

**PENGARUH KEMUDAHAN, KUALITAS LAYANAN, FITUR  
PRODUK TERHADAP KEPUASAN PENGGUNAAN *MOBILE  
BANKING LIVIN BY MANDIRI* (STUDI KASUS PT BANK  
MANDIRI KCP SUMBAWA BESAR)**

**Nahrul Hayat Hibatullah  
Program Studi Manajemen  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Teknologi Sumbawa**

[hayatnahrul29@gmail.com](mailto:hayatnahrul29@gmail.com)

**Sherwin Ary Busman  
Program Studi Manajemen  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Teknologi Sumbawa**

[sherwin.ary.busman@uts.ac.id](mailto:sherwin.ary.busman@uts.ac.id)

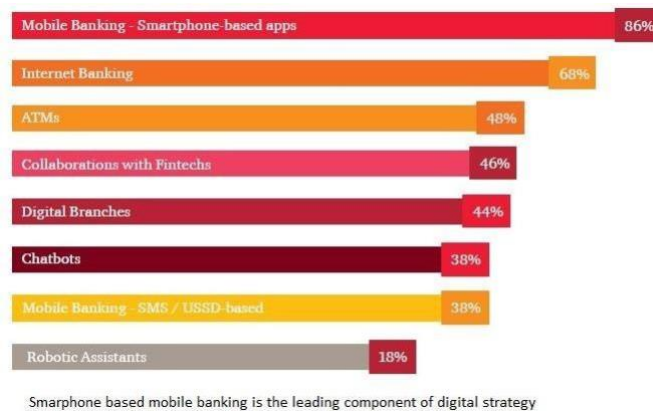
***Abstract***

*This study aims to examine the effect of convenience, service quality and product features on Livin by Mandiri mobile banking user satisfaction (Case Study of PT. BankMandiri Kcp Sumbawa Besar). This study uses a quantitative method with an associative approach. Determination of the sample in this study using the Paul Leddy formula through non-probability sampling technique with purposive sampling method and obtained a total of 96 research samples. The data analysis technique in this study used multiple linear regression analysis and the analysis tool used was the application of the Statistical Program for Social Science (SPSS) 25 for Windows. The results of the analysis in this study showed that convenience did not have a significant effect while service quality had a positive effect and significant and product features partially have a positive and significant effect on user satisfaction.*

***Keywords:* Convenience, Service Quality, Product Features, User Satisfaction**

## PENDAHULUAN

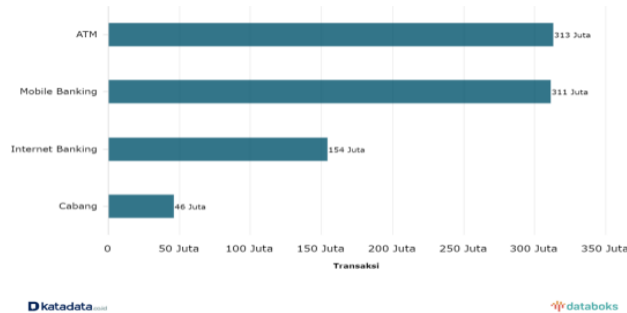
Di kehidupan modern saat ini, terjadi perubahan yang signifikan dalam berbagai aspek kehidupan sebagai akibat dari teknologi informasi dan komunikasi yang terus berkembang di berbagai belahan dunia. Saat ini dunia sudah memasuki era digitalisasi yang dimana hampir seluruh aktivitas manusia tidak bisa di pisahkan dengan yang namanya teknologi (Risma, 2017). Perkembangan teknologi yang semakin modern bisa menyebabkan aktifitas masyarakat mengalami banyak perubahan salah satunya dalam bertransaksi. Manusia tidak dapat dipisahkan dari jaringan internet di dunia serba digital saat ini. Bahkan saat ini, menggunakan internet untuk mencari informasi dan berbisnis sudah menjadi kebutuhan sehari-hari. Dengan bantuan internet, semua kemungkinan bentuk informasi dan komunikasi dicapai melalui perangkat elektronik yang dapat dihubungkan dengan sangat mudah.



Gambar 1. Persentase Smartphone Based Mobile Banking  
(Sumber : PwC Survey: Digital Banking in Indonesia 2018)

Dari gambar 1, perkembangan *mobile banking* bisa dibilang sangat cepat. Perkembangan ini hadir karena *mobile banking* dapat memenuhi kebutuhan masyarakat yang mengedepankan kecepatan mobilitas. *M-banking* memiliki kemudahan layanan perbankan yang sangat kompleks sehingga para pelaku perbankan menjadikan *mobile banking* sebagai strategi digital.

Terkait dengan layanan transaksi digital, Bank Mandiri memiliki unit digital banking untuk mengelola dan mengembanagkan produk *e-channel* yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan nasabah. Adopsi teknologi digital Bank Mandiri salah satunya *Mobile Banking Livin' by Mandiri (E-Channel/E-Banking Services, 2022)*.



Sumber : Bank Mandiri (Persero) Tbk, 2017

Gambar 2 Presentase Transaksi Elektronik dengan Unit Transaction Banking  
(Sumber : Bank Mandiri (Persero) Tbk, 2017)

Sumber : Bank Mandiri (Persero) Tbk, 2017

Berdasarkan gambar 2, penggunaan *mobile banking Livin ByMandiri* masih rendah dibandingkan dengan nasabah yang melakukan transaksi melalui mesin ATM, tapi jumlah diantara keduanya tidak begitu signifikan, artinya para nasabah sudah mulai merasakan kemudahan bertransaksi menggunakan *mobile banking Livin by Mandiri*. Selain Kualitas layanan ada banyak faktor yang dapat menarik minat seseorang untuk melakukan transaksi menggunakan fasilitas layanan yang disediakan oleh perbankan secara umum dan Bank Mandiri secara khususnya. Beberapa diantaranya dalam segi fitur produk nya yaitu *Livin By Mandiri*. Menurut Tjiptono dalam (Wicaksono, 2018) Fitur produk adalah aspek dari produk yang sangat dihargai konsumen dan digunakan untuk memandu keputusan mereka. Fitur berfungsi sebagai taktik kompetitif untuk membedakan produk satu perusahaan dari produk pesaing. Salah satu cara paling efektif untuk bersaing adalah menjadi perusahaan pertama yang menawarkan fitur baru yang bermanfaat.

Dari gambar 3, *Mobile banking Livin By Mandiri* memiliki fitur- fitur yang menarik, mulai dari transaksi transfer, pembayaran keperluan sehari-hari hingga investasi bisa di akses dalam satu aplikasi, kemudahan yang diberikan sudah bisa menemani aktivitas keuangan nasabah secara praktis dan efisien.



Gambar 3 Aplikasi Livin ByMandiri (Sumber : Aplikasi MobileBanking, 2022)

Adapun permasalahan yang terjadi di Bank Mandiri Cabang Sumbawa disini masih banyak sebagaimana masyarakat Sumbawa yang kurang paham dari kelebihan memakai *mobile banking*. Dimana sebagian masyarakat Sumbawa masih menggunakan cara lama yaitu dengan datang ke kantor cabang untuk melakukan transaksi, padahal dengan menggunakan aplikasi *mobile banking* banyak kelebihan yang akan mereka dapat kan salah satunya, biaya transfer yang lebih murah dan menghemat waktu tidak perlu antri untuk melakukan transaksi.

## TINJAUAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS

### Kemudahan

Menurut Nidhom (2019). Kemudahan atau usability adalah cara untuk menentukan bagaimana pengguna tertentu dapat menggunakan suatu produk untuk berhasil dan efisien mencapai tujuan tertentu, serta bagaimana pengguna lebih puas dengan penggunaan produk tersebut. Menurut Nurrahmanto (2015) Ide kemudahan penggunaan mengacu pada seberapa banyak seseorang berpikir menggunakan sistem informasi dalam hal ini internet banking sederhana dan tidak memerlukan kerja ekstra dari pengguna. Pengguna biasanya akan menggunakan sistem informasi untuk tujuan bisnis jika mudah digunakan.

Faktor paling penting yang harus diperhatikan oleh penyedia layanan *online* atau

vendor adalah kemudahan transaksi., tingkat kenyamanan ini bisa berbeda-beda tergantung pengguna atau pembeli, namun tentunya ada standar kenyamanan yang sama untuk semua pengguna dan selanjutnya. faktor kenyamanan ini diharapkan dapat mempengaruhi perilaku, yaitu semakin tinggi tingkat kenyamanan maka semakin tinggi tingkat penggunaan teknologi informasi (Suparto, 2022).

### **Layanan**

Kualitas layanan adalah suatu respon baik yang di berikan oleh pemilik usaha terhadap konsumennya saat melakukan transaksi produk atau jasa. Menurut Tjiptonodalam Hajliana (2020) Untuk menyeimbangkan harapan pelanggan, kualitas layanan dapat didefinisikan sebagai jenis bisnis yang berfokus pada pemenuhan keinginan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya. Cara lain untuk memikirkan kualitas layanan adalah sebagai ukuran seberapa baik dapat memenuhi harapan konsumen. (Wijaya, 2011).

### **Fitur Produk**

Menurut Ginting (2011) Fitur berfungsi sebagai taktik menggunakan keunggulan kompetitif untuk membedakan produk satu perusahaan dari produk pesaing. Keistimewaan produk ditentukan oleh fitur dan sesuatu yang tidak biasa, istimewa, dan berbeda dari apa yang ditawarkan produk lain. Secara umum, Kualitas yang melekat pada suatu produk adalah konsekuensi akhir dari upaya dan kemajuan yang berkelanjutan. Item mungkin tersedia dengan berbagai fitur. Dengan memasukkan aspek produk tertentu, bisnis dapat menghasilkan model yang kompleks.

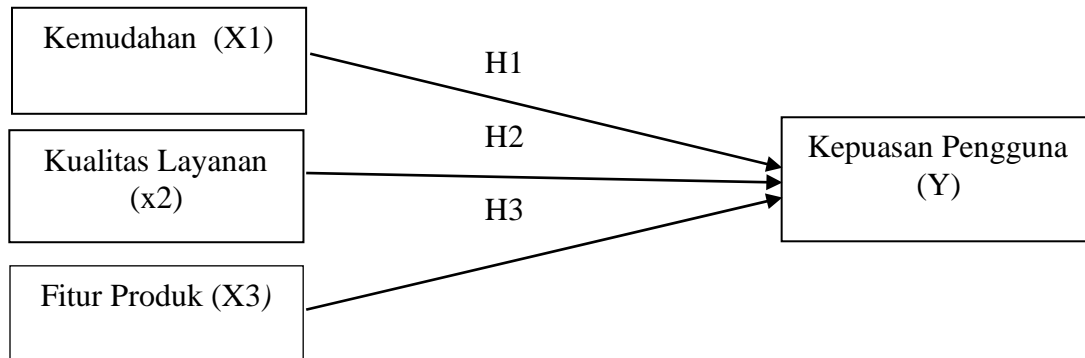
### **Kepuasan Pengguna**

Menurut Kotler dan Keller (2016) Secara umum, Emosi yang diterima seseorang setelah membandingkan suatu objek atau tampilan dengan yang lain dikenal sebagai kepuasan. Ketidakpuasan konsumen diakibatkan oleh kinerja di bawah standar yang jauh dari harapan, atau sebaliknya. Kepuasan konsumen dapat dihasilkan jika unsur-unsur pendukungnya terpenuhi.

Menurut Kotler dan Keller (2018), Tingkat kesenangan atau ketidakpuasan seseorang ditentukan oleh seberapa dekat kinerja aktual produk sesuai dengan keinginan mereka.

Jika kinerja tidak sesuai harapan, pelanggan menjadi tidak puas. Ketika pekerjaan memenuhi harapan, klien senang. Selain itu, pelanggan sangat senang atau puas bila hasil kerjanya<sup>2</sup> memenuhi atau melebihi harapan.

Berikut adalah Gambar 2.1 kerangka berpikir penelitian ini:



### Hipotesis Penelitian

- H1 : Terdapat Pengaruh Positif dan Signifikan Kemudahan Bertransaksi Terhadap Kepuasan Penggunaan *Mobile Banking Livin By Mandiri*.
- H2 : Terdapat Pengaruh Positif dan Signifikan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Penggunaan *Mobile Banking Livin By Mandiri*.
- H3 : Terdapat Pengaruh Positif dan Signifikan Fitur Produk Terhadap Kepuasan Penggunaan *Mobile Banking Livin By Mandiri*.

## METODOLOGI

### Rancangan Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif asosiatif. Menurut Hardani (2020) penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang terstruktur dan mengkuantifikasikan data untuk dapat digeneralisasikan. Dalam analisis kuantitatif, angka dari perhitungan dan pengukuran digunakan sebagai masukan. Angka-angka tersebut kemudian diolah dan diperiksa sesuai dengan kriteria statistik yang telah ditentukan. (Hermawan 2018). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh variabel Kemudahan Bertransaksi (X1), Kualitas Layanan (X2) dan Fitur Produk (X3) terhadap Kepuasan Penggunaan *Mobile banking*.

### Sumber Data

Data primer mengacu pada semua jenis informasi studi yang telah dikumpulkan langsung dari sumber primer, termasuk sumber individu dan kelompok (yaitu, tanpa menggunakan perantara). Anda menerima informasi secara langsung dengan cara ini. Data primer yang dibuat khusus digunakan untuk mengatasi masalah penelitian. Penulis mengumpulkan informasi primer dengan melakukan penelitian dan melakukan observasi.. (Hardani, 2020).

### Jenis Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kuantitatif. Data yang bersifat kuantitatif adalah data dikumpulkan sebagai angka-angka. Data kuantitatif dapat ditangani dengan menggunakan rumus matematika atau diperiksa menggunakan algoritma statistik dalam format bab ini. (Hardani, 2020).

### Populasi

Populasi adalah jumlah total unit analisis yang sifat-sifatnya dievaluasi, (Hardani, 2020). Didalam Penelitian ini populasi yang digunakan yaitu nasabah *Bank Mandiri Cabang Sumbawa Besar*.

### Sampel

Sampel didalam penelitian ini yaitu nasabah *Bank Mandiri Cabang Sumbawa Besar* yang menggunakan *Mobile Banking Livin By Mandiri*. Untuk menentukansampel yang akan digunakan dalam penelitian dengan rumus Paul Leedydikarenakan populasi didalam penelitian saya ini belum diketahui jumlahnya. Berikut adalah rumus dari Paul Leedy:

$$n = \left( \frac{Z^2}{e} \right) (P)(1 - P)$$

keterangan:  $e$

$n$  = ukuran sampel

$p$  = Proporsi populasi (jika tidak diketahui  $p=0,5$ )

$e$  = Sampling error yang dipergunakan

$z$  = standar untuk kesalahan yang ditentukan

Jumlah populasinya belum diketahui, maka dari itu nilai P maks adalah 0,5. Dengan memakai *Confidence level* 95% tingkat kesalahan 10% jadi besar sampel :

$$n = \left( \frac{1,96^2}{0,1} \right) (0,25) = 96,04$$

Berdasarkan rumus diatas, jumlah sampel yang digunakan untuk penelitian ini berjumlah 96.

### **Teknik Sampling**

Dalam penyelidikan ini, teknik non-probability sampling diterapkan. Karena ukuran populasi tidak diketahui, peluang pengambilan sampel untuk segmen populasi yang berbeda tidak merata.

Purposive sampling, atau memilih partisipan berdasarkan kriteria yang telah ditentukan, merupakan strategi sampling yang digunakan dalam penelitian ini. (Sugiyono, 2019). Sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu berupa kuesioner. Dalam pengambilan sampel terdapat kriteria sebagai berikut:

1. Nasabah *bank* Mandiri Cabang Sumbawa Besar yang mempunyai *Mobile banking Livin By Mandiri*
2. Nasabah *bank* Mandiri Cabang Sumbawa Besar yang melakukan transaksi di *Mobile banking Livin By Mandiri*.
3. Nasabah *bank* Mandiri Cabang Sumbawa Besar yang melakukan transaksi dalam 6 bulan terakhir di *Mobile banking Livin By Mandiri*.

### **Metode Pengumpulan Data**

Kuesioner digunakan sebagai alat penelitian dalam proses pengumpulan data penelitian ini, dan disebarakan secara online melalui *Google form*. Metode survei adalah



teknik penelitian kuantitatif yang mengkaji suatu komunitas tertentu dan mengumpulkan data dari masa lalu atau masa kini mengenai keyakinan, sifat, dan perilaku serta keterkaitan antara faktor-faktor tersebut. (Sugiyono, 2019).

Berikut adalah kriteria penilaian yang diberikan untuk setiap indikator kuesioner saat mengukur variabel dalam skala, yaitu.:

**Tabel 1 Bobot Nilai Jawaban Responden**

No.	Jawaban	Skor
1.	Sangat Setuju (SS)	4
2.	Setuju (S)	3
3.	Tidak Setuju (TS)	2
4.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Skala penelitian ini mengetahui sikap, dan pandangan seseorang atau kelompok tentang masalah sosial. (Sugiyono, 2020).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Uji Asumsi Klasik

#### Uji Normalitas

Berdasarkan tabel 2, jika Asymp. Sig. > 0,050, maka dapat disimpulkan bahwa residual akan berperilaku normal atau berbeda. Hasil sekitar 0,200 yang menunjukkan distribusi normal.

**Tabel 2. Hasil Uji Normalitas**

Model	Asymp. Sig.(2-tailed)	Kriteria	Kesimpulan
Unstandardized Residual	0.200	$P > 0.050$	Data Berdistribusi normal

Sumber: Data diolah, 2023

#### Uji Multikolinearitas

Dari tabel 3, menunjukkan bahwa variable Kemudahan (X1) dengan nilai Tolerance 0,663 > 0,100 dan nilai VIF 1.509 < 10, Kualitas Layanan (X2) dengan nilai Tolerance 0,388 > 0.100 dan nilai VIF 2.579 < 10, dan Fitur Produk (X3) dengan nilai Tolerance

0,352 > 0,100 dan nilai VIF 2.842 < 10, maka dapat disimpulkan bahwa semua variable bebas dalam penelitian ini tidak mengalami multikkolinearitas.

**Tabel 3. Hasil Uji Multikolinierias**

Variabel	Kriteria	Tolerance	Kriteria	VIF	Keterangan
Kemudahan	0,100	0.663	10	1.509	Tidak Terjadi Multikolinearitas
Kualitas Layanan	0,100	0.388	10	2.579	Tidak Terjadi Multikolinearitas
Fitur Produk	0,100	0.352	10	2.842	Tidak Terjadi Multikolinearitas

Sumber: Data diolah, 2023

### Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan tabel 4, Uji Glejser digunakan dalam analisis heteroskedastisitas penelitian ini, dan hasilnya menunjukkan bahwa Kemudahan memiliki nilai signifikansi 0,824 > 0,050, Kualitas Layanan memiliki nilai signifikansi 0,261 > 0,050, dan Fitur Produk memiliki nilai signifikansi 0,081 > 0,050. Hal ini menunjukkan bahwa tidak satupun dari ketiga faktor penelitian tersebut terjadi Heteroskedastisitas

**Tabel 4. Hasil Uji Heteroskedastisitas**

Variabel	Sig.	Kriteria	Keterangan
Kemudahan	0,824	0.050	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
Kualitas Layanan	0,261	0.050	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
Fitur Produk	0,081	0.050	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas

Sumber: Data diolah, 2023

**Uji Hipotesis**  
**Analisis Regresi Linear Berganda**

Rumus regresi digunakan dalam penelitian ini dapat dilihat dengan melihat informasi pada tabel 5:

$$Y = 1.033 + 0.139X_1 + 0.338X_2 + 0.326X_3 + e$$

**Tabel 5. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda**

Model		Unstandardized Coefficients	
		B	Std. Error
1	(Constant)	1,033	1,126
	Kemudahan (X <sub>1</sub> )	0,139	0,076
	Kualitas Layanan (X <sub>2</sub> )	0,338	0,056
	Fitur Produk (X <sub>3</sub> )	0,326	0,071
Dependent Variable: Kepuasan Pengguna (Y)			

Sumber : Hasil Output SPSS

**Uji Parsial (Uji Statistik t)**

Pengaruh masing-masing variabel terhadap benar atau tidaknya pernyataan hipotetik ditentukan secara parsial dengan menggunakan uji-t.

**Tabel 6. Hasil Uji t**

Variabel	<i>t<sub>hitung</sub></i>	Signifikan
Kemudahan (X <sub>1</sub> )	1,843	0,069
Kualitas Layanan (X <sub>2</sub> )	5,995	0,000
Fitur Produk (X <sub>3</sub> )	4,607	0,000

Sumber : Hasil Output SPSS

Berdasarkan tabel 6, berikut penjelasan masing-masing faktor independen dalam keputusan pembelian:

- a. Variabel Kemudahan, berdasarkan table 4.12 diatas dapat diketahui nilai t hitung sebesar 1.843, dimana nilai t htiung < t table (1.843 < 1.985) dengan nilai signifikansi 0,069 > 0,05. Berdasarkan nilai tersebut Hoditerima dan Ha ditolak, sehingga disimpulkan bahwa terdapat pengaruh Positif dan tidak signifikan antar variabel Kemudahan terhadap Kepuasan Pengguna.
- b. Variabel Kualita Layanan, berdasarkan table 4.12 diatas dapat diketahui nilai t

hitung sebesar 5.995, dimana nilai  $t_{hitung} > t_{table}$  ( $5.995 > 1.985$ ) dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Berdasarkan nilai tersebut  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, sehingga disimpulkan bahwa terdapat pengaruh Positif secara signifikan antar variabel Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pengguna.

- c. Variabel Fitur Produk, berdasarkan table 4.12 diatas dapat diketahui nilai  $t$  hitung sebesar 4.607, dimana nilai  $t_{hitung} > t_{table}$  ( $4.607 > 1.985$ ) dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Berdasarkan nilai tersebut  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, sehingga disimpulkan bahwa terdapat pengaruh Positif secara signifikan antar variabel Fitur Produk terhadap Kepuasan Pengguna.

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

Koefisien ( $R^2$ ) pada dasarnya mengukur seberapa baik model dapat menjelaskan volatilitas variabel dependen. Kedua koefisien determinasi adalah 0 dan 1. Menurut nilai yang mendekati satu, variabel independen menyediakan hampir semua informasi yang diperlukan untuk memprediksi osilasi variabel dependen. (Ghozali, 2016).

**Tabel 7. Hasil Koefisien Determinan ( $R^2$ )**

<i>Model</i>	<i>R</i>	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>
1	0,880	0,775	0,768

Sumber :Hasil Output SPSS

Dari tabel 7 diatas, menunjukkan nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,768. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Kepuasan pengguna mempengaruhi variabel kemudahan, Kualitas Layanan dan Fitur Produk sebesar 76,8% dan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain.

### Pembahasan

Setelah melakukan analisis data yang telah dikumpulkan, hal yang dilakukan selanjutnya adalah memaparkan pembahasan mengenai Pengaruh Kemudahan, Kualitas Layanan, Fitur Produk Terhadap Kepuasan Penggunaan *Mobile Banking Livin By Mandiri* (Studi Kasus Kcp Sumbawa Besar) sebagai berikut.

- 1. Kemudahan tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pengguna Mobile Banking Livin By Mandiri**

Berdasarkan pengujian yang disajikan pada table 4.12 yang menunjukkan bahwa Kemudahan (X1) memiliki nilai t hitung  $(1.843) < t$  tabel  $(1,986)$  dengan nilai signifikan sebesar  $0,069 < 0,050$ , artinya Kemudahan tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pengguna *livin' by mandiri* pada Nasabah Bank Mandiri di Kecamatan Sumbawa. Hal ini tidak mendukung hipotesis pertama bahwa Kemudahan (X1) mempengaruhi Kepuasan Pengguna (Y), sehingga H0 diterima dan H1 ditolak. Nasabah Bank Mandiri di Kecamatan Sumbawa meyakini kemudahan tidak ada pengaruhnya terhadap kepuasan, hal ini berdasar pada jawaban rata-rata kuesioner terendah pada variabel kemudahan (X1), yaitu X1.1 (Saya menggunakan aplikasi *Livin By Mandiri* karena mudah dipelajari). Nasabah Bank Mandiri di Kecamatan Sumbawa merasa kesulitan saat mempelajari dan menggunakan *livin' by mandiri*. Hal ini dikarenakan kurangnya edukasi digital dan masyarakat di Sumbawa sudah terbiasamelakukan dengan cara tradisional atau cara lama. Sehingga, tidak mau, tidak mampu dan kesulitan saat dihadapkan dengan kegiatan transaksi melalui aplikasi atau digital. Kemudian, hasil ini didukung dari hasil penelitian Deliyana et al (2021) menyatakan Kepuasan nasabah yang menggunakan mobile bank BCA berpengaruh positif dan tidak signifikan oleh variabel *perceived convenience*. Hubungan yang lemah antara kemudahan dengan kepuasan menunjukkan adanya kemungkinan atau peluang hubungannya dapat semakin melemah diiringi berjalannya waktu dan berkembangnya teknologi.

## **2. Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pengguna *Mobile Banking Livin By Mandiri***

Kualitas Layanan (X2) memiliki nilai t hitung  $(5.995) > t$  tabel  $(1,986)$  dengan nilai signifikan sebesar  $0,000 < 0,050$ , artinya Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pengguna *livin' by mandiri* pada Nasabah Bank Mandiri di Kecamatan Sumbawa. Hal ini mendukung hipotesis kedua bahwa Kualitas Layanan (X2) mempengaruhi Kepuasan Pengguna (Y), sehingga H1 diterima dan H0 ditolak.

Hasil penelitian ini bisa memberikan arahan kepada manajemen untuk lebih meningkatkan kualitas layanan pada *mobile banking Livin by Mandiri* guna meningkatkan kepuasan nasabah. Dengan upaya peningkatan kinerja *Livin by Mandiri* secara langsung dapat meningkatkan Kepuasan penggunaannya. Kepuasan nasabah yang

menggunakan mobilebanking ditunjukkan dengan tetap menggunakan aplikasi ini dan merekomendasikannya kepada pihak yang meminta pendapat tentang penggunaan aplikasi transaksi perbankan secara online. Hasil Penelitian ini diperkuat dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Nanincova(2019) yang menyatakan bahwa KualitasLayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadapkepuasan Pelanggan.

### **3. Fitur Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pengguna Mobile Banking LivinBy Mandiri**

Berdasarkan pengujian yang disajikan pada tabel 4.12 yang menunjukkan bahwa Fitur Produk (X2) memiliki nilai t hitung  $4,607 > t$  tabel (1.986) dengan nilai signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$ , artinya bahwa Fitur Produk (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pengguna livin' by mandiri pada NasabahBank Mandiri di Kecamatan Sumbawa. Hal ini mendukung hipotesis ketiga bahwaFitur Produk (X3) mempengaruhi Kepuasan Pengguna (Y). Ketika Fitur pada aplikasi mobilebanking livin by mandiri terus ditingkatkan maka Kepuasan nasabahjuga akan meningkat.

Hasil penelitian ini menunjukan bahwa Fitur Produk merupakan elemen terpenting dari kepuasan pengguna. Hal ini bisa dilihat dari indikatorFitur Produk yang sesuai dengan harapan responden yaitu Kelengkapan Fitur. Responden juga setuju bahwa nasabah menggunakan aplikasi *Livin By Mandiri* karena dilengkapi berbagai fitur yang lengkap. Sedangkanmenggunakan Aplikasi *Livin By Mandiri* karena memiliki fitur yang tidak dimiliki oleh pesaing juga merupakan bukti adanya keterlibatan responden akan kepuasannya dalam menggunakan aplikasi *mobile banking livin by mandiri*. Dengan demikian apabila bank mandiri dapat terus meningkatkan kualitas fitur yang ada dalam aplikasin Livin, maka kepuasan pengguna mobile banking livin by mandiri akan terus meningkat. Penelitian ini didukung oleh hasil penelitian Pranantha (2021) menyatakan bahwa fitur produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

## **KESIMPULAN**

### **Kesimpulan**

Dari penelitian ini dapat disimpulkan:

1. Variabel Kemudahan tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap kepuasan

pengguna. dikarenakan nasabah bank Mandiri di Kecamatan Sumbawa masih merasa kesulitan saat mempelajari dan menggunakan *livin' by mandiri*.

2. Variabel kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna. Hasil penelitian ini bisa memberikan arahan kepada manajemen untuk lebih meningkatkan kualitas layanan pada mobile banking Livin by Mandiri guna meningkatkan kepuasan nasabah
3. Variabel fitur produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna. karena indikator Fitur Produk yang sesuai dengan harapan responden yaitu Kelengkapan Fitur. Responden juga setuju bahwa nasabah menggunakan aplikasi *Livin By Mandiri* karena dilengkapi berbagai fitur yang lengkap. Sedangkan menggunakan Aplikasi *Livin By Mandiri* karena memiliki fitur yang tidak dimiliki oleh pesaing.

### **Saran**

Dalam penelitian ini terdapat beberapa saran:

1. Penelitian selanjutnya

Kemudahan, kualitas layanan, dan kualitas adalah variabel yang dipertimbangkan dalam penelitian ini untuk menentukan dampak kepuasan pengguna. Jadi, sangat diharapkan penelitian selanjutnya akan mencari atau memasukkan lebih banyak variabel seperti variabel promosi, kualitas produk, dan lain-lain yang secara langsung mempengaruhi kepuasan konsumen. dan memanfaatkan berbagai alat atau teknik untuk memperkuat temuan penelitian, yang selanjutnya digunakan sebagai sumber referensi.

2. Bagi perusahaan

Berdasarkan temuan penelitian, terlihat jelas bahwa variabel Kualitas Layanan dan Fitur Produk berpengaruh besar terhadap seberapa puas pengguna dengan Livin By Mandiri Mobile Banking. Oleh karena itu, bisnis perlu lebih siap untuk memenuhi harapan penggunanya dengan menawarkan layanan terbaik, meningkatkan kemampuan yang sudah ada, dan menambahkan fitur baru untuk membantu pelanggan melakukan berbagai transaksi atau mengelola dana mereka.

## DAFTAR PUSTAKA

- Afifah, Risma. (2017). Pengaruh Manfaat, Kemudahan, Kepercayaan Dan Ketersediaan Fitur Terhadap Penggunaan Mobile Banking Bank Syariah Mandiri. (*Skripsi, Uin Syarif Hidayatullah Jakarta, 2016*). Diakses pada <https://repository.uinjkt.ac.id>.
- Audi, M. F, Et, al. (2016). Adoption Of Mobile Banking Applications in Lebanon. *Journal of Internet Banking and Commerce* 21, 1-15.
- Deliyana, R. (2021). *Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Keamanan, Dan Persepsi Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Menggunakan Mobile Banking Bca* (Doctoral dissertation, Universitas Teknokrat Indonesia).
- Fasochah & Hartono. (2013). Analisis Pengaruh Kepercayaan Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variable Mediasi (Study Pada Rs Darul Istiqomah Kaliwungsu Kendal). *Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi*, 1(34), 1-22.
- Ginting, N.F.H. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Cetakan 2. Bandung: CV Yrama Widya.
- Guspul. A. (2014). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Nasabah Kospin Jasa Cabang Wonosobo). *Jurnal PPKM UNSIQ* 1, 40-54.
- Immanuel, B. H. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di PT Hastaco Tour and Travel. *Agora*, 7(1).
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller (2018), *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13, Buku 1, USA: Pearson Education.
- Shaikh, A. A. & Karjaluoto, H. (2015). Mobile Banking Adoption: A Literature Review. *Telematics And Informatics* 32(1), 129-142.