknologi informasi berupa mobile banking. Berdasarkan lampiran 1.2 merupakan data dari salah satu bank yang di ambil dari databooks, pengguna layanan mobile banking merupakan peminat tertinggi, survey dilakukan pada salah satu bank swasta di Indonesia, bank swasta yang

diteliti oleh jaringan layanan utama tahun 2021 yakni pada bank BCA dengan persentase mencapai 61,55% atau 10,11 miliar kali transaksi, dimana transaksi ini melebihi separuh dari transaksi yang dilakukan dari totalnya yang mencapai 16,42 miliar kali.. Berdasarkan Lampiran 1.2 merupakan data volume transaksi yang diambil dari salah satu bank yang menggunakan fasilitas mobile banking yakni pada bank BCA menurut peneliti jaringan layanan utama tahun 2021.

Layanan jasa mobile banking adalah layanan bagi nasabah bank untuk memperoleh informasi, cek saldo, dan melakukan transaksi perbankan melalui media ponsel genggam (Otoritas Jasa Keuangan, 2018). Bank di Indonesia mempunyai berbagai produk seperti simpanan nasabah berupa giro, deposito, tabungan bank. (Syarifudin, 2020). Layanan mobile banking memiliki fitur yang melimpah seperti transaksi pembayaran, pembelian, mengirim uang dengan mudah fleksibel dan akurat sehingga masyarakat mudah untuk menggunakannya. Setiap Bank memberikan Aplikasi perbankan portabelnya ke platform serbaguna Android, Windows, dan iOS (Liu, 2021) mobile banking merupakan layanan untuk bertransaksi dengan mudah dari mana saja dan kapan saja. Kemudahan penggunaannya membuat masyarakat semakin mudah dalam bertransaksi. Akibatnya pertumbuhan pengguna mobile banking melaju sangat amat pesat.

Pertumbuhan mobile banking di asia melaju sangat pesat, terutama di Indonesia. Di tahun 2022 pertumbuhan penggunaan mobile banking pada sisi meningkat sebesar 42,06% pada triwulan pertamanya, sedangkan untuk keseluruhan proyeksi meningkat hingga 18,03% dengan pendapatan Rp 360 Triliun (Perry, OJK 2022). Mobile banking semakin populer sebagai saluran pengiriman inovatif untuk layanan keuangan (Thusi & Maduku, 2020).

Menurut Sutarminingsih, dkk., (2021) Faktor yang mempengaruhi intensitas penggunaan mobile banking antara lain: persepsi kegunaan, kemudahan penggunaan, kebutuhan interaksi, persepsi risiko, persepsi biaya penggunaan, kepercayaan, kredibilitas, dan kesesuaian dengan gaya hidup dan kebutuhan. Dimana faktor paling signifikan menurut Sutarminingsih, Baga, and Saptono (2021) yaitu kesesuaian dengan gaya hidup dan kebutuhan. Sementara itu menurut Akob, Rezky arianty. (2022) Loyalitas nasabah terhadap mobile banking dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dengan variable kepuasan konsumen sebagai variabel penengah.

Riset menurut Patrik, (2022) bahwa hubungan antara persepsi kemudahan penggunaan dan perilaku aktual penggunaan mobile banking berpengaruh signifikan pada kalangan kawula muda di Indonesia. selain itu pendapat lain juga berkata (Utami , Tubastuvi. 2019) kepercayaan dan kepuasan pengguna mempunyai hubungan positif. Tingkat kepercayaan yang memakai mobile

banking dipengaruhi antara lain: oleh kualitas sistem, kualitas informasi, dan kemudahan akses informasi. Untuk meningkatkan kepuasan pengguna maka perlu desain antarmuka yang bisa memuaskan pengguna seperti fitur mudah dipahami dan kemudahan bisa dirasakan oleh pengguna sehingga kepuasan bisa dirasakan oleh pengguna mobile banking.

Menurut IVANOVA & KIM, (2022) dalam penelitiannya yang menyelidiki faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi niat menggunakan dan penggunaan aktualisasi pada pengguna mobile banking. Penelitian ini menggunakan model UTAUT yang menghasilkan hubungan antara harapan kinerja, harapan usaha, pengaruh sosial, dan memfasilitasi kondisi niat untuk menggunakan, keamanan yang dirasakan pada kepercayaan yang dirasakan, dan kepercayaan yang dirasakan pada perilaku penggunaan. Meski ada studi ekstensif wilayah asia tengah kurang perhatian terhadap niat menggunakan dan penggunaan aktual pada mobile banking yang sangat penting bagi mobile banking, meningkatkan kepuasan dan kepercayaan pelanggan. Pelanggan perlu diyakinkan bahwa tingkat kesalahan mobile banking adalah minimum. Oleh karena itu, perlu memperhatikan kebutuhan nasabah dan menciptakan berbagai layanan mobile banking untuk meningkatkan kepuasan nasabah dan menjadikan mereka nasabah yang puas. Risiko yang dirasakan, termasuk risiko waktu, risiko kinerja, risiko keamanan, risiko sosial, dan risiko keuangan, adalah faktor-faktor yang dapat berdampak negatif pada kepuasan pelanggan. (Esmaeili, Ahmad Haghgoo, Iman Davidaviciene, Vida Meidute-Kavaliauskiene, Ieva. 2021)

Beberapa hasil penelitian diatas perlu digaris bawahi bahwa setiap variabel tidak semuanya memiliki hubungan dengan kepuasan pelanggan. Pengguna mobile banking merasa senang apabila perkembangan teknologi datang untuk mempermudah kegiatan bertransaksi. Kemudahan penggunaan sendiri merupakan kepercayaan nasabah terhadap mobile banking bahwa aplikasi mobile banking mudah digunakan. Selain itu yang paling awal dirasakan dalam menggunakan mobile banking yakni antarmuka (interface). Selain kemudahan penggunaan, antarmuka juga bisa menjadi faktor kepuasan nasabah. Kualitas antarmuka yang baik dapat menuntun nasabah untuk mencapai tujuannya dalam bertransaksi dengan mudah dan cepat.

Menurut Priyani, maryam, yani. (2020) keyakinan mengenai proses pengambilan keputusan disebut Kemudahan penggunaan. Variabel kemudahan penggunaan layanan mobile banking didefinisikan sebagai suatu keyakinan di mana seseorang berpikir bahwa penggunaan layanan mobile banking dapat dengan mudah untuk dipahami, dipelajari dan digunakan. Berdasarkan penelitian (Esmaeili, dkk. 2021) menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan tidak

menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah pengguna mobile banking. Penelitian lain yang diteliti oleh (Patrik, Lady 2022) yakni adanya pengaruh signifikan antara persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kegunaan, sikap, kualitas layanan terhadap perilaku aktual penggunaan mobile banking.

Kualitas antarmuka (interface) merupakan tampilan terdepan dalam pelayanan mobile banking. Antarmuka merupakan bentuk komunikasi antara pengguna dengan sistem operasi yang ada di dalam alat digital (Watulingas, Permana, 2020) Dalam (Tukino, dkk., 2021). Untuk menyajikan informasi dan tujuan aplikasi, desain antarmuka merupakan bagian penting dalam membangun jembatan antara sistem dan pengguna. Secara umum, desain antarmuka dibuat dengan informasi yang relevan dan penting untuk memungkinkan pengguna mencapai tindakan yang diinginkan dengan jumlah resistensi yang minimal (Mayer, dkk., 1995). Selain itu, desain antarmuka yang konsisten memberikan kemudahan pencarian informasi dan pemahaman bagi pengguna. (Norman, 2013). Heuristik Menurut Nielsen (1994) dalam Bismaranti, (2021) yaitu:

- a. status system mudah dibaca (visibility of system status)
- b. Kecocokan antara sistem dan dunia nyata (Match between system and the real world)
- c. kebebasan dan kontrol pengguna (User control and freedom)
- d. Konsistensi dan standar (Consistency and standards)
- e. Pencegahan kesalahan (Error prevention)
- f. Mengenali hingga mengingat (Recognition rather than recall)
- g. Fleksibilitas dan efisiensi penggunaan (Flexibility and efficiency of use)
- h. Desain estetis dan minimalis (Aesthetic and minimalist design)
- i. membantu pengguna mengenali, mendiagnosis. dan memulihkan dari kesalahan (Help users recognize, diagnose. and recover from errors)
- j. membantu dan dokumentasi/mencatat (Help and documentation)

Dari heuristik yang telah diteliti oleh Nielsen kita dapat memahami bahwa sebuah desain antarmuka dapat berpengaruh untuk kemudahan bertransaksi. Serta pentingnya kualitas antarmuka untuk mencapai tujuan dalam bertransaksi.

Kepuasan nasabah merupakan faktor penentu yang perlu di garis bawahi oleh perbankan, karena adanya kemudahan penggunaan dan kualitas antarmuka dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Kepuasan nasabah merupakan penilaian nasabah terhadap kinerja produk maupun jasa terkait dengan penggunaannya.

Kotler dan Keller 2013 dalam (Syarifudin, 2020) menyatakan bahwa dalam mencapai kepuasan merupakan kewajiban yang ingin didapatkan oleh semua kalangan, baik di dalam masyarakat umum maupun lingkungan bisnis untuk memenuhi kebutuhannya. Kepuasan juga bergantung kepada kualitas interface (antarmuka). Semakin tinggi tingkat kualitas antarmuka, semakin tinggi juga tingkat kepuasan nasabah yang dihasilkan. Berdasarkan penelitian mengenai kepuasan nasabah, penelitian menurut Akob, Zulfikry Sukarno. (2022) yang dimediasi oleh kepuasan nasabah menunjukkan bahwa adanya hubungan yang signifikan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan nasabah, selain itu kepuasan nasabah juga mempunyai hubungan yg signifikan dengan loyalitas nasabah. penelitian sebelumnya di kemudahan penggunaan oleh Esmaeili, dkk., (2021) mengatakan bahwa salah satunya yaitu kepuasan nasabah berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Penelitian lain juga mengatakan adanya hubungan yg signifikan secara simultan antara beban biaya transaksi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Jabar Banten Syariah. Penelitian oleh Aziz, Dkk., (2020)

Berdasarkan uraian diatas, di mana para pelaku perbankan selalu memunculkan inovasi terbaru untuk memberi kemudahan nasabah. Dalam hal ini yaitu memudahkan nasabah melalui layanan online melalui mobile banking. Faktor yang mempengaruhi penggunaan mobile banking yang akan di teliti yaitu kemudahan penggunaan dan kualitas antarmuka (interface) terhadap kepuasan nasabah mobile banking.

Dari uraian latar belakang penulis mengambil judul “Pengaruh Kemudahan Penggunaan, dan Kualitas Antarmuka Terhadap Kepuasan Pengguna Mobile Banking” harapan penelitian ini dengan objek penelitian yaitu pengguna mobile banking

## **2. METODE**

Penelitian ini dilakukan pada nasabah yang bertransaksi menggunakan aplikasi mobile banking. Populasi penelitian adalah seluruh nasabah yang menggunakan aplikasi Mobile banking. Pengambilan data penelitian ini menggunakan kuesioner yang disebarakan melalui formulir online sehingga responden dapat lebih mudah dalam pengisian data. Data penelitian dapat langsung diolah oleh peneliti. Populasi dalam penelitian ini yaitu sebanyak 160 orang pengguna mobile banking dari berbagai bank di Indonesia. Sampel penelitian ini ditentukan dengan menggunakan teknik accidental sampling atau teknik pengambilan sampel. Adapun yang dapat dijadikan sampel

adalah nasabah Bank secara keseluruhan yang menggunakan mobile banking. Metode analisa data penelitian ini menggunakan uji analisa regresi linier berganda.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 3.1 Uji Instrumen Penelitian

##### 3.1.1 Uji Instrumen penelitian

Tabel 1. Validitas

Variabel	Pearson Correlation	R tabel	Keterangan
X1K1	0,672	0.1538	
X1K2	0,79	0.1538	
X1K3	0,769	0.1538	
X1K4	0,764	0.1538	
X1K5	0,705	0.1538	
X1K6	0,741	0.1538	
X1K7	0,783	0.1538	
X1K8	0,776	0.1538	
X2A1	0,384	0.1538	
X2A2	0,356	0.1538	
X2A3	0,73	0.1538	
X2A4	0,745	0.1538	R hitung > R tabel = Valid
X2A5	0,339	0.1538	
X2A6	0,692	0.1538	
X2A7	0,468	0.1538	
X2A8	0,654	0.1538	
YKP1	0,817	0.1538	
YKP2	0,807	0.1538	
YKP3	0,756	0.1538	
YKP4	0,753	0.1538	
YKP5	0,865	0.1538	
YKP6	0,815	0.1538	
YKP7	0,726	0.1538	

##### 3.1.2 Uji Reliabilitas

Berdasarkan tabel 2 pengujian realibilitas Kemudahan Penggunaan (X1) menunjukkan bahwa cronbach's Alpha sebesar 0,889 atau lebih besar dari 0,6 artinya reliabilitas bisa dikatakan reliabel. Kemudian pada pengujian realibilitas Kualitas Antarmuka (X2) menunjukkan bahwa cronbach's Alpha sebesar 0,698 atau lebih besar dari 0,6 artinya reliabilitas bisa dikatakan reliabel. Lalu pada

pengujian realibilitas Kemudahan Penggunaan (Y) menunjukkan bahwa cronbach's Alpha sebesar 0,898 atau lebih besar dari 0,6 artinya reliabilitas bisa dikatakan reliabel.

Tabel 2. Uji Reabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items
Kepuasan Nasabah	0,889	8
Kualitas Antarmuka	0,698	8
Kepuasan Nasabah	0,898	7

### 3.2 Uji Asumsi Klasik

#### 3.2.1 Uji Normalitas

Tabel 3. Uji Normalitas

Unstandardized Residual	Keterangan
0,000c	Belum Normal
0,019	Sudah Normal

Berdasarkan tabel uji normalitas "One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test" peneliti sempat ragu karena hasil dari Asymp. Sig. (2-tailed) selalu menunjukkan hasil dibawah 0,05, lalu peneliti menggunakan opsi exact seperti di buku IBM SPSS Exact Test, bahwa ada opsi lain untuk menentukan bahwa penelitian ini layak yaitu dengan metode exact. Hasil exact menunjukkan angka 0,019 lebih besar atau  $> 0,005$ . Dari hasil data menunjukkan bahwa penelitian ini layak untuk diteliti. Data exact lebih akurat jika besaran datanya kecil, namun akan lemah jika besaran datanya besar.

#### 3.2.2 Uji Multikolinearitas

Tabel 4. Multikolinearitas

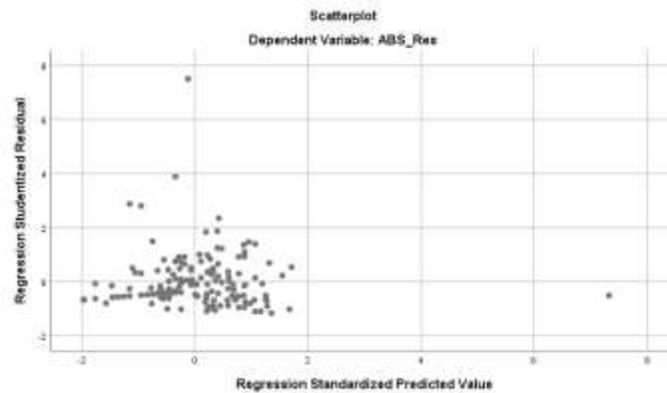
Variabel	Toleransi	VIF	Keterangan
Kemudahan Penggunaan	0,896	1.116	Tidak terjadi Multikolinearitas
Kualitas antarmuka	0,896	1.116	Tidak terjadi Multikolinearitas

Berdasarkan tabel 4 pengujian ini Nilai VIF harus kurang dari 10 dan toleransi harus lebih dari 0,10. Jadi dapat dikatakan bahwa :

- a. Kemudahan penggunaan memiliki VIF sebesar 1,116 dan toleransi sebesar 0,896. Maka tidak terjadi gejala multikolinearitas terhadap variabel Kepuasan Nasabah.
- b. Kualitas Antarmuka memiliki VIF sebesar 1,116 dan toleransi sebesar 0,896. Maka tidak terjadi gejala multikolinearitas terhadap variabel Kepuasan Nasabah.

Dengan tidak adanya gejala multikolinearitas pada kedua variabel independen terhadap variabel dependen maka penelitian ini dapat diterima.

### 3.2.3 Uji Heteroskedastisitas (*Scatter Plot*)



Gambar 1. Uji Heteroskedastisitas (*Scatter Plot*)

Pada tabel Scatter plot karena saya menggunakan SPSS 25 titik-titik terlihat menyatu, namun apabila dilihat lebih teliti, titik titik tersebut sudah menyebar antara diagonal -2 hingga 4. Seperti pada spss 23 atau sebelumnya yang hanya menunjukkan sumbu sampai 4. Dari tabel scatter plot menunjukkan bahwa titik-titik sudah menyebar dan tidak membentuk pola. Maka dipastikan tidak ada gejala heteroskedastisitas atau penelitian dianggap Valid untuk diteruskan pada tahap penelitian uji heterokedastisitas.

### 3.2.4 Uji Heteroskedastisitas

Tabel 5. Heterokedastisitas

Variabel	Signifikansi	Keterangan
Kemudahan Penggunaan	0,504	Tidak ada gejala heterokedastisitas
Kualitas antarmuka	0,666	Tidak ada gejala heterokedastisitas

Pada Pengujian Heteroskedastisitas menggunakan uji Glejser dengan definisi nilai signifikan harus lebih besar dari 0,05. Tabel diatas untuk kolom Sig atau signifikan pada baris kemudahan penggunaan menunjukkan nilai 0,504 dan pada baris Kualitas Antarmuka menunjukkan nilai 0,666. Kedua Variabel independen tersebut memiliki nilai lebih dari 0,05. Maka tidak terjadi gejala Heteroskedastisitas dengan kata lain penelitian bisa dikatakan valid.

### 3.3 Uji Hipotesis

#### 3.3.1 Uji Secara Parsial (Uji-T)

Tabel 6. Uji t

	t hitung	Signifikansi	t tabel
Kemudahan Penggunaan	14,920	0,000	1,97490
Kualitas antarmuka	0,881	0,380	1,97490

Di dalam tabel 6 Uji T peneliti dapat dijelaskan bahwa kemudahan penggunaan Berpengaruh sangat signifikan dengan nilai 0,000. namun pada kualitas antarmuka tidak berpengaruh signifikan dengan signifikansi lebih dari 0,005 atau senilai 0,380. Atau dengan rumus t tabel yaitu jumlah data – jumlah variabel independent – 1 maka hasilnya adalah  $163 - 2 - 1 = 160$ , 160 pada T tabel dengan Probabilitas 0,05 menunjukkan nilai 1.97490. maka dengan demikian dapat dikatakan variabel kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah karena melihat dari kolom t dan baris Kemudahan penggunaan menunjukkan nilai 14,920 atau lebih besar dari 1,97490. Namun untuk variabel Kualitas Antarmuka tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dengan nilai 0,881 atau lebih kecil dari 1,97490.

Sementara itu untuk memenuhi rumus ( $\beta$ ) maka  $Y = 0,373 + 0,869X_1 + 0,043X_2 + e$  Sehingga angka dalam persamaan regresi linear berganda dapat dijelaskan sebagai berikut:

- Nilai konstanta ( $\alpha$ ) yaitu sebesar 373% yang menunjukkan bahwa variabel kemudahan penggunaan, Kualitas Antarmuka dalam kondisi tetap atau konstan, maka variabel Kepuasan Nasabah (Y) bernilai positif sebesar 373%
- Koefisien regresi Kemudahan Penggunaan ( $\beta_2$ ) sebesar 0,869 yang berarti hubungan antara kemudahan penggunaan dan Kepuasan Nasabah positif.

Apabila kemudahan penggunaan semakin mudah maka pengguna mobile banking akan semakin merasakan kepuasan sebesar 869%, begitupun sebaliknya.

- Koefisien regresi Kualitas Antarmuka ( $\beta_3$ ) sebesar 0,043 yang berarti hubungan antara kemudahan penggunaan dan Kepuasan Nasabah positif.

Apabila kualitas antarmuka meningkat maka akan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah sebesar 43%.

#### 3.3.2 Uji Secara Serempak (Uji F)

tabel 6 diketahui bahwa F menunjukkan nilai 129.322 atau lebih besar dari 3,05. Maka penelitian dapat disimpulkan mempunyai pengaruh signifikan.

Uji F	Signifikansi	keterangan
129.322	0,000	Saling berpengaruh

### 3.3.3 Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

R	R Square	Adjusted ( $R^2$ )
0,786	0,618	0,613

Berdasarkan tabel 8 Untuk menentukan koefisien determinasi ditentukan dari variabel yang digunakan. Karena penelitian ini menggunakan 2 variabel independent maka menggunakan R Square. Pada tabel model summary kolom R Square mempunyai nilai sebesar 0,618 berarti 61,8% variasi kepuasan nasabah dapat dijelaskan oleh variabel dependen Kemudahan Penggunaan dan Kualitas Antarmuka. Sedangkan sisanya atau  $100\% - 61,8\% = 38,2\%$  dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

## 4. PENUTUP

Berdasarkan penelitian Pengaruh Kemudahan Penggunaan dan Kualitas Antarmuka terhadap Kepuasan Nasabah pengguna mobile banking yang diisi oleh 163 responden dapat disimpulkan bahwa:

- Kemudahan Penggunaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna mobile banking. maka hipotesis dapat diterima dan terbukti kebenarannya,
- Kualitas Antarmuka tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna mobile banking. Maka hipotesis ditolak atau tidak dapat terbukti kebenarannya.

Antarmuka mobile banking yang dirasakan belum dapat memberi kepuasan nasabah pengguna mobile banking untuk mempermudah transaksi dalam kegiatan sehari-hari.

Saran untuk penelitian selanjutnya diantaranya yaitu:

- Peneliti menyarankan untuk memperbaiki kuesioner yang disebarakan agar mendapat data lebih valid dan signifikan.
- Karena masih sedikitnya referensi tentang kualitas antarmuka terhadap kepuasan nasabah pengguna mobile banking, peneliti menyarankan untuk memasukkan variabel kualitas antarmuka terhadap para pengguna mobile banking agar dapat memberi referensi peneliti berikutnya.

- c. Peneliti selanjutnya disarankan untuk membuat penelitian di daerah tertentu atau bank yang lebih spesifik.
- d. Diharapkan untuk peneliti selanjutnya dapat mengembangkan hal-hal lain apa saja yang bisa mempengaruhi kualitas antarmuka terhadap pengguna mobile banking.
- e. Karena masih banyaknya kekurangan dalam penelitian ini, diharap untuk penelitian berikutnya untuk dapat melengkapi penelitian ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Sutarminingsih, Lukman M Baga, & Imam Teguh Saptono. (2021). Analysis of Factors Influencing Intensity Use of Mobile Banking Islamic Bank. *International Journal of Research and Review*, 8(11), 441–449.
- Akob, Rezky Arianty, Zulfikry Sukarno. (2022). *Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank BUMN di Makassar*. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, dan Entrepreneurship* Vol. 11 No. 2 Juni 2022 hal. 269 – 283.
- Aziz, Malik Abdul, Neneng Hartati, Widiawati, Deni Kamaludin Yusup (2020). Pengaruh beban biaya transaksi dan kualitas pelayanan mobile banking terhadap kepuasan nasabah. *UIN Sunan Gunung Djati Bandung*.
- Bismaranti, N. S. (2021). *Analisis Pengaruh User Interface Dan Usability Terhadap User Experience Pengguna Aplikasi Shopee Di Kota Medan*. 76. +++++
- Esmaili, Ahmad, Iman Haghighi, Vida Davidaviciene, Ieva Meidute-Kavaliauskiene. (2021). Customer loyalty in mobile banking: Evaluation of perceived risk, relative advantages, and usability factors. *Engineering Economics*, 32(1), 70–81.
- Gultom, Dedek Kurniawan, Muhammad Arif, Muhammad Fahmi. (2020). Determinasi Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepercayaan Dedek. *MANEGGGIO: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 3(2), 273–282.
- Halim, Herison. (2019). Pengaruh User Interface Quality, Information Quality, Perceived Security, Perceived Privacy, Belief, Dan Knowledge Terhadap Niat Beli Barang Di Website E-Commerce Di Indonesia. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 3(2), 63–70.
- Isroul Khusna, Imayanti. (2020). *PENGARUH KUALITAS LAYANAN MOBILE BANKING TERHADAP KEPUASAN NASABAH (Studi Kasus pada PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah KC Manado-Tendean)*. IAIN MANADO.
- IVANOVA, Aisena & Ju Yeon KIM. (2022). Acceptance and Use of Mobile Banking in Central Asia: Evidence from Modified UTAUT Model. *The Journal of Asian Finance, Economics*, 9(2), 217–227.
- Lim, Rony, & Lady. (2022). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Menggunakan Layanan Mobile Banking di Batam. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 5(1), 941–947.
- Liu, Wenting. (2021). Financial Management In The Digital Economy. *Digital Payments*.

XV(June), 105–119.

- Luu, Linh N, Paolo Scussolini, Sarah Kew1, Sjoukje Philip, Mugni Hadi Hariadi, Robert Vautard, Khiem Van Mai, Thang Van Vu, Kien Ba Truong, Friederike Otto, Gerard van der Schrier, Maarten K. van Aalst, Geert Jan van Oldenborgh (2021). Attribution of typhoon-induced torrential precipitation in Central Vietnam, October 2020. *Climatic Change*, 169(3–4), 1–22.
- Mulyanto, Heru, & Wulandari, A. (2010). Penelitian: Metode dan analisis. *Semarang: CV. Agung*.
- Wuryandari, Nur Endah Retno, Pradana Vincentiar, Dudi Permana. (2019). Buying Intention through User Interface Design. *European Research Studies Journal*, XXII(Issue 3), 470–479.
- Patel, Vipul, Das Kallol, Ravi Chatterjee, Shukla Yupal. (2020). Does the interface quality of mobile shopping apps affect purchase intention? An empirical study. *Australasian Marketing Journal (AMJ)*, 28(4), 300–309.
- Patrik, Jonathan. (2022). Faktor yang mempengaruhi untuk menggunakan mobile banking dari Internet Banking terhadap penggunaan konsumen perbankan di Indonesia. *Journal of Management & Business*, 5(1), 284–299.
- Pramesti, Wahyu. (2018). Analisis Peningkatan Sukuk: Perspektif Keuangan. *BISNIS : Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 5(1), 93.
- Priyani, Ari, Siti Maryam, & Burhanudin A. Yani. (2020). Studi Komparasi Persepsi Kemanfaatan Dan Kemudahan Penggunaan Aplikasi Mobile Banking Antara Generasi X, Generasi Y, Dan Generasi Z (Studi Pada Pengguna Layanan Mobile Banking BCA Di Kota Surakarta). *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 4(02), 357–368.
- Shodiqin, M. (2021). *Analisis Pengaruh Penerapan Transaksi Syariah dan Produk Halal Terhadap Persepsi Konsumen pada Bisnis Ritel Syariah 212 Mart di Kota Jambi*. Universitas Jambi.
- Syarifudin, A. (2020). *PENGARUH KUALITAS LAYANAN MOBILE BANKING TERHADAP KEPUASAN NASABAH (Studi Kasus pada PT.Bank Rakyat Indonesia Syariah KC Manado-Tendean)*. IAIN Manado, 1–9.
- Tjiptono, F. (2013). Kelanggengan Entrepreneurship dalam Bentuk Bisnis Keluarga : Apa yang Telah dan Masih Perlu Diungkap. *Entrepreneur Dan Entrepreneurship*, 2, 1–12.
- Tukino, T., Nurastuti, P., Hartati, N., Yuningsih, N., & Sudharsono, M. (2021). Kualitas Antarmuka Terhadap Minat Beli: Dimediasi Kepercayaan Konsumen pada Aplikasi Belanja Online. *EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 2, 179–190.
- Utami, H. I., & Tubastuvi, N. (2019). Kinerja Perusahaan dengan Struktur Modal Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Manajemen dan Bisnis MEDIA EKONOMI*, Vol. XIX No 1 Januari 2019. 1, 168–181.
- Yeh, Yu Chu, Shu Ci Lai, & Chung Wei Lin. (2016). The dynamic influence of emotions on game-based creativity: An integrated analysis of emotional valence, activation strength, and regulation focus. *Computers in Human Behavior*, 55, 817–825.