



**EFEKTIVITAS APLIKASI *MOBILE BANKING*
(STUDI KASUS BRI KCP UJUNGBATU, RIAU)**

SKRIPSI

Diajukan oleh :

Boby Saputra
NPM :021117109

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PAKUAN
BOGOR
November 2022**



**EFEKTIVITAS APLIKASI *MOBILE BANKING*
(STUDI KASUS BRI KCP UJUNGBATU, RIAU)**

Skripsi

Diajukan sebagai salah satu syarat dalam mencapai gelar Sarjana Manajemen
program studi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan
Bogor

Boby Saputra
021117109

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
(Dr. Hendro Sasongko Ak.,MM.,CA)



Ketua Program Studi Manajemen
(Prof. Dr. Yohanes Indrayono, Ak., MM., CA)

EFEKTIVITAS APLIKASI *MOBILE BANKING*
(STUDI KASUS BRI KCP UJUNGBATU, RIAU)

Skripsi

Telah disidangkan dan dinyatakan lulus

Pada hari, 21 November 2022

Boby Saputra

021117109

Disetujui,

Ketua Pengaji Sidang
(Dra.Hj.Sri Hartini, MM)



Ketua Komisi Pembimbing
(Oktori Kiswati Zaini SE., MM)



Anggota Komisi Pembimbing
(Aditya Prima Yudha S.Pi.,MM)



Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Bobby Saputra

NPM : 021117109

Judul Skripsi : Efektivitas Aplikasi *Mobile Banking* (Studi Kasus BRI KCP
UjungBatu, Riau)

Dengan ini saya menyatakan bahwa paten dan Hak Cipta dari produk skripsi diatas adalah benar karya saya dari arahan komisi pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apapun kepada perguruan tinggi manapun.

Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam daftar pustaka akhir skripsi ini.

Dengan ini saya melimpahkan paten , Hak Cipta dan Karya tulis saya kepada Universitas Pakuan.

Bogor, November 2022



(Bobby Saputra)

**©Hak Cipta milik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan, Tahun
2022**

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan.

Dilarang mengumumkan dan atau memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis dalam bentuk apapun tanpa seizin Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan.

ABSTRAK

Boby Saputra NPM: 021117109, Efektivitas Aplikasi *Mobile Banking* BRI KCP UJUNGBATU, RIAU) di bawah bimbingan: Oktori Kiswati Zaini dan Aditya Prima Yudha, 2022.

Semakin ketatnya persaingan antar Bank yang menawarkan produk-produk atau fasilitas yang dimiliki masing - masing Bank, Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis mengenai kualitas sistem, kualitas informasi, kualitas layanan, kepuasan pelanggan dan untuk mengetahui keefektifitas layanan Aplikasi *Mobile Banking* BRI KCP UjungBatu, Riau. Jenis Penelitian yang digunakan adalah deskriptif eksploratif. Objek penelitian ini adalah Efektivitas Aplikasi *Mobile Banking* BRI KCP UjungBatu, Riau. Penelitian yang dilakukan menggunakan data primer. Sampel yang digunakan sebanyak 100 responden dengan metode purposive sampling. Metode analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif efektivitas. Hasil penelitian Efektivitas Aplikasi *Mobile Banking* BRI KCP UjungBatu, Riau. Menunjukkan mengenai tanggapan responden dalam penelitian ini berada pada kategori “Sangat Setuju” atau “Sangat Efektif” memperoleh nilai sebesar 88,16%. Hasil Efektivitas Aplikasi *Mobile banking* BRI KCP UjungBatu, Riau yaitu memperoleh nilai dengan persentase 70,56% dengan interval “Efektif”.

Kata Kunci : *Efektivitas Aplikasi Mobile Banking BRI*

PRAKATA

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Allah SWT karena berkat Rahmat, Hidayah dan Karunia-Nya kepada kita semua sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi penelitian yang berjudul **“Efektivitas Penggunaan Mobile Banking BRI KCP Ujungbatu”**.skripsi penelitian ini merupakan syarat bagi penulis untuk melanjutkan ke penelitian berikutnya.

Adapun tujuan dari penyusunan skripsi penelitian ini guna untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen pada Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan. Pada kesempatan ini, penulis hendak menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan dan bantuannya sehingga penyusunan skripsi penelitian ini dapat selesai.

Penulis menyadari masih terdapat banyak kekurangan dalam penyusunan skripsi penelitian ini.oleh karena itu, penulis berharap adanya kritik dan saran agar sempurna skripsi penelitian ini. Ucapan terima kasih ini penulis tujukan kepada :

1. Bapak Maryono dan Ibu Erpina orangtua saya serta Keluarga yang selalu mendoakan dan memberikan dukungan tanpa henti.
2. Bapak Prof. Dr. rer. Pol. Ir. H. Didik Notosudjono, M.Sc. Selaku Rektor Universitas Pakuan.
3. Bapak Hendro Sasongko,AK.,MM.,CA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan.
4. Kepala Program studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan, bapak Prof. Dr. Yohanes Indaryono,Ak MM CA dan bapak Doni Wihartika S.Pi.,MM. Asisten Prodi Fakultas Ekonomi dan Bisnis
5. Ibu Oktori Kiswati Zaini, S.E., MM. dan Bapak Aditya Prima Yudha,S.Pi,MM selaku pembimbing 1 dan 2 yang memberikan arahan selama saya mengerjakan skripsi
6. Kepala TU dan seluruh Staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan.
7. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan yang telah memberikan Ilmunya kepada Penulis
8. Keluarga besar kelas C dan kelas D manajemen 2017 atas *support* dan dukungannya selama perkuliahan.
9. Ubpa Aprilia Fahlefi pacar saya yang selalu memberi semangat dan memberi dukungan tanpa henti
10. Bapak dan ibu kosan yang selalu memberi semangat dan support untuk saya demi mencapai cita – cita
11. Teman-teman seperbimbingan yang selalu memberikan motivasi dan semangat dalam menyelsaikan skripsi ini.
12. Bapak dan Ibu Foto Copy Subur Jaya yang selalu memabantu saya dalam menyusun skripsi saya sampai selesai

Tanpa dukungan mereka semua skripsi ini tidak akan bisa diselesaikan dengan baik. Kritik dan saran selalu terbuka lebar karena tidak ada suatu hal pun yang sempurna selain Allah SWT. penulis berharap semoga skripsi penelitian ini berguna bagi para pembaca dan pihak-pihak lain yang berkepentingan.

Bogor, 21 November 2022



Boby Saputra

DAFTAR ISI

JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PENGESAHAN & PERNYATAAN TELAH DISIDANGKAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN PELIMPAHAN HAK CIPTA	iv
LEMBAR HAK CIPTA	v
ABSTRAK	vi
PRAKATA	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	9
1.3 Rumusan Masalah	9
1.4 Tujuan Penelitian	9
1.5 Manfaat Penelitian	9
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Pemasaran dan Manajemen Pemasaran	11
2.1.1 Pengertian Pemasaran	11
2.1.2 Pengertian Manajemen Pemasaran	11
2.1.3 Fungsi Pemasaran	12
2.1.4 Tujuan Pemasaran	13
2.1.5 Bauran Pemasaran	14
2.2 Efektivitas	14
2.2.1 Pengertian Efektivitas	14
2.2.2 Jenis – Jenis Efektivitas	15
2.2.3 Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Efektivitas	15
2.2.4 Indikator Efektivitas	16
2.2.5 Kriteria Efektivitas	17
2.2.6 Pengukuran Efektivitas	17

2.3 <i>Mobile Banking</i>	18
2.3.1 Pengertian <i>Mobile Banking</i>	18
2.3.2 Fitur <i>Mobile Banking</i>	19
2.3.3 Cara Kerja <i>Mobile Banking</i>	19
2.3.4 Tipe <i>Mobile Banking</i>	19
2.4 Penelitian Terdahulu	20
2.5 Kerangka Pemikiran.....	24
BAB III. METODE PENELITIAN.....	26
3.1 Jenis Penelitian.....	26
3.2 Objek, Unit Analisis dan Lokasi Penelitian	26
3.2.1 Objek, Penelitian	26
3.2.2 Unit Analisis	26
3.2.3 Lokasi Penelitian	26
3.3 Jenis dan Sumber Data Penelitian.....	26
3.3.1 Jenis Data Penelitian	26
3.3.2 Sumber Data Penelitian.....	27
3.4 Operasional Varibel	27
3.5 Metode Penarikan Sampel	28
3.6 Metode Pengumpulan Data.....	29
3.7 Uji Instrumen	30
3.7.1 Uji Validitas	30
3.7.2 Uji Reabilitas.....	30
3.8 Metode Analisis Data.....	31
BAB IV. HASIL PENELITIAN	34
4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian	34
4.1.1 Sejarah Singkat Bank Rakyat Indonesia Tbk (BRI).....	34
4.2 Visi dan Misi.....	35
4.2.1 Struktur Organisasi Dan Uraian Tugas	35
4.3 Uji Validitas dan Reabilitas	36
4.3.1 Karakteristik Responden	38
4.4 Pembahasan.....	40

4.4.1 Tanggapan Nasabah Mengenai <i>Mobile Banking</i> BRI Kcp UjungBatu, Riau.....	40
4.4.2 Efektivitas Aplikasi Mobile Banking BRI Kcp UjungBatu, Riau	55
BAB V. PENUTUP.....	56
5.1 Kesimpulan	56
5.2 Saran	57
DAFTAR PUSTAKA	59
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	60
LAMPIRAN.....	61

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 10 Bank di Indonesia dengan jumlah aset terbesar	5
Tabel 1.2 Data pra survey pengguna BRI <i>Mobile KCP</i> Ujungbatu	7
Tabel 2.1 Penelitian terdahulu.....	20
Tabel 3.1 Operasional variabel	27
Tabel 3.2 Skala likert	29
Tabel 3.3 Interpretasi Tingkat Reabilitas	31
Tabel 3.4 Rentang Penilaian	31
Tabel 3.5 Tabel tingkat persentase.....	33
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas <i>Mobile Banking</i> BRI Kcp UjungBatu, Riau.....	36
Tabel 4.2 Hasil Uji Reabilitas Efektivitas.....	37
Tabel 4.3 Jenis Kelamin Responden	38
Tabel 4.4 Usia Responden.....	38
Tabel 4.5 Pendidikan Responden.....	39
Tabel 4.6 Pekerjaan Responden	40
Tabel 4.7 Mengetahui Adanya Layanan Perbankan Secara <i>Online</i> Menggunakan BRI	38
Tabel 4.8 Mengetahui Cara Aktivasi <i>Mobile Banking</i> BRI.....	41
Tabel 4.9 Mengetahui Cara Penggunaan <i>Mobile Banking</i>	42
Tabel 4.10 Mengetahui Fitur – Fitur di <i>Mobile Banking</i>	42
Tabel 4.11 Kemudahan Bertransaksi dengan <i>Mobile Banking</i>	43
Tabel 4.12 <i>Mobile Banking</i> Menyediakan Informasi Yang Cukup Jelas dan Lengkap	43
Tabel 4.13 <i>Mobile Banking</i> Lebih Aman Dibandingkan Dengan Layanan Bank ...	44
Tabel 4.14 Menggunakan <i>Mobile Banking</i> BRI Dapat Menghemat Waktu Transaksi	45
Tabel 4.15 <i>Mobile Banking</i> Dapat Diakses Dengan Cepat	45
Tabel 4.16 <i>Mobile Banking</i> Mampu Merespon Dengan Cepat Jika Terjadi Kendala Atau Masalah Dalam Bertransaksi	46
Tabel 4.17 <i>Mobile Banking</i> Dapat Digunakan Dimanapun dan Kapanpun	47

Tabel 4.18 Menggunakan <i>Mobile Banking</i> Kebutuhan Transaksi Yang Mendesak Dapat Teratasi	47
Tabel 4.19 Layanan <i>Mobile Banking</i> Mudah Digunakan dan Dipelajari.....	48
Tabel 4.20 <i>Mobile Banking</i> Dapat Memberikan Keamanan dan Kenyamanan Dalam Bertransaksi	49
Tabel 4.21 Pengguna <i>Mobile Banking</i> Dapat Dilakukan Melalui <i>Smartphone</i> Dengan Koneksi Internet	49
Tabel 4.22 Pengguna <i>Mobile Banking</i> Meningkatkan Efisiensi Transaksi Jika DI Bandingkan Transaksi Lamgsung di Bank Atau ATM	50
Tabel 4.23 Pengguna <i>Mobile Banking</i> Meningkatkan Kinerja Atau Bisnis	51
Tabel 4.24 Keluhan Terhadap Layanan <i>Mobile Banking</i> Lebih Cepat Ditanggapi	51
Tabel 4.25 Tabel Hasil Rata – Rata Tanggapan Responden	52
Tabel 4.26 Hasil Persentase Rekapitulasi Indikator - Indikator.....	55

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Fitur keuangan yang sering digunakan.....	3
Gambar 1.2 Performa terbaik 10 Bank Tahun 2020-2021	4
Gambar 1.3 Fitur – Fitur <i>Mobile Banking</i> BRI	6
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	25
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	25
Gambar 4.1 Struktur Organisasi dan Uraian Tugas	35
Gambar 4.2 Jenis Kelamin Responden	38
Gambar 4.3 Pendidikan Responden	39

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Foto dan Surat Riset Bank Rakyat Indonesia (BRI) KCP UjungBatu,
Riau

Lampiran 2 Kuisisioner Penelitian

Lampiran 3 Validitas dan Reabilitas

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi semakin berkembang pesat. Di era modern saat ini semakin banyak teknologi yang diciptakan untuk memudahkan kegiatan manusia. Hal ini menyebabkan berbagai perusahaan saling bersaing menciptakan teknologi untuk mencapai tujuan perusahaan. Teknologi yang berkembang saat ini adalah sektor teknologi informasi. Survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) tahun 2019-2020 menunjukkan angka 196,71 juta pengguna di Indonesia. Survei tersebut menunjukkan peningkatan dari tahun-tahun sebelumnya yaitu pada 2018 sebanyak 171,17 juta pengguna.

Perkembangan teknologi yang pesat mempengaruhi sektor perbankan. Bank menciptakan teknologi yang dapat memudahkan kegiatan nasabah dan akses informasi. Nasabah dapat dengan mudah melakukan berbagai jenis transaksi *via internet*. Lembaga Perbankan Indonesia mulai menyelenggarakan kegiatan perbankan berbasis internet sejak pertengahan tahun 1998. Saat ini perkembangan pelayanan perbankan berbasis teknologi (*electronic banking*) dapat berupa *internet banking*, *mobile banking*, *sms banking* maupun penggunaan *automatic teller machine* (ATM). Layanan *mobile banking* merupakan layanan yang menjadi perhatian dari pihak perbankan untuk dapat menarik minat nasabah dan meningkatkan nilai perusahaan.

Hasil survey Lembaga riset *Marketing Research* Indonesia (MARS) Internasional mengatakan bahwa 35% dari seluruh kegiatan online yang dilakukan di rumah di seluruh dunia akan beralih ke layanan *mobile banking*. Berdasarkan survey yang dilakukan oleh *Sharing Vision*, diperoleh data jumlah pengguna *m-banking* di Indonesia mencapai 19,9 juta nasabah dari delapan bank besar di Indonesia, seperti bank Mandiri, bank BRI, bank BCA, bank BNI, bank CIMB Niaga, bank danamon, bank Permata, dan bank Panin. jumlah pengguna SMS atau *mobile banking* terhadap 4 bank di Indonesia pada tahun 2014 dan 2015 serta dari beberapa sumber mengalami peningkatan sebesar 25 persen. pada tahun 2014 pengguna SMS atau *mobile banking* sebesar 18,8 juta, pada tahun 2015 mencapai 23,65 juta. data tersebut menunjukkan bahwa ketertarikan dengan adanya *mobile banking* mendapatkan citra positif dari masyarakat *Sharingvision*, Otoritas Jasa Keuangan (2015).

Peningkatan transaksi *mobile banking* dan *internet banking* yang naik lebih 300 persen dari 2016 hingga Agustus 2021, termasuk disini transaksi *internet banking* dari 2016 sampai agustus 2021 naik besar 50 persen," katanya dalam *Launching Cetak Biru Transformasi Digital Perbankan secara virtual*, Selasa (26/10/2021). Tak hanya itu, hal lain yang naik cukup signifikan adalah transaksi uang elektronik yaitu pada 2015-2020 yang meningkat hampir 47 persen yaitu dari Rp5,28 triliun menjadi Rp204,9 triliun. (Sumber *idxchannel.com*)

Penggunaan *mobile banking* terus meningkat karena kemudahan yang diberikan oleh layanan tersebut. Adanya aplikasi *mobile banking* dihandphone kita, memberikan kemudahan bertransaksi dimanapun kita berada, contohnya seperti transaksi transfer, info saldo, isi ulang pulsa, melakukan pembayaran online seperti pembayaran PLN, Telkom, Kartu Kredit, *top up e-wallet* hingga pembayaran tiket pesawat. Kegiatan transaksi online tidak hanya dilakukan via *mobile banking*. Saat ini terdapat banyak metode transaksi online yang berkembang dimasyarakat seperti penggunaan *e-money* dan *e-wallet*. Masyarakat mulai meninggalkan metode pembayaran konvensional dan beralih ke pembayaran online.

Berdasarkan survey Kadence International Indonesia tahun 2021, menunjukkan bahwa 44% pengguna memanfaatkan metode pembayaran digital hingga 4 kali dalam seminggu. Hal tersebut juga sejalan dengan hasil survey Bank Indonesia yang melaporkan bahwa nilai transaksi uang elektronik tumbuh hingga 49,06% selama 2021.

Ada beberapa jenis pembayaran online yang dimanfaatkan oleh masyarakat, yaitu:

1. Uang elektronik (*e-money*)

Uang elektronik merupakan salah satu jenis pembayaran digital berbasis kartu (*Card-based*). Uang elektronik dapat menyimpan nominal uang sesuai dengan yang dibutuhkan. Contoh : Brizzi, Tap Cash BNI, *e-money* mandiri, Flazz BCA.

2. Internet *banking*

Internet *banking* adalah layanan perbankan digital yang dapat diakses melalui jaringan internet. Layanan internet *banking* dapat diakses melalui situs bank penyedia layanan. Contoh : Internet *banking* BRI.

3. *Mobile banking*

Mobile banking adalah layanan perbankan melalui aplikasi keuangan digital berbasis internet melalui *smartphone*. Keunggulan *m-banking* adalah variasi fitur yang tersedia dan penggunaannya yang mudah. Contoh: BRIMO, Livin by Mandiri, BNI Mobile.

4. Dompet digital (*E-wallet*)

E-wallet dikenal dengan istilah dompet digital adalah layanan keuangan berbasis aplikasi yang berfungsi menyimpan uang digital dan melakukan berbagai transaksi secara *online*. Contoh : OVO, Gopay, Dana, Link aja, Shopee pay, dll. Untuk menggunakan *e-wallet*, pengguna diharuskan untuk melakukan *top up*.

Berdasarkan survey yang dilakukan oleh populix.co tahun 2021 tentang jenis fitur keuangan yang sering digunakan diperoleh hasil sebagai berikut :

Gambar 1.1 Fitur keuangan yang sering digunakan



Sumber : Populix.co.id, 2021

Berdasarkan hasil survey penggunaan fitur keuangan yang sering digunakan tersebut, dapat dilihat bahwa penggunaan *mobile paymente-wallet* seperti Ovo, gopay, dana, menempati posisi teratas yaitu 52,58% dengan jumlah 1.334 responden. Di posisi kedua, penggunaan *mobile banking* seperti *m-banking* BCA, Mandiri, BNI, BRI, sebesar 36,38% dengan jumlah 923 responden. Di posisi ketiga penggunaan *internet banking* sebesar 9,74% dengan jumlah 247 responden. Di posisi terakhir yaitu penggunaan *e-money* seperti BNI Tapcash, Flazz BCA sebesar 1,30% dengan jumlah 33 responden.

Posisi *mobile banking* masih kalah unggul jika dibandingkan dengan penggunaan *e-wallet*. Keunggulan yang dimiliki oleh *e-wallet* seperti ovo, gopay, shopeepay, dana, yaitu karena *e-wallet* sudah berafiliasi dengan beberapa *e-commerce* sehingga jangkauan *e-wallet* lebih luas. *E-wallet* juga sering memberikan promo menarik bagi penggunanya seperti mendapat *cashback* 25% jika membayar menggunakan OVO. Hal ini tentunya menjadi tolak ukur bagi bank untuk dapat meningkatkan layanan *mobile banking* agar lebih diminati oleh masyarakat sebagai alat pembayaran online.

Di Indonesia terdapat banyak bank yang memberikan layanan *mobile banking*. Setiap bank memiliki keunggulan layanan *m-banking*. Berikut performa terbaik *mobile banking* 10 bank di Indonesia :

Gambar 1.2 Performa terbaik 10 Bank Tahun 2020-2021



Sumber : Bank Service Excelent Monitor dari MRI, (2021)

Berdasarkan dari hasil survei Bank Service Excellent Monitor (BSEM) 2021 yang diselenggarakan oleh Marketing Research Indonesia (MRI), BNI *mobile banking* menempati posisi pertama sebagai *mobile banking* dengan performa terbaik. Kemudian BCA *mobile banking* ada di posisi kedua dan BRI *mobile banking* ada di posisi ketiga. Hal ini tentunya menjadi tolak ukur bagi PT Bank Rakyat Indonesia dalam meningkatkan layanan *mobile banking* agar mencapai layanan *m-banking* dengan performa terbaik diantara bank-bank yang ada di Indonesia. Peningkatan performa layanan *m-banking* tentunya juga akan meningkatkan kenyamanan bagi pengguna *m-banking* BRI.

PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk adalah salah satu bank yang menawarkan layanan *e-banking*. BRI memulai bisnis *e-banking* sejak tahun 2011. Layanan *e-banking* yang dilakukan di BRI terbagi dalam 2 layanan yaitu *internet banking* dan *mobile banking*. Menurut OJK, berdasarkan laporan keuangan bank per triwulan I-2020, merilis 10 bank dengan aset jumlah terbesar di Indonesia.

Tabel 1.1
10 Bank di Indonesia

No.	Nama Bank	Jumlah Aset
1.	BRI	Rp 1.287,09 Triliun
2.	BANK MANDIRI	Rp 1.130,7 Triliun
3.	BCA	Rp 953,7 Triliun
4.	BNI	Rp 803,2 Triliun
5.	BTN	Rp 308,1 Triliun
6.	CIMB NIAGA	Rp 271,8 Triliun
7.	OCBC NISP	Rp 191,5 Triliun
8.	BANK PANIN	Rp 185,1 Triliun
9.	BANK BTPN	Rp 184,9 Triliun
10.	BANK DANAMON	Rp 178,3 Triliun

Sumber : www.mycity.co.id.10 bank dengan aset terbesar, 2020

Berdasarkan data yang diperoleh dari tabel di atas, dapat diketahui bahwa Bank Rakyat Indonesia (BRI) adalah salah satu bank BUMN yang memiliki jumlah aset terbesar dengan pengguna terbanyak di Indonesia. Bank BRI menempati posisi pertama dengan jumlah aset Rp.1.287,09 Triliun. Selain itu, majalah Forbes tahun 2019 menempatkan BRI sebagai perusahaan publik terbesar di Indonesia.

Dengan informasi yang diperoleh dari media Liputan6.com, tahun 2019 jumlah transaksi per hari Bank BRI terus meningkat sekitar 22,72% yaitu dari rata-rata 22 juta menjadi 27 juta transaksi per hari. Pada H-17 lebaran rata-rata per hari transaksi mencapai 3,42 juta naik menjadi 31,27%, dibandingkan transaksi periode Januari-April 2019. Sedangkan transaksi *mobile banking* BRI mengalami kenaikan sebesar 1,12 juta kali transaksi, naik sebesar 9,4% dibandingkan rata-rata pada periode Januari-April 2019. Dibandingkan tahun 2018 lalu, transaksi *mobile banking* BRI mengalami kenaikan sebesar 23,4% dari 964 ribu transaksi ke 1,12 juta transaksi. Hingga akhir tahun 2019, transaksi *mobile banking* BRI sebesar 370,5 juta transaksi atau tumbuh 16,7%. Styarini (2020).

Pada awal tahun 2019 tepatnya pada bulan Februari, Bank BRI kembali meluncurkan aplikasi *mobile banking* terbaru yaitu BRImo yang merupakan aplikasi digital marketing. Aplikasi BRImo merupakan pengembangan dari aplikasi BRI Mobile yang telah ada sebelumnya. Aplikasi BRImo ini memiliki sedikit perbedaan dari segi tampilan dan fitur yang ditawarkan. Ternyata aplikasi terbaru ini mampu mencatatkan pertumbuhan yang positif, hingga akhir bulan September 2019 pengguna BRImo mencapai 2,2 juta orang. Hal ini menunjukkan tingginya antusiasme para nasabah Bank BRI dalam menerima layanan baru berbasis teknologi. Styarini, (2020).

Dengan jumlah aset terbesar bank BRI dibandingkan dengan bank lainnya faktanya dapat dilihat dari performa tahun 2020 – 2021 bank BRI masih kalah unggul dengan bank BNI dan BCA.

Gambar 1.3 aplikasi dan fitur-fitur BRImo



Sumber : Bank Rakyat Indonesia, 2022

Seiring dengan perkembangan dunia perbankan yang semakin pesat maka sampai saat ini Bank Rakyat Indonesia (BRI) terdiri dari 1 kantor pusat BRI, 19 kantor wilayah, 12 kantor inspeksi/SPI, 461 kantor cabang (termasuk 3 unit kerja luar negeri), 584 kantor cabang pembantu. Dalam hal ini PT. BRI cabang UjungBatu, Riau adalah salah satu kantor cabang yang telah ada.

Perkembangan layanan aplikasi *mobile banking* kini semakin pesat dan mulai diminati oleh masyarakat dengan itu banyak masyarakat yang belum mengetahui layanan aplikasi *mobile banking* dikarenakan kurangnya wawasan dan pengetahuan terhadap teknologi yang membuat masyarakat banyak yang belum mengenal *mobile banking* khususnya di wilayah Kecamatan Ujungbatu, Riau. Hadirnya layanan aplikasi *mobile banking* di Kecamatan Ujungbatu Riau sangat membantu untuk menunjang aktivitas masyarakat khususnya pada nasabah Bank BRI Kantor Cabang Ujungbatu Riau. Beberapa alasan nasabah Bank BRI Kantor Cabang Ujungbatu, Riau membutuhkan *mobile banking* yaitu pengguna dapat melakukan berbagai macam transaksi seperti transfer antar bank, pembelian pulsa, pembayaran tagihan PLN, dan lain sebagainya hanya dengan menggunakan aplikasi tersebut. Selain itu pengguna juga dapat menghemat waktu karena tidak perlu lagi antri ke bank untuk melakukan transaksi Iriani (2018).

Dibalik kemudahan yang didapatkan dalam penggunaan *mobile banking*, terdapat pula kendala dan risiko yang akan di hadapi nasabah dalam

penggunaannya. Beberapa kendala yang dihadapi dalam penggunaan *Mobile Banking* menurut laporan Statistik Perbankan bahwa transaksi penipuan aplikasi seluler telah meningkat lebih dari 600% sejak tahun 2015 dan menyebabkan kerugian mencapai 89% akibat penipuan digital disebabkan oleh pengambilalihan akun. Sekitar satu dari setiap 20 serangan penipuan dikaitkan dengan aplikasi seluler nakal. Rata-rata, ada 82 lamaran nakal baru yang dikirimkan per hari. Kerugian penipuan seluler berjumlah lebih dari \$ 40 juta di 14.392 pelanggaran pada tahun 2019. Letic (2020).

Di daerah Kecamatan Ujungbatu, Riau tempat dilakukannya penelitian, BRI merupakan bank yang paling mendominasi. *Mobile banking* BRI sudah banyak digunakan oleh masyarakat Ujungbatu. Berikut adalah data pra survey nasabah penggunaan *mobile banking* BRI KCP Ujungbatu, Riau.

Tabel 1.2 Data Pra Survey Nasabah Pengguna BRI *Mobile* KCP Ujungbatu, Riau

NO	Dimensi	Indikator	Jawaban Responden		Jumlah Responden
			Memahami	Tidak Memahami	
1	Pemahaman Nasabah	a. Nasabah mengetahui adanya layanan perbankan secara online menggunakan BRI <i>Mobile</i>	7	3	10
		b. Nasabah mengetahui apa saja pelayanan yang bisa terlayani di BRI <i>Mobile</i> Nasabah meragukan tingkat keamanan BRI <i>Mobile</i>	7	3	10
2	Tepat Sasaran	a. Pegawai Bank BRI KCP Ujungbatu berhasil dalam memberikan edukasi/pemahaman kepada anda tentang penggunaan fitur layanan BRI <i>Mobile</i>	6	4	10
		b. Tidak semua nasabah menggunakan smartphone yang support menggunakan BRI <i>mobile</i> Pegawai Bank BRI KCP Ujungbatu menumbuhkan rasa percaya kepada anda	7	3	10
3	Tepat Waktu	a. BRI <i>Mobile</i> memberikan layanan transaksi keuangan seperti (pembayaran tagihan, pembelian pulsa dan transfer uang) dengan cepat, tepat dan efisien.	4	6	10
		b. BRI <i>Mobile</i> memberikan informasi dengan cepat dalam pengecekan riwayat transaksi keuangan pada rekening tabungan.	4	6	10
4	Pencapaian Tujuan	a. Terbiasa menggunakan smartphone untuk mengakses fasilitas layanan BRI <i>Mobile</i>	8	2	10
		b. Layanan BRI <i>Mobile</i> mudah	5	5	10

		untuk digunakan dan dipelajari			
5	Perubahan Nyata	a. Layanan BRI <i>Mobile</i> dapat memberikan fitur layanan yang sesuai dengan kebutuhan anda	6	4	10
		b. Dengan layanan BRI <i>Mobile</i> , anda dapat berperan langsung dalam kemajuan teknologi	3	7	10

Sumber : Data primer, 2019

Berdasarkan Tabel 1.2 hasil pra survey yang dilakukan peneliti terhadap 10 responden pengguna BRI *mobile* KCP Ujungbatu dapat dilihat bahwa pengguna BRI *mobile banking* merasa sangat dimudahkan dengan adanya BRI *mobile banking*. Pengguna BRI *mobile banking* tidak harus datang ke bank untuk dapat melakukan transaksi. Namun, masih terdapat beberapa masalah yang dihadapi seperti fitur-fitur pada aplikasi yang belum diketahui seluruh pengguna, banyak pengguna *mobile banking* yang meragukan keamanan penggunaan BRI *mobile banking*, dan BRI *mobile banking* yang tidak dapat digunakan seluruh *smartphone*.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Styarini (2020), yang menyatakan bahwa pengguna *mobile banking* BRI mengkhawatirkan keamanan penggunaan *mobile banking* karena sering terjadinya kasus penipuan dan pembobolan rekening melalui layanan *elektronik banking*. Nasabah juga sering mengeluhkan adanya gangguan sistem transaksi melalui BRI *mobile banking*. Serta keluhan nasabah tentang *smartphone* mereka yang tidak dapat menggunakan aplikasi BRI *mobile banking*. Berdasarkan penelitian tersebut, PT Bank Rakyat Indonesia harus meningkatkan layanan BRI *mobile banking*. Caranya dengan memperkuat sistem keamanan BRI *mobile banking* sehingga dapat meningkatkan kepercayaan nasabah terhadap penggunaan BRI *mobile banking*, kemudian menciptakan aplikasi *mobile banking* yang dapat digunakan untuk semua tipe *smarthphone* sehingga dapat diakses oleh semua kalangan. Pihak Bank juga diharapkan dapat lebih rinci dan jelas menyampaikan informasi terkait penggunaan *mobile banking* sehingga dapat meningkatkan minat nasabah untuk menggunakan *mobile banking*. Maka dari itu harapan Bank BRI menjadi bank nomor satu dengan adanya layanan *mobile Banking*.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka perlunya dilaksanakan penelitian tentang “**Efektivitas Aplikasi Mobile Banking (Studi Kasus BRI KCP Ujungbatu Riau)**” Efektivitas dalam penelitian ini adalah ukuran seberapa jauh tujuan diciptakannya *mobile banking* oleh bank tercapai atau seberapa besar pengaruh penggunaan *mobile banking* dalam membantu memudahkan akses nasabah terhadap bank. Efektivitas cenderung kepada persepsi nasabah terhadap layanan *mobile banking* yang disediakan oleh bank.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan hal yang telah dijelaskan diatas, maka dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut :

1. Berdasarkan data yang saya peroleh dari hasil pra survei tanggapan nasabah mengenai *Mobile Banking* BRI masih terdapat nasabah yang meragukan *Mobile Banking* BRI
2. Terdapat banyak pengguna yang masih belum mengetahui penggunaan fitur-fitur yang terdapat pada BRI *mobile banking*.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah dari latar belakang yang telah diuraikan maka rumusan masalah yaitu, bagaimana efektivitas aplikasi *mobile banking* BRI KCP Ujungbatu Riau?

1. Bagaimana tanggapan nasabah mengenai *Mobile Banking* BRI Kcp Ujungbatu, Riau?
2. Bagaimana efektivitas aplikasi *Mobile Banking* BRI Kcp Ujungbatu, Riau?

1.4 Maksud penelitian dan tujuan penelitian

1.4.1 Maksud Penelitian

Maksud dilakukannya penelitian ini untuk mendapatkan data serta informasi tentang pengguna aplikasi *mobile banking* kcp Ujungbatu , Riau sehingga diketahui berbagai masalah dan solusinya.

1.4.2 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menjelaskan tanggapan nasabah mengenai *Mobile Banking* BRI
2. Menjelaskan efektivitas aplikasi *Mobile Banking* BRI

1.5 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat atau kegunaan. Adapun manfaat dalam penelitian ini adalah :

1. Manfaat Teoritis
 Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan mengenai layanan *mobile banking* pada bank BRI, serta dapat menjadi bahan informasi mengenai efektivitas dalam penggunaan layanan *mobile banking*.
2. Manfaat Praktis
 - a. Bagi Lembaga
 Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan atau sumbangan pemikiran bagi perusahaan untuk menentukan langkah-langkah selanjutnya dalam menghadapi masalah mengenai fasilitas layanan *mobile banking*.

b. Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan kajian atau referensi bagi penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan *mobile banking*.

c. Bagi Peneliti

Penelitian ini dapat menambah pengetahuan dan pengalaman penulis mengenai efektivitas dalam penggunaan layanan *mobile banking*

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pemasaran dan Manajemen Pemasaran

2.1.1 Pengertian Pemasaran

Pemasaran bagi seluruh pelaku bisnis adalah suatu kegiatan yang sangat penting karena berpengaruh bagi kelangsungan hidup, laba dan pertumbuhan bisnis. Berikut ini adalah pendapat ahli mengenai pengertian pemasaran :

Menurut Purba (2017), pemasaran adalah salah satu kegiatan dalam perekonomian yang membantu dalam menciptakan nilai ekonomi. Nilai ekonomi itu sendiri menentukan harga barang dan jasa. Faktor penting dalam menciptakan nilai tersebut adalah produksi, pemasaran, dan konsumsi. Pemasaran menjadi penghubung antara kegiatan produksi dan konsumsi.

Menurut Sedjati (2018) pemasaran mengandung arti segala usaha atau aktivitas dalam menyampaikan barang atau jasa para produsen kepada konsumen, dimana kegiatan tersebut ditujukan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan dalam cara tertentu yang disebut pertukaran. Menurut Sunyoto (2018), pemasaran adalah kegiatan manusia yang bertujuan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan langganan melalui proses pertukaran dan pihak-pihak yang berkepentingan dengan perusahaan.

Menurut Kotler & Amstrong, (2016) Pemasaran merupakan suatu proses sosial yang di dalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain.

Berdasarkan definisi-definisi yang telah dijelaskan oleh para ahli, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa pemasaran adalah salah satu kegiatan usaha untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang atau jasa dengan nilai ekonomi tertentu agar mencapai tujuan organisasi dan dapat diterima serta disenangi oleh konsumen.

2.1.2 Pengertian Manajemen Pemasaran

Manajemen pemasaran dipandang sebagai seni dan ilmu, artinya tidak hanya berupa pengetahuan tetapi juga keterampilan berpraktek yang dapat berbeda-beda bagi setiap orang. Menurut Supomo (2018) menyatakan bahwa Manajemen merupakan alat atau wadah untuk mencapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan. Dengan manajemen yang baik, tujuan organisasi dapat terwujud dengan mudah. Dengan kata lain, untuk memaksimalkan daya guna dan hasil guna unsur-unsur manajemen harus dapat ditingkatkan dan dimaksimalkan.

Menurut Poniman (2017), Manajemen pemasaran adalah upaya secara sadar untuk mencapai hasil pertukaran yang diinginkan dengan pasar sasaran.

Menurut Priansa, (2017) menjelaskan manajemen pemasaran ialah suatu upaya manusia untuk mencapai hasil pertukaran yang diinginkan dan membangun

hubungan yang erat dengan konsumen dengan cara yang menguntungkan bagi perusahaan.

Berdasarkan pendapat ahli di atas maka dapat disimpulkan bahwa manajemen pemasaran adalah sebagai kegiatan yang direncanakan, dan diorganisasikan yang meliputi pendistribusian barang, penetapan harga dan dilakukan pengawasan terhadap kebijakan-kebijakan yang telah dibuat yang tujuannya untuk mendapaykan tempat dipasar agar tujuan utama dari pemasaran dapat tercapai.

2.1.3 Fungsi Pemasaran

Untuk mempermudah cara penyampaian barang atau jasa kepada konsumen, maka perusahaan harus memperhatikan fungsi- fungsi pemasaran yang mencakup seluruh bidang dalam kegiatan pemasaran. Berhasil atau tidaknya program pemasaran suatu perusahaan dipengaruhi oleh efektivitas dari masing-masing fungsi tersebut. Adapun fungsi- fungsi pemasaran menurut Manap (2016), dibagi atas 10 (sepuluh) macam yaitu:

1. Fungsi Perencanaan Barang (*Merchandising Function*)
Merchandising adalah perencanaan yang berkenaan dengan pemasaran atau jasanya yang tepat, jumlah yang tepat, dan harga yang tepat. Maksud dari *merchandising* adalah agar dengan perencanaan tepat dapat diperoleh peluang lebih baik, sehingga dapat menguasai pasar dan perlu diputuskan bentuk dari barang dan jasa yang akan dipasarkan, serta kiat dalam para konsumen.
2. Fungsi Pembelian (*Buying Function*)
Buying dalam proses marketing merupakan fungsi yang menyangkut bagaimana cara memperoleh bahan-bahan dan peluang bisnis yang ada dan banyak diminati pasar lainnya. *Buying* berarti membeli dalam arti yang efektif, di mana pihak konsumen tidak menunggu sampai barang atau jasa ditawarkan, melainkan memilih sesuai selera dan kebutuhan konsumen itu sendiri.
3. Fungsi Penjualan (*Selling Function*)
 Suatu kegiatan yang berusaha mempengaruhi secara efektif calon-calon konsumen untuk dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan. Sumber pendapatan yang diperlukan untuk memperoleh keuntungan dalam perusahaan.
4. Standarisasi (*Standarization and Grading*)
 Usaha untuk menetapkan suatu barang atau ciri-ciri tertentu yang dianggap sama persis seperti kualitas, ukuran, jumlah dan yang dianggap penting lainnya disebut standarisasi. Sedangkan *grading* adalah usaha memilih sekumpulan barang-barang dari berbagai standar atau mutu dan menggabungkannya ke dalam beberapa mutu (*grade*) tertentu. Jadi dengan adanya standarisasi dan mutu barang tersebut dapat dibeli dari penjualan

di mana saja serta mempermudah proses pertukaran melalui pengurangan pemeriksaan akan contoh barang.

5. Fungsi Penyimpanan (*Storage Function*)
Storage perlu dilakukan mengingat permintaan atas berbagai macam barang yang mengandung sifat teratur. Hal ini dipengaruhi oleh perubahan selera konsumen tersebut, sehingga peran storage dalam menjaga mutu dan meningkatkan mutu akan barang-barang yang disimpan.
6. Fungsi Pengangkutan (*Transport Function*)
 Transportasi yaitu suatu proses pemindahan barang atau jasa dari tempat satu ke tempat yang lain, di mana proses ini menciptakan kegunaan tempat (*Place Utility*) dan kegunaan waktu (*Time Utility*). Dengan demikian fungsi pengangkutan jelas merupakan suatu usaha yang sangat penting dalam kegiatan pemasaran.
7. Fungsi Pembelian (*Financing Function*)
 Merupakan fungsi untuk mencari dan mengusahakan modal dalam bentuk uang ataupun lainnya guna mengalirnya arus barang atau jasa. Fungsi *financing* ini dapat dipenuhi dari modal sendiri, kredit, dari lembaga keuangan atau pihak luar. Dalam pemasaran fungsi *financing* ini sangat diperlukan untuk memulai suatu usaha produksi utama dalam perusahaan karena apabila fungsi ini macet maka produksi juga akan macet.
8. Fungsi Kemasan (*Packaging Function*)
 Pengemasan mencakup aktivitas mengembangkan sebuah wadah dan seluruh desain grafis bagi suatu produk. Kemasan merupakan bagian vital dari sebuah produk, karena kemasan dapat mempengaruhi keputusan pembelian mereka.
9. Fungsi Komunikasi (*Communication Function*)
 Dalam fungsi ini dapat kita masukkan segala yang dapat memperlancar hubungan keluar seperti: informasi, riset, surat kabar dan publikasi.
10. Fungsi Pengurangan Resiko (*Risk Bearing Function*)
 Dalam pemasaran fungsi resiko dapat bermacam-macam seperti: barang-barang rusak ditengah jalan, kemungkinan terjadi pencurian, barang-barang tersebut dapat terbakar di dalam gudang dan sebagainya.

2.1.4 Tujuan Pemasaran

Sebuah perusahaan yang ingin menjalankan bisnis, harus memiliki tujuan pemasaran. Menurut Drucker (2016) tujuan pemasaran adalah mengetahui dan memahami pelanggan sedemikian rupa sehingga produk atau jasa itu cocok dengan pelanggan dan selanjutnya mampu menjual dirinya sendiri.

Adapun dalam Sulistiani (2016), tujuan dari pemasaran adalah :

1. Peningkatan kualitas koordinasi.

2. Mengukur hasil pemasaran berdasarkan standard prestasi yang berlaku.
3. Memberikan dasar yang logis dalam setiap pengambilan keputusan.
4. Mampu meningkatkan kemampuan dalam beradaptasi jika ada perubahan dalam pemasaran.

Berdasarkan definisi di atas maka penulis dapat menyimpulkan bahwa tujuan pemasaran adalah mengetahui secara detail semua kegiatan yang berhubungan dengan pemasaran meliputi berbagai kegiatan mulai dari penjelasan produk, desain produk, promosi, komunikasi kepada konsumen sampai produk tersebut dapat diterima oleh konsumen.

2.2 Bauran Pemasaran

Menurut Kotler dan Keller (2016) bauran pemasaran merupakan seperangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk terus menerus mencapai tujuan usahanya di pasar sasaran.

Menurut Kotler & Keller (2016) beberapa atribut yang menyertai dan melengkapi produk (karakteristik atribut produk) adalah sebagai berikut:

1. *Product Quality* (Kualitas Produk) Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melakukan fungsifungsinya. Kemampuan itu meliputi daya tahan, kehandalan, ketelitian yang dihasilkan, kemudahan operasikan dan diperbaiki, dan atribut lain yang berharga pada produk secara keseluruhan.
2. *Product Features* (Fitur Produk) Fitur produk merupakan alat persaingan untuk mendiferensiasikan produk perusahaan terhadap produk sejenis yang menjadi persaingan. Menjadi produsen awal yang mengenalkan fitur baru yang dibutuhkan dan dianggap bernilai menjadi salah satu cara yang efektif untuk bersaing.
3. *Product Style and Desain* (Gaya dan Desain Produk) Gaya semata-mata menjelaskan penampilan produk tertentu. Gaya mengedepankan tampilan luar dan membuat orang bosan. Gaya yang sensasional mungkin akan mendapat perhatian dan mempunyai nilai seni, tetapi tidak selalu membuat produk tertentu berkinerja dengan baik. Berbeda dengan gaya, desain bukan sekedar tampilan setipis kulit ari, tetapi desain masuk ke jantung produk. Desain yang baik dapat memberikan kontribusi dalam hal kegunaan produk dan juga penampilannya. Gaya dan desain yang baik dapat menarik perhatian, meningkatkan kinerja produk, memotong biaya produksi dan memberikan keunggulan bersaing di pasar sasaran. Gaya dan desain yang baik juga akan berkontribusi terhadap tercapainya tujuan perusahaan.

Menurut Malau (2017), Bauran pemasaran adalah integrasi perencanaan kegiatan pemasaran melalui empat komponen, yaitu produk, harga, promosi dan penyalur yang digabungkan bersama-sama.

1. Produk. Produk adalah barang nyata atau tidak nyata yang dapat dijual kepada orang lain. Aspek produk yang diciptakan itu dapat di spesifikasi dengan benda atau jasa
2. Harga. Ini mengacu pada jumlah uang yang harus dibayar oleh pembeli agar mendapat produk yang kita jual. Hal ini merupakan proses menetapkan nilai produk dalam bentuk harga moneter.
3. Promosi. Promosi adalah aspek informasi produk kepada konsumen. Ini termasuk periklanan, promosi penjualan, publisitas, hubungan masyarakat, sponsorship, yang mengacu pada berbagai metode untuk mempromosikan produk, merek, atau perusahaan.
4. Penyalur atau distribusi. Mengacu pada penyaluran produk agar sampai ke pelanggan. Misalnya, orang yang menjual langsung kepada pembeli atau ritel. Penyalur ini kadang-kadang disebut juga tempat jualan, mengacu pada saluran dimana suatu produk atau jasa dapat diperoleh oleh konsumen.

Berdasarkan pendapat dari para ahli bauran pemasaran adalah sebagai alat pemasar yang digunakan untuk melakukakn pencapaian tujuan, Seperti produk, harga, promosi dan penyalur.

2.2 Efektivitas

2.2.1 Pengertian Efektivitas

Menurut Mardiasmo (2016) Efektivitas adalah ukuran berhasil tidaknya pencapaian tujuan suatu organisasi mencapai tujuannya. Apabila suatu organisasi mencapai tujuan maka organisasi tersebut telah berjalan dengan efektif. Indikator efektivitas menggambarkan jangkauan akibat dan dampak (outcome) dari keluaran (Output) program dalam mencapai tujuan program. Semakin besar kontribusi output yang dihasilkan terhadap pencapaian tujuan atau sasaran yang ditentukan, maka semakin efektif proses kerja suatu unit organisasi.

Menurut Beni (2016) Efektivitas adalah hubungan antara output dan tujuan atau dapat juga dikatakan merupakan ukuran seberapa jauh tingkat output, kebijakan dan prosedur dari organisasi. Efektivitas juga berhubungan dengan derajat keberhasilan suatu operasi pada sektor publik sehingga suatu kegiatan dikatakan efektif jika kegiatan tersebut mempunyai pengaruh besar terhadap kemampuan menyediakan pelayanan masyarakat yang merupakan sasaran yang telah ditentukan.

Efektivitas menurut Sondang (2016) adalah pemanfaatan sumber daya, sarana dan prasarana dalam jumlah tertentu yang secara sadar ditetapkan sebelumnya untuk menghasilkan sejumlah barang atas jasa kegiatan yang dijalankannya. Efektivitas menunjukkan keberhasilan dari segi tercapai tidaknya

sasaran yang telah ditetapkan. Jika hasil kegiatan semakin mendekati sasaran, berarti makin tinggi efektivitasnya.

Berdasarkan pendapat ahli di atas maka dapat disimpulkan bahwa Efektivitas adalah suatu bentuk ukuran mengenai tingkat keberhasilan suatu perusahaan dalam menggapai tujuannya.

2.2.2 Jenis-Jenis Efektivitas

Efektivitas memiliki tiga tingkatan yang berbeda, dikelompokkan pada tingkat individu, kelompok, dan organisasi sebagaimana yang didasarkan oleh Suryani (2016) yaitu :

1. Efektivitas Individu
Efektivitas individu didasarkan pada pandangan dari segi individu yang menekankan pada hasil karya karyawan atau anggota dari organisasi.
2. Efektivitas kelompok
Adanya pandangan bahwa pada kenyataannya individu saling bekerja sama dalam kelompok. Jadi efektivitas kelompok merupakan jumlah kontribusi dari semua anggota kelompoknya.
3. Efektivitas organisasi
Efektivitas organisasi terdiri dari efektivitas individu dan kelompok. Melalui pengaruh sinergitas, organisasi mampu mendapatkan hasil karya yang lebih tinggi tingkatannya dari pada jumlah hasil karya tiap – tiap bagiannya.

Berdasarkan pendapat ahli di atas dapat disimpulkan jenis efektivitas terbagi menjadi tiga yaitu efektivitas individu, efektivitas kelompok, dan efektivitas organisasi.

2.2.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Efektivitas

Faktor yang mempengaruhi efektivitas menurut Steers (2015) ada empat faktor yaitu :

1. Karakteristik Organisasi
Karakteristik organisasi terdiri dari struktur organisasi dan teknologi dalam organisasi. Struktur organisasi maksudnya adalah hubungan relatif tetap sifatnya seperti dijumpai dalam organisasi sehubungan dengan sumber daya manusia. Struktur meliputi bagaimana cara organisasi menyusun orang-orang atau mengelompokkan orang-orang di dalam menyelesaikan pekerjaan. Sedangkan teknologi yang dimaksud adalah mekanisme suatu perusahaan untuk mengubah bahan baku menjadi barang jadi.
2. Karakteristik Lingkungan
Karakteristik organisasi berpengaruh terhadap efektivitas di samping lingkungan luar dan dalam telah dinyatakan berpengaruh terhadap

efektivitas. Lingkungan luar yang dimaksud adalah luar perusahaan misalnya hubungan dengan masyarakat sekitar, sedang lingkungan dalam lingkup perusahaan misalnya karyawan atau karyawan di perusahaan.

3. Karakteristik Pekerja

Pada kenyataannya para karyawan perusahaan merupakan faktor pengaruh yang paling penting atas efektivitas karena perilaku merekalah yang dalam jangka panjang akan memperlancar atau merintangi tercapainya tujuan organisasi. Pekerja merupakan sumber data yang langsung berhubungan dengan pengelolaan semua sumber daya yang ada dalam organisasi dan berpengaruh terhadap pencapaian tujuan organisasi.

4. Kebijakan dan Praktik Manajemen

Dengan makin rumitnya proses teknologi serta makin rumit dan kejamnya lingkungan, maka peran manajemen dalam mengoordinasi orang dan proses demi keberhasilan organisasi semakin sulit. Kebijakan dan praktik manajemen dapat mempengaruhi atau merintangi pencapaian tujuan, ini tergantung bagaimana kebijakan dan praktik manajemen.

2.2.4 Indikator Efektivitas

Menurut Admosoeparto (2016) menyebutkan tolak ukur yang dapat dijadikan sebagai indikator efektivitas kerja adalah sebagai berikut :

1. Pencapaian Tujuan

Kemampuan perusahaan dalam mencapai tujuan organisasi berupa peningkatan profit, kualitas dan kuantitas pelayanan. Setiap individu harus dapat menyelesaikan pekerjaan sesuai dengan target yang diberikan sehingga tercapai efektivitas kerja yang optimal.

2. Kualitas Kerja

Kualitas kerja berhubungan dengan kualitas hasil pekerjaan yang diberikan karyawan terhadap perusahaan. Dimana kualitas kerja juga merupakan sikap yang ditunjukkan oleh karyawan berupa hasil kerja dalam bentuk kerapian, ketelitian, dan keterkaitan hasil dengan tidak mengabaikan volume pekerjaan dalam mengerjakan pekerjaan.

3. Kuantitas Kerja

Kuantitas kerja merupakan volume kerja yang dihasilkan pada saat kondisi normal. Hal ini didapat dari banyaknya beban kerja dan keadaan yang didapat atau dialaminya selama bekerja.

4. Tepat Waktu

Menyelesaikan pekerjaan tepat waktu serta mencapai sasaran yang telah dicapai. Hal ini dilakukan untuk mengurangi biaya yang timbul. Setiap karyawan harus dapat menggunakan waktu seefisien mungkin dengan cara datang tepat waktu dan berusaha menyelesaikan tugas sebaiknya yang telah ditetapkan melalui kebijakan perusahaan.

5. Kepuasan Kerja

Kepuasan kerja adalah faktor yang berhubungan langsung dengan Sumber Daya Manusia (SDM) sebagai karyawan dalam pencapaian tujuan organisasi. Kepuasan kerja adalah tingkat kesenangan yang dirasakan seseorang atas peranan atau pekerjaan di organisasi. Tingkat rasa puas individu, bahwa mereka dapat imbalan yang setimpal, dari bermacam aspek situasi pekerjaan dan organisasi mereka berada.

2.2.5 Kriteria Efektivitas

Menurut S.P siagian dalam bukunya Manajemen Moderen dalam Suryani (2016) mengemukakan bahwa mengukur efektivitas dapat diukur dari berbagai hal diantaranya :

1. Kejelasan tujuan yang hendak dicapai, hal ini dimaksudkan supayakaryawan dalam pelaksanaan tugasnya mencapai sasaran yang terarah dan tujuan-tujuan organisasi dapat tercapai.
2. Kejelasan strategi pencapaian tujuan, telah diketahui bahwa strategi adalah “peta jalan” yang diikuti dalam upaya pencapaian sasaran-sasaran organisasi.
3. Proses analisa dan perumusan kebijaksanaan yang mantap berkaitan dengan tujuan yang ingin dicapai dan strategi yang digunakan artinya kebijaksanaan harus mampu menjembatani tujuan-tujuan dengan usahausaha kegiatan oprasional.
4. Perencanaan yang matang pada hakikatnya memutuskan sekarang apa yang akan dikerjakan organisasi dimasa mendatang.
5. Penyusunan program yang tepat suatu rencana yang baik masih perlu di jabarkan pada pogram pelaksanaan yang tepat sebab apabila tidak, para pelaksana kurang memiliki pedoman bertindak dan bekerja.

2.2.6 Pengukuran Efektivitas

Menurut Sa'diyah (2018) pengukuran mengenai pencapaian tujuan efektif atau tidak berdasarkan pada :

1. Pemahaman program
Pemahaman program dapat dilihat dari sejauh manamasyarakat dapat memahami pengetahuan atas programtersebut serta kemampuan masyarakat melakukan kegiatan atauprogram tersebut.
2. Tepat sasaran
Mengukur sejauh mana lembaga dapat berhasil dalammerealisasikan sasaran yang hendak dicapai.Penempatan sasaran ini bersifat menyeluruh dalam sistem informasinya serta memberikan informasi yang tepat agar tujuannya dapatdiukur tingkat keberhasilannya.
3. Tepat waktu

Faktor waktu berkaitan dengan apakah layanan tersebut dapat menjadi lebih cepat dan efisien. Dalam hal ini diperlukan pengoptimalan kinerja sistem dari suatu program baik dari sisi internal maupun eksternal agar pelayanan menjadi semakin lebih cepat dan lebih efektif.

4. Pencapaian tujuan

Pencapaian tujuan merupakan keseluruhan upaya pencapaian tujuan dari suatu proses yang dilakukan. Hal yang paling penting adalah sebuah pelayanan dapat dilakukan dengan mudah. Layanan lebih mudah menjadikan tujuan lebih terorganisir sehingga tujuan akan semakin goal. Jika seseorang mendapati fasilitas pelayanan yang lebih mudah, maka akhirnya ia akan mendapatkan apa yang ia inginkan sehingga suatu program dapat berjalan efektif dan tercapai tujuan serta visi misinya.

5. Perubahan nyata

Perubahan nyata dinyatakan efektif jika suatu program atau kegiatan dapat memberikan dampak dan perubahan nyata dengan mengetahui kondisi sebelum dan sesudah adanya program tersebut sehingga dapat diukur melalui sejauh mana kegiatan tersebut memberikan efek atau dampak perubahan nyata bagi masyarakat.

2.3 Mobile Banking

2.3.1 Pengertian Mobile Banking

Mobile banking merupakan sebuah fasilitas dari bank dalam era modern ini yang mengikuti perkembangan teknologi dan komunikasi. Dengan adanya layanan *mobile banking* diharapkan dapat memberikan kemudahan dan manfaat bagi para nasabah dalam melakukan akses ke bank tanpa harus datang langsung ke bank. Dengan menggunakan *mobile banking*, nasabah dapat melakukan berbagai layanan perbankan seperti transfer antar bank, pengecekan saldo, pengisian pulsa, dan melakukan pembayaran kapanpun dan dimanapun tanpa harus datang langsung ke bank. Kurniawati, (2017).

Menurut Sumarwan (2017) *mobile banking* merupakan layanan perbankan yang disediakan oleh bank melalui media telepon genggam. Hampir sama seperti internet banking yang menyebabkan nasabah tidak perlu ke bank, nasabah dapat melakukan transaksi perbankan melalui pesan singkat (sms) ke pusat layanan yang disediakan oleh bank. *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 pada SIM (*Subscriber Identity Module*) Card, USSD (*Unstructured Supplementary Service Data*), atau 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.

Berdasarkan dari pendapat para ahli dapat disimpulkan bahwa *Mobile Banking* merupakan sebuah layanan yang disediakan oleh pihak Bank untuk mempermudah pengguna melakukan transaksi dan mendapatkan informasi tanpa harus datang langsung ke bank.

2.3.2 Fitur *Mobile Banking*

Fitur-fitur layanan *mobile banking* antara lain layanan informasi (saldo, mutasi rekening, tagihan kartu kredit, suku bunga, dan lokasi cabang/ATM terdekat), dan layanan transaksi, seperti transfer, pembayaran tagihan (listrik, air, pajak, kartu kredit, asuransi, internet), pembelian (pulsa, tiket), dan berbagai fitur lainnya. Bolon, (2015).

2.3.3 Cara Kerja *Mobile Banking*

Untuk menggunakan *mobile banking*, nasabah harus mendaftarkan diri terlebih dahulu ke bank untuk mendapatkan password. Nasabah dapat memanfaatkan layanan *mobile banking* dengan cara mengakses menu yang telah tersedia pada SIM Card atau aplikasi yang terinstal di ponsel. Apabila nasabah menggunakan *mobile banking* melalui menu yang telah tersedia pada SIM Card, nasabah dapat memilih menu sesuai kebutuhan kemudian nasabah akan diminta untuk menginputkan PIN *SMSbanking* saat menjalankan transaksi. Sedangkan apabila nasabah menggunakan *mobile banking* melalui aplikasi yang terinstal di ponsel, nasabah harus mengunduh dan menginstal aplikasi pada telepon seluler terlebih dahulu. Pada saat membuka aplikasi tersebut, nasabah harus memasukkan password untuk login, kemudian nasabah dapat memilih menu transaksi yang tersedia dan diminta memasukkan PIN saat menjalankan transaksi. Bolon, (2015).

2.3.4 Tipe *Mobile Banking*

Menurut Wulandari (2017) *Mobile banking* saat ini dapat dibagi menjadi 3 golongan yaitu :

1. *Informational* (bersifat memberi informasi)

Di dalam sistem ini, hanya dapat memuat informasi mengenai produk-produk dan layanan-layanan yang dimiliki oleh suatu bank. Risiko dari sistem ini tergolong cukup rendah, karena sistem ini sama sekali tidak terhubung dengan server utama dan jaringan yang ada di bank, tetapi hanya terhubung dengan server hosting situs. Risiko yang mungkin terjadi ialah pengubahan isi dari situs di internet (atau sering dikenal dengan istilah *deface*). Hal ini tidak membahayakan keseluruhan sistem dari bank tersebut, tetapi akan dapat mengacaukan informasi yang ada di situs bank yang bersangkutan.

2. *Communicative* (bersifat komunikatif)

Tipe yang kedua ini lebih bersifat interaktif dibandingkan dengan tipe yang pertama. Pada tipe sistem ini, dimungkinkan terjadinya interaksi antara konsumen (nasabah) dengan sistem yang ada di bank. Interaksi itu

dapat berupa informasi saldo, laporan transaksi, perubahan data pribadi nasabah, maupun formulir-formulir keanggotaan layanan dari bank yang bersangkutan. Dilihat dari cara kerjanya, risiko dari sistem ini jelas lebih besar dibandingkan dengan yang pertama. Hal ini dikarenakan adanya hubungan antara nasabah dengan beberapa server di jaringan di bank. Untuk itu diperlukan pengawasan dan penjagaan lebih dari sistem ini, untuk mencegah penyusup maupun program-program yang dapat merusak sistem seperti virus, trojan, dan lain-lain.

3. *Transactional* (dapat melakukan transaksi)

Tipe yang terakhir merupakan tipe yang paling lengkap dibandingkan tipe-tipe yang lain, dan pada umumnya juga memuat sistem pada dua tipe sebelumnya. Pada sistem di tipe yang ketiga ini, nasabah dimungkinkan untuk melakukan transaksi secara langsung. Karena sistem ini memiliki jalur langsung ke server utama dan jaringan yang ada di bank, maka risiko yang dimiliki sistem ini juga cukup besar, paling besar dibandingkan dengan dua tipe sebelumnya. Oleh sebab itu, kontrol yang ketat diperlukan dalam sistem ini. Transaksi yang dapat dilakukan di sistem ini dapat meliputi akses langsung ke account di bank, seperti informasi saldo ataupun transaksi terakhir, pembayaran tagihan, transfer dana, isi ulang pulsa, dan lain-lain.

2.4 Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian terdahulu di jadikan rujukan dalam penelitian ini diantaranya adalah :

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti, Tahun & Judul Penelitian	Variabel yang diteliti	Indikator	Metode Analisis	Hasil Penelitian
1.	Nasihul Umam, 2018, Analisis perbandingan kualitas layanan <i>BRI Mobile Banking</i> dan <i>BSM Mobile Banking</i> .	X (Kualitas Pelayanan)	Kualitas Pelayanan : 1. Kecepatan (<i>Speed</i>) 2. Keamanan (<i>Security</i>) 3. Keakuratan (<i>Accuracy</i>) 4. Kepercayaan (<i>Trust</i>)	1. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen 2. Uji Asumsi Klasik 3. Uji Analisa Data	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa layanan <i>BRI Mobile Banking</i> dan <i>BSM Mobile Banking</i> secara keseluruhan berkualitas baik yang diukur berdasarkan indikator kecepatan, keamanan, keakuratan dan kepercayaan.

2.	Ady Muladi , 2021, Efektivitas Sistem Layanan <i>Mobile Banking</i> Dalam i)	X (Efektivitas)	Efektivitas : 1. Pemahaman nasabah 2. Tepat sasaran 3. Tepat waktu	1. Analisis persentase dari distribusi data	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa efektivitas sistem
No	Nama Peneliti, Tahun & Judul Penelitian	Variabel yang diteliti	Indikator	Metode Analisis	Hasil Penelitian
	Merespon Kebutuhan Nasabah Di Era Pandemic <i>Covid-19</i> (Studi Pada Nasabah PT Bank Syariah Indonesia, Tbk KCP Bulukumba Sam Ratulang		4. Pencapaian tujuan 5. Perubahan nyata		layanan. <i>Mobile Banking</i> dalam merespon kebutuhan nasabah di era pandemic <i>Covid-19</i> (Studi pada nasabah PT Bank Syariah Indonesia, Tbk KCP Bulukumba Sam Ratulangi) berada pada tingkat efektif
3.	Yogi Koswara, 2018, Analisis Kualitas Pelayanan BANK BRI Cabang Cik DitiroD. I. Yogyakarta	X (Kualitas Layanan) Y (Kepuasan nasabah)	Kualitas Pelayanan <i>1. Tangible</i> <i>2. Reability</i> <i>3. Responsivene</i> <i>ss</i> <i>4. Assurance</i> <i>5. Emphaty</i>	1. Analisis Kuantitatif 2. Uji Validitas 3. Uji Reliabilitas	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat pelayanan Bank BRI KC Cik Ditiro Yogyakarta dalam kategori sangat baik. Hal ini menunjukkan tingkat kinerja sudah sesuai dengan tingkat harapan, yang berarti secara keseluruhan harapan responden akan pelayanan Bank BRI KC Cik Ditiro Yogyakarta

					sudah terpenuhi.
No	Nama Peneliti, Tahun & Judul Penelitian	Variabel yang diteliti	Indikator	Metode Analisis	Hasil Penelitian
4.	Irfan Nurahmadi Harish, 2017, Pengaruh Kepercayaan Nasabah dan Kualitas Layanan <i>Mobile Banking</i> Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi pada Bank Syariah Mandiri Depok)	Variabel X1: Kepercayaan nasabah Variabel X2: Kualitas layanan Variabel Y: Kepuasan nasabah	Kepercayaan Nasabah : 1. <i>Trusting Belief</i> 2. <i>Trusting Intention</i> Kualitas Layanan : 1. <i>Fulfillment</i> 2. <i>Efficiency</i> 3. <i>Privacy</i> 4. <i>System Availability</i>	1. Uji Kualitas Data 2. Uji Asumsi Klasik 3. Uji Hipotesis	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kepercayaan nasabah dan kualitas layanan <i>mobile banking</i> secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah.
5.	Marginingsih, 2020, kualitas <i>mobile banking</i> Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BRI (Studi Pada Pengguna BRI Mobile di Kota Depok).	X (Kualitas <i>mobile banking</i>) Y (Kepuasan nasabah)	Kualitas <i>mobile banking</i> : 1. <i>Reliability and responsiveness</i> 2. <i>Assurance and security</i> 3. <i>Convenience in Banking</i> 4. <i>Mobile banking efficiency</i> 5. <i>Easy to use</i>	1. Uji Validitas 2. Uji Reliabilitas	Hasil penelitian ini diperoleh secara parsial dan bersamaan kualitas layanan menggunakan variabel keandalan dan responsif, jaminan dan keamanan, kemudahan dalam perbankan, efisiensi <i>Mobile Banking</i> dan mudah digunakan

					pada kepuasan nasabah untuk memperoleh hasil yang positif dan signifikan. Ini
No	Nama Peneliti, Tahun & Judul Penelitian	Variabel yang diteliti	Indikator	Metode Analisis	Hasil Penelitian
					menunjukkan bahwa layanan yang baik adalah salah satu kunci keberhasilan sebuah organisasi
6.	Lisa Mila Sari, Sri Hartini, Fredi Andria, 2019, Efektivitas penggunaan aplikasi <i>mobile</i> JKN sebagai strategi meminimalisir tingkat antrian di Kantor Cabang BPJS Kesehatan Kabupaten Bogor.	X (Efektivitas)	Efektivitas : 1. Kualitas Sistem 2. Kualitas Informasi 3. Kualitas Layanan 4. Kepuasan Pengguna 5. Manfaat Bersih	1. Analisis Kuantitatif 2. Analisis Deskriptif	Hasil penelitian ini menunjukkan faktor-faktor yang menyebabkan rendahnya penggunaan aplikasi <i>mobile</i> JKN berada pada kategori “sukses” atau “efektif”. Persentase penilaian responden sebesar 77,390% namun belum mampu meminimalisir tingkat antrian di Kantor Cabang BPJS Kesehatan Kabupaten Bogor.

Pada penelitian terdahulu yang pernah dilakukan, terdapat beberapa persamaan dan perbedaan dengan penelitian penulis. Penelitian penulis memiliki kesamaan dengan penelitian Ady Mulady (2021) yang meneliti tentang Efektivitas Sistem Layanan *Mobile Banking* Dalam Merespon Kebutuhan Nasabah Di Era Pandemic *Covid-19* (Studi Pada Nasabah PT Bank Syariah Indonesia, Tbk KCP Bulukumba Sam Ratulangi). Persamaan terletak pada variabel yang digunakan

yaitu variabel efektivitas. Namun, perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian penulis dapat dilihat pada objek penelitian, lokasi penelitian. Pada penelitian penulis menggunakan objek penelitian *mobile banking* BRI dan lokasi penelitian di KCP Ujungbatu. Penggunaan variabel efektivitas juga berbeda jika dibandingkan dengan penelitian terdahulu lainnya.

2.5 Kerangka Pemikiran

Dalam menghadapi perkembangan teknologi yang semakin pesat lembaga keuangan seperti bank harus menciptakan teknologi yang dapat memudahkan kegiatan nasabah dalam mengakses semua transaksi yang dilakukan oleh nasabah bank.

Mobile banking merupakan salah satu perkembangan teknologi *mobile* yang harus di sediakan oleh seluruh bank, PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk adalah salah satu bank yang memberikan layanan *mobile banking*. Dengan ini bank BRI dapat memberikan pelayanan dengan mempermudah nasabah dalam melakukan seluruh transaksi dengan menggunakan *mobile banking* dan dapat meningkatkan jumlah nasabah. <https://bri.co.id/> 2016

Mobile banking merupakan sebuah fasilitas dan layanan yang disediakan oleh bank melalui media *smartphone*. Dengan menggunakan *mobile banking* dapat melakukan layanan perbankan seperti transfer antar bank, pengecekan saldo, dan transaksi pembayaran lainnya, tanpa harus datang langsung ke bank.

Efektivitas merupakan hubungan antara output dan tujuan atau dapat juga dikatakan seberapa jauh tingkat output, pemanfaatan sumber daya sarana dan prasarana dalam jumlah tertentu yang secara sadar di tetapkan sebelumnya, efektivitas menunjukkan keberhasilan dari segi tercapai tidaknya sasaran yang telah ditetapkan.

Dalam rangka efektifitas *mobile banking* bri kcp ujungbatu dan sebagai pendukung dalam pelaksanaan efektifitas, metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kuantitatif dengan tabulasi frekuensi analisis deskriptif menggunakan rumus efektifitas yang diukur dengan tabel tingkat kesuksesan, kemudian diklasifikasikan menjadi sangat setuju, setuju, cukup setuju, kurang setuju dan sangat kurang setuju.

Hal tersebut diperkuat dengan melihat penelitian yang telah dilakukan oleh Muladi (2021) dengan indikator efektifitas: 1) pemahaman nasabah, 2) tepat sasaran, 3) tepat waktu, 4) pencapaian tujuan, 5) perubahan nyata. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis persentase dari distribusi data. Hasil dari penelitian ini menunjukkan efektivitas berada pada tingkat efektif.

Sari, Hartini, Andria. (2019) dengan indikator efektifitas 1) kualitas sistem, 2) kualitas informasi, 3) kualitas layanan, 4) kepuasan penggunaan, 5) manfaat bersih. Metode yang digunakan dalam penelitian ini analisis kuantitatif dan analisis deskriptif. Hasil penelitian ini menunjukkan efektivitas pada kategori sukses atau efektif, Namun belum mampu meminimalisir tingkat antrian.

Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran

1. *BRI mobile banking* masih kalah unggul dibandingkan *BNI mobile* dan *BCA mobile*.
2. Banyak pengguna yang masih belum mengetahui penggunaan fitur-fitur yang terdapat pada *BRI mobile banking*.
3. Banyak pengguna *BRI mobile banking* yang meragukan keamanan penggunaan *BRI mobile banking*.
4. *BRI mobile banking* yang tidak dapat digunakan seluruh *smartphone*

Efektivitas

Pemahaman Nasabah

Tepat Waktu

Tepat Sasaran

Pencapaian Tujuan

Perubahan Nyata

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini termasuk penelitian deskriptif eksploratif. Penelitian ini hanya bertujuan menggambarkan keadaan atau fenomena tentang efektivitas *mobile banking* BRI KCP Ujungbatu. Menurut Sugiyono (2019), penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu atau lebih (independen) tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel yang lain. Menurut Yusuf (2017), penelitian eksploratif merupakan studi dengan melakukan penelusuran, terutama dalam pemantapan konsep yang akan digunakan dalam ruang lingkup penelitian yang lebih luas. Penelitian deskriptif eksploratif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mendapatkan gambaran mengenai suatu topik penelitian yang akan diteliti lebih jauh (Morissan, 2017). Penelitian ini berusaha untuk menggali informasi, menggambarkan, melukiskan atau mengetahui bagaimana efektivitas penggunaan *Mobile Banking* BRI KCP Ujungbatu Riau.

3.2 Objek, Unit Analisi, dan Lokasi Penelitian

Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah variabel yang menjadi perhatian pokok dalam penelitian. Variabel tersebut adalah efektivitas penggunaan *mobile banking*, dengan dimensi pemahaman nasabah, tepat sasaran, tepat waktu, pencapaian tujuan dan perubahan nyata.

Unit Analisis

Unit penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah individual, yaitu aplikasi *mobile banking* BRI KCP Ujungbatu, Riau.

Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan pada kantor Bank BRI KCP Ujungbatu yang terletak di Jl. UjungBatu - Pasir Pangaraian, Kelurahan Ujungbatu, Kecamatan Ujungbatu, Kabupaten Rokan Hulu, Riau 28554

3.3 Jenis dan Sumber Data Penelitian

Jenis Data Penelitian

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif dan kuantitatif yang merupakan data primer dan data sekunder. Pengumpulan data primer diperoleh dengan cara melakukan observasi, wawancara langsung dan melakukan penyebaran kuesioner kepada nasabah bank BRI pengguna aplikasi *mobile banking* BRI KCP Ujungbatu, Riau.

Sumber Data Penelitian

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan data primer yaitu, data primer adalah jenis data penelitian yang dikumpulkan untuk pertama kali melalui pengalaman atau bukti pribadi, khususnya untuk penelitian. Hal ini tentu saja digambarkan sebagai data mentah atau informasi tangan pertama (Sugiyono, 2019).

Sumber data dalam penelitian ini menggunakan bentuk link kuesioner yang di jawab langsung oleh nasabah, sehingga jenis sumber data termasuk dalam kategori data primer.

3.4 Operasional Variabel

Alat ukur dalam penelitian biasanya dinamakan instrumen penelitian. Jadi, instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Secara spesifik semua fenomena ini disebut variabel penelitian (Sugiyono, 2019). Bentuk Instrumen yang digunakan pada penelitian ini yaitu dalam bentuk link kuesioner.

Kuesioner adalah daftar pertanyaan yang dikirim kepada responden secara langsung. Kuesioner atau angket secara umum dapat berbentuk pertanyaan atau pernyataan yang dapat dijawab sesuai bentuk angket dengan mengisi jawaban pada kolom yang tersedia.

Tabel 3.1 Operasional Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Efektivitas	1. Pemahaman Nasabah	a. Mengetahui adanya layanan perbankan secara <i>online</i> menggunakan <i>mobile banking</i>	Ordinal
		b. Mengetahui cara aktivasi <i>mobile banking</i>	Ordinal
		c. Mengetahui cara penggunaan <i>mobile banking</i>	Ordinal
		d. Mengetahui fitur-fitur di <i>mobile banking</i>	Ordinal
	2. Tepat Sasaran	a. Kemudahan bertransaksi dengan <i>mobile banking</i> sangat baik	Ordinal
		b. <i>Mobile banking</i> menyediakan informasi yang cukup jelas dan lengkap	Ordinal
		c. <i>Mobile banking</i> lebih aman dibandingkan dengan layanan bank lainnya	Ordinal
	3. Tepat Waktu	a. Menggunakan <i>mobile banking</i> dapat menghemat waktu transaksi	Ordinal
		b. <i>Mobile banking</i> dapat diakses dengan cepat	Ordinal
		c. <i>Mobile banking</i> mampu merespon dengan cepat jika terjadi kendala/masalah dalam bertransaksi	Ordinal
	4. Pencapaian Tujuan	a. <i>Mobile banking</i> dapat digunakan dimanapun dan kapanpun	Ordinal
		b. Menggunakan <i>mobile banking</i> kebutuhan transaksi yang mendesak dapat teratasi	Ordinal

		c. Layanan <i>mobile banking</i> mudah untuk digunakan dan dipelajari	Ordinal
		d. <i>Mobile banking</i> dapat memberikan keamanan dan kenyamanan dalam bertransaksi	Ordinal
	5. Perubahan Nyata	a. Penggunaan <i>mobile banking</i> dapat dilakukan melalui <i>smartphone</i> dengan koneksi internet	Ordinal
		b. Penggunaan <i>mobile banking</i> meningkatkan efisiensi transaksi jika dibandingkan transaksi langsung di bank/ATM	Ordinal
		c. Penggunaan <i>mobile banking</i> meningkatkan kinerja/bisnis	Ordinal
		d. Keluhan terhadap layanan <i>mobile banking</i> lebih cepat ditanggapi	Ordinal

3.5 Metode Penarikan Sampel

Menurut Sugiyono (2019) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Sampel yang dimaksud di sini adalah merupakan perwakilan dari jumlah populasi yang tujuannya untuk memperoleh sumber data informasi. Metode penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *non Probability sampling* dengan, *purposive sampling*.

Menurut Sugiyono (2019) untuk menentukan ukuran sampel peneliti menggunakan rumus Slovin adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{N * d^2 + 1}$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel

N = Jumlah Populasi

d² = Nilai kritis atau batas ketelitian yang diinginkan atau tingkat kesalahan yang dapat ditolerir (1%, 5% dan 10%)

Populasi adalah masyarakat yang berada di wilayah kecamatan UjungBatu, Riau sebesar 16.181 orang, menggunakan tingkat keyakinan 90% dengan presisi 10%. Berdasarkan rumus diatas diperoleh jumlah sampel sebagai berikut :

$$n = \frac{16.181}{16.181*(0,1)^2+1} = \frac{16.181}{16.281} = 99,98 = 100 \text{ Responden}$$

Adapun kriteria responden yang digunakan dalam pengambilan sampel penelitian ini yaitu :

1. Nasabah Bank BRI KCP Ujungbatu yang berdomisili di Kecamatan Ujungbatu.

2. Nasabah Bank BRI KCP Ujungbatu yang menggunakan *mobile banking* BRI

3.6 Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan dalam rangka mencapai tujuan penelitian. Data penelitian primer adalah data yang berasal dari sumber asli ataupun pertama. Dalam penelitian ini data yang diperoleh berasal dari objek penelitian dengan observasi, penyebaran daftar pertanyaan (kuesioner) kepada pengguna *mobile banking* BRI KCP Ujungbatu melalui *Google Form*.

1. Observasi

Menurut Sugiyono (2019) Observasi dalam pengumpulan data mempunyai ciri khusus yang spesifik. Observasi yang dilakukan peneliti dengan melihat fenomena nasabah secara langsung dalam melakukan layanan transaksi keuangannya.

2. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien dengan cara memberi pertanyaan tertulis kepada nasabah dengan hal ini sebagai responden. Adapun kuesionernya berupa pertanyaan yang menggunakan link kuesioner dan di berikan secara langsung kepada nasabah. Dalam menganalisa data kuesioner persepsi nasabah adalah memberi skor sesuai dengan bobot yang telah ditentukan.

Tabel 3.2 Skala Likert

Persepsi	Bobot Skor
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Cukup Setuju	3
Kurang Setuju	2
Sangat Kurang Setuju	1

Modifikasi skala likert empat skala

Menurut Sugiyono (2016) Angket yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket tertutup yang sudah tersedia jawabannya sehingga responden langsung memilih, dengan angket langsung dengan menggunakan skala bertingkat. Skala bertingkat dalam angket ini menggunakan modifikasi skala likert dengan 4 (empat) pilihan jawaban, yaitu sangat setuju, setuju, tidak setuju dan sangat tidak setuju. dalam angket ini disediakan 4 (empat) alternatif jawaban, yaitu: Sangat Setuju (SS) dengan skor 4, Setuju (S) dengan skor 3, Tidak Setuju (TS) dengan skor 2, Sangat Tidak Setuju (STS) dengan skor 1. Empat skala pilihan terkadang juga digunakan untuk kuesioner skala likert yang memaksa responden memilih salah satu kutub karena pilihan "netral" tidak tersedia. Selain pilihan dengan 5 (lima) skala seperti biasanya, terkadang juga digunakan 7 (tujuh) atau 9 (sembilan) tingkat. Empat skala pilihan juga terkadang digunakan sebagai kuesioner skala likert yang menyuruh responden untuk memilih salah satu kutub

pilihan karena pilihan netral tidak tersedia. Skala likert ada kalanya menghilangkan tengah-tengah kutub setuju dan juga tidak setuju, yaitu netral. Dalam hal ini responden dipaksa untuk masuk ke kutub setuju atau tidak setuju. Pertanyaan demikian dimaksudkan agar responden berpendapat tidak bersikap netral atau tidak berpendapat.

2.7 Uji Instrumen

Uji Instrumen merupakan sebuah penelitian yang mengukur variabel dengan menggunakan instrumen kuesioner harus dilakukan pengujian kualitas data yang diperoleh. Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui apakah instrumen yang digunakan valid dan reliable sebab kebenaran data yang diolah sangat menentukan kualitas hasil penelitian. Penulis melakukan pengujian data menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas.

2.7.1 Uji Validitas

Uji validitas instrumen penelitian dapat dinyatakan valid apabila setiap item pertanyaan yang ada pada kuesioner dapat digunakan untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Indikator dalam kuesioner dapat dikatakan valid apabila nilai r hitung hasilnya lebih besar dari r tabel. maka item pertanyaan tersebut dapat dikatakan valid (Sugiyono, 2016). Uji coba validitas instrumen pada penelitian ini dilakukan dengan analisis *Product Moment Pearson*.

$$r_{hitung} = \frac{N(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{N\sum X^2 - (\sum X)^2\} \{N\sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan :

- r_{hitung} = koefisien validitas item yang di cari
- x = Skor yang diperoleh dari subyek kedalam setiap item
- y = Skor total yang diperoleh dari subyek seluruh item
- $\sum x$ = jumlah skor dalam distribusi
- $\sum y$ = jumlah skor dalam distribusi y
- n = jumlah responden

kriteria pengujiannya adalah :

- $r_{hitung} > r_{tabel}$ berarti valid
- $r_{hitung} < r_{tabel}$ berarti tidak valid

2.7.2 Uji Reabilitas

Uji Reliabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur (tingkat kepercayaan) suatu instrument pengukuran konsisten dan akurat. Jadi uji reliabilitas dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui konsistensi dari instrument sebagai alat ukur, sehingga hasil suatu pengukuran dapat di percaya. Adapun rumus yang digunakan untuk menguji reliabilitas instrumen dalam penelitian ini adalah koefisien *Alfa Cronbach*, Menurut Sugiono (2016).

$$r_{11} = \frac{k}{k-1} \times \left\{ 1 - \frac{\sum Si}{st} \right\}$$

Keterangan :

- a : Koefisien reliabilitas alfacronbach
 k : Jumlah instrumen pertanyaan
 \sum_{Si}^2 : Jumlah varians dari tiap instrumen
 S_x^2 : Varians keseluruhan instrument

Kriteria pengujian

Suatu angket dikatakan reliabel atau handal jika jawaban responden terhadap sesuatu pernyataan secara konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Suatu variabel dikatakan reliabel jika memiliki *alpha cronbach's* > 0,6.

Tabel 3. 3 interpretasi Tingkat Reliabilitas

Alpha	Tingkat Reliabilitas
0,00 – 0,49	Reliabel Rendah
>0,50 – 0,69	Reliabel Moderat
>0,70 – 0,89	Reliabel Tinggi
>0,90 – 1,00	Reliabel Sempurna

Sumber : sugyono (2017)

2.8 Metode Analisis Data

Analisis data adalah proses ketepatan analisis yang digunakan untuk memecahkan suatu masalah yang diteliti dan diperoleh secara lengkap yang nantinya akan menentukan akurasi dalam mengambil kesimpulan. Berdasarkan Sari (2019), metode pengolahan/analisis data menggunakan analisis kuantitatif dengan tabulasi frekuensi dan analisis deskriptif menggunakan rumus total tanggapan dan rumus efektivitas yang diukur dengan tabel tingkat kesuksesan.

1. Tota tanggapan

Tabel 3.3 Rentang Penilaian

interval	Penilaian
0 – 25	Sangat tidak setuju
26 – 50	Tidak setuju
51 – 75	Setuju

76 – 100	Sangat setuju
----------	---------------

Menurut Sugiyono (2017) rumus yang digunakan untuk mengukur total tanggapan responden sebagai berikut :

$$\text{Total tanggapan responden} = \frac{\text{Total tanggapan responden}}{\text{Skor tertinggi responden}} \times 100\%$$

Pemahaman nasabah

Interval	Penilaian
0 – 25	Sangat tidak memahami
26 – 50	Tidak memahami
51 – 75	Memahami
76 – 100	Sangat memahami

Tepat sasaran

Interval	Penilaian
0 – 25	Sangat tidak tepat sasaran
26 – 50	Tidak tepat sasaran
51 – 75	Tepat sasaran
76 – 100	Sangat tepat sasaran

Tepat waktu

Interval	Penilaian
0 – 25	Sangat tidak tepat waktu
26 – 50	Tidak tepat waktu
51 – 75	Tepat waktu
76 – 100	Sangat tepat waktu

Pencapaian tujuan

Interval	Penilaian
0 – 25	Sangat tidak mencapai

	tujuan
26 – 50	Tidak mencapai tujuan
51 – 75	Mencapai tujuan
76 – 100	Sangat mencapai tujuan

Perubahan nyata

Interval	Penilaian
0 – 25	Sangat tidak terjadi perubahan nyata
26 – 50	Tidak terjadi perubahan nyata
51 – 75	Terjadi Perubahan nyata
76 – 100	Sangat terjadi perubahan nyata

2. Rumus Efektivitas

$$\text{Efektivitas} = \frac{\text{Skor yang diperoleh}}{\text{Skor Ideal}} \times 100\%$$

Dari hasil persentase yang diperoleh, kemudian diklasifikasikan menjadi sangat efektif, efektif, cukup efektif, kurang efektif dan sangat kurang setuju, maka parameter yang digunakan yaitu :

Tabel 3.4 Tabel Tingkat Persentase

Rasio Efektivitas	Tingkat Capaian
0 -19	Sangat Tidak Efektif
20 – 39	Tidak Efektif
40 – 59	Cukup Efektif
60 – 79	Efektif
80 – 99	Sangat Efektif

Sumber : Lekstianto (2013)

BAB IV HASIL PENELITIAN

4.1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

4.1.1 Sejarah Singkat Bank Rakyat Indonesia Tbk (BRI)

Bank Rakyat Indonesia (BRI) termasuk kedalam golongan salah satu Bank tertua di tanah air yang didirikan di Purwokerto, Hindia Belanda Tahun 1895 oleh Raden Bei Aria Wirjaadimaja, PT Bank Rakyat Indonesia ini berpusat di Jakarta. Suatu lembaga keuangan yang melayani orang – orang yang berkebangsaan Indonesia (Pribumi).

Lembaga tersebut berdiri tanggal 16 Desember 1895, yang kemudian dijadikan sebagai hari kelahiran BRI. Pada periode setelah kemerdekaan RI, berdasarkan peraturan pemerintah No. 1 tahun 1946 pasal 1 disebutkan bahwa BRI adalah sebagai Bank pemerintah pertama di Republik Indonesia. Dalam masa perang mempertahankan kemerdekaan pada tahun 1948, kegiatan BRI sempat berhenti untuk sementara waktu dan baru mulai aktif kembali setelah perjanjian Renville pada tahun 1949 dengan berubah nama menjadi Bank Rakyat Indonesia Serikat. Pada waktu itu melalui PERPU No. 41 tahun 1960 dibentuklah Bank Koperasi Tani dan Nelayan (BKTN) yang merupakan peleburan dari Bank Tani Nelayan dan Nederlandsche Maatschappij (NHM). Kemudian berdasarkan penetapan Presiden (Penpers) No. 9 tahun 1965, BKTN diintegrasikan kedalam Bank Indonesia dengan nama PT. Bank Indonesia Urusan Koperasi dan Nelayan.

Seiring berjalannya waktu dikala warga perkotaan menghadapi serbuan Bank yang menawarkan fasilitas perbankan, Bank BRI justru menjemput bola keseluruh pelosok Nusantara mendekati jangkauan. Ketika kantor – kantor Bank paling dekat ke Masyarakat ada di ibu Kota dan Kabupaten, Bank BRI justru sudah sampai ke halaman warga di pedesaan melalui unit – unit pelayanan Bank BRI, seperti salah satunya Bank BRI sudah memasuki di wilayah Kabupaten Rokan Hulu, Kecamatan Ujung Batu, Riau sudah berdiri selama 12 tahun lamanya. Bank BRI saat ini berkembang sangat pesat dan mengembangkan layanan seperti *Mobile Banking (BRImo)*, dengan adanya layanan *mobile banking* masyarakat sangat di mudah dalam melakukan berbagai transaksi seperti mengecek saldo dan pembayaran secara digital tanpa harus langsung datang ke Bank.

BRImo merupakan aplikasi digital Banking milik PT. Bank Rakyat Indonesia Tbk (BRI), diluncurkan pada bulan Februari 2019 yang lalu. *BRImo* menjadi andalan untuk mendapatkan nasabah baru terutama dari kalangan millennial. Beberapa keunggulannya adalah kemudahan dalam pembukaan rekening baru Muda login dengan *finger print ,face ,recognition*. Aplikasi ini menggabungkan fungsi *Mobile Banking*, *internet Banking* dan uang elektronik dalam satu aplikasi dengan menu transaksi yang lebih lengkap.

4.2 Visi dan Misi

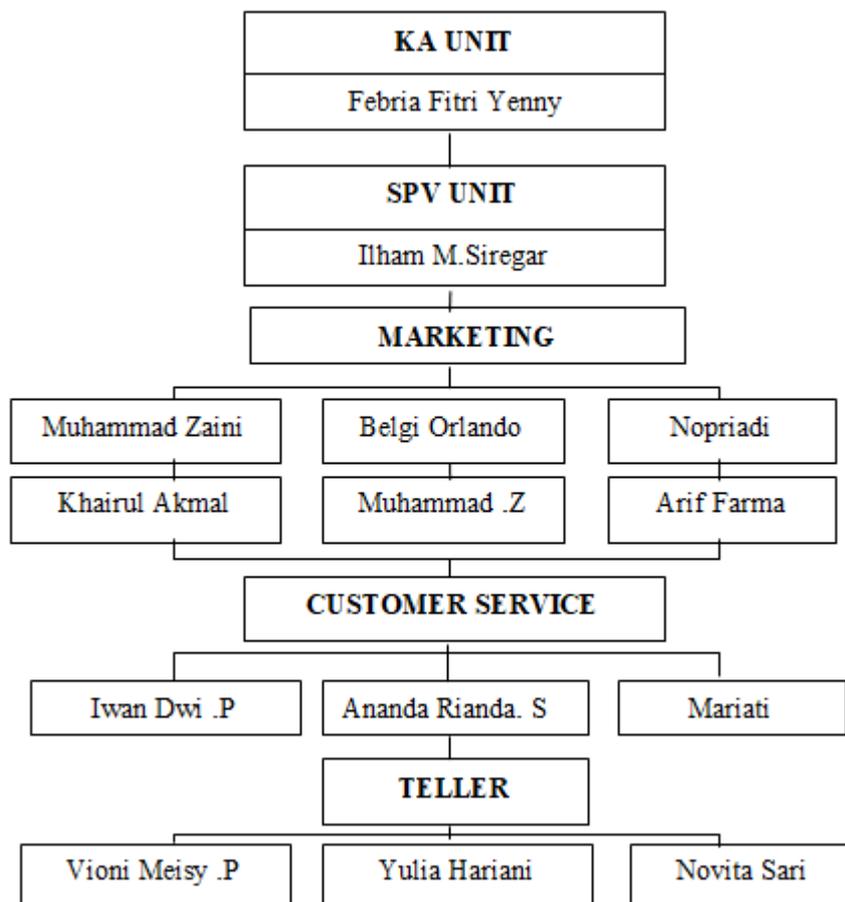
Visi : Menjadi Bank komersial terkemuka yang selalu mengutamakan kepuasan nasabah.

Misi :

1. Melakukan kegiatan perbankan yang terbaik dengan mengutamakan pelayanan kepada usaha mikro, kecil dan menengah untuk menunjang peningkatan ekonomi masyarakat.
2. memberikan keuntungan dan manfaat yang optimal kepada pihak – pihak yang berkepentingan (*stakeholders*).

4.2.1 Struktur Organisasi dan Uraian Tugas

Struktur Organisasi Kcp BRI UjungBatu, Riau Tahun 2021



Gambar 4.1 Struktur Organisasi Bank BRI Kcp UjungBatu, Riau

Berikut adalah uraian tugas dari struktur organisasi Bank BRI Kcp UjungBatu, Riau:

1. Kepala Unit (KA Unit)
 - a. Merencanakan sistem kerja yang secara terpadu dan terarah
 - b. Mengorganisasikan kerja secara keseluruhan
 - c. Memberikan arahan kepada bawahan

- d. Mengawasi dan mengevaluasi jalannya kerja pada perusahaan
2. *Supervisor Unit (SPV Unit)*
 - a. Bertanggung jawab atas apa yang dikerjakan oleh para staf bawahan
 - b. Memberikan hal semangat atau motivasi kerja kepada para staf bawahan
 - c. Memberikan suatu *breafing* dan pelatihan kepada para staf bawahan
3. *Marketing*
 - a. Memasarkan produk perbankan kepada calon nasabah
 - b. Memaintain dan mempertahankan nasabah
 - c. Melakukan *cross selling* untuk peningkatan portofolio dana dan jasa lainnya
4. *Customer Service*
 - a. Memberikan pelayanan prima dan membina hubungan baik dengan masyarakat
 - b. Membuat berbagai jenis adminitrasi
 - c. Memberikan solusi kepada nasabah
 - d. Memberikan penawaran kepada nasabah
5. *Teller*
 - a. Melayani dan membantu nasabah terkait transaksi keuangan
 - b. Melayani transfer, penarikan, dan penyeteroran dari nasabah

4.3 Uji validitas dan Reabilitas

1. Uji validitas

Pengujian validitas dilakukan untuk mengetahui valid tidaknya suatu kuisisioner dari masing – masing variabel tersebut. Uji validitas yang telah dilakukan dalam penelitian ini ditampilkan dalam tabel berikut:

Table 4.2 Hasil Uji Validitas *Mobile Banking* BRI kcp UjungBatu, Riau

Indikator	Pertanyaan	Rhitung	Rtabel	Keterangan	Kesimpulan
Pemahaman nasabah	1	0.674	0.361	$r_{Hitung} > r_{Tabel}$	Valid
	2	0.582	0.361	$r_{Hitung} > r_{Tabel}$	Valid
	3	0.633	0.361	$r_{Hitung} > r_{Tabel}$	Valid
	4	0.625	0.361	$r_{Hitung} > r_{Tabel}$	Valid
Tepat sasaran	5	0.688	0.361	$r_{Hitung} > r_{Tabel}$	Valid
	6	0.700	0.361	$r_{Hitung} > r_{Tabel}$	Valid
	7	0.586	0.361	$r_{Hitung} > r_{Tabel}$	Valid
Tepat waktu	8	0.592	0.361	$r_{Hitung} > r_{Tabel}$	Valid
	9	0.685	0.361	$r_{Hitung} > r_{Tabel}$	Valid

	10	0.662	0.361	rHitung>rTabel	Valid
Pencapaian tujuan	11	0.677	0.361	rHitung>rTabel	Valid
	12	0.605	0.361	rHitung>rTabel	Valid
	13	0.674	0.361	rHitung>rTabel	Valid
	14	0.562	0.361	rHitung>rTabel	Valid
Perubahan nyata	15	0.728	0.361	rHitung>rTabel	Valid
	16	0.684	0.361	rHitung>rTabel	Valid
	17	0.751	0.361	rHitung>rTabel	Valid
	18	0.608	0.361	rHitung>rTabel	Valid

Sumber : Data primer diolah,2022

Berdasarkan hasil perhitungan uji validitas menggunakan SPSS 23 diatas, maka diperoleh nilai r hitung dengan jumlah data (n) = 30 untuk variabel Efektivitas *mobile Banking BRI* kcp UjungBatu, Riau berkisar 0,55 sampai 1 dimana didapatkan nilai rtabel sebesar 0,361 pada taraf 5%. Dari jumlah korelasi item 18 terdapat 18 pertanyaan yang valid karena lebih dari rtabel sebesar 0,361. Demikian dapat disimpulkan item tersebut valid atau sah untuk melanjutkan penelitian variabel Efektivitas *Mobile Banking BRI* kcp UjungBatu, Riau

2. Uji Reabilitas

Penelitian ini harus dilakukan uji reabilitas untuk mengukur konsisten atau tidak dalam kuisisioner penelitian yang digunakan untuk mengukur pengaruh tidaknya variabel sebelum dilakukannya pengujian reabilitas harus ada dasar pengambilan keputusan yaitu *alpha* sebesar 0,90. Variabel yang dianggap reliabel jika nilai variabel tersebut lebih besar dari >0,90 jika lebih kecil maka variabel yang diteliti tidak bisa dikatakan reliabel karena <0,90. hasil dari pengujian reliabilitas pada variabel penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 4.3 Hasil Uji Reliabilitas Efektivitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha Item</i>	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
Efektivitas	0,918	0,90	Reliabel

Sumber : data spss 23

Berdasarkan hasil uji reabilitas instrumen variabel memiliki nilai *Cronbach's Alpha Item* 0,90 sehingga dapat dikatakan reliabel. karena memiliki nilai *Cronbach's Alpha* lebih dari 0,90.

4.3.3 Karakteristik Responden

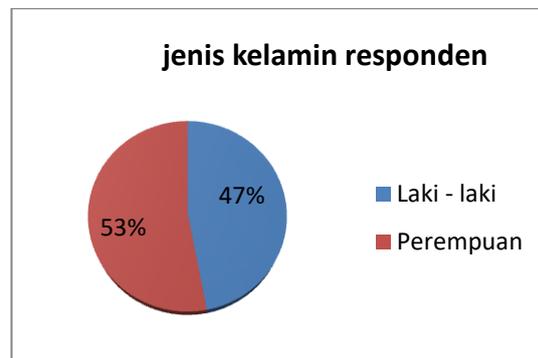
Karakteristik Responden mencakup jenis kelamin, pekerjaan dan usia pada nasabah BRI Kcp UjungBatu, Riau. Berikut ini hasil dari jawaban responden

1. Jenis kelamin

Tabel 4.3 jenis kelamin responden

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase
1	Laki – Laki	47	47
2	Perempuan	53	53
Jumlah		100	100

Sumber : data primer kuisioner diolah 2022



Sumber : data primer diolah 2022

Berdasarkan data dari 100 sampel dapat dilihat pada tabel diatas hasil jawaban responden yang diteliti dari jenis kelamin yakni laki – laki sekitar 47% sampel dan untuk perempuan 53% dari masing – masing 100 sampel. Hasil ini menunjukkan bahwa nasabah yang lebih dominan berjenis kelamin perempuan dibandingkan laki – laki.

2. Usia

Tabel 4.4 usia responden

No	Umur	Frekuensi	Persentase
1	<20 tahun	6	6
2	20 - 35 tahun	20	20
3	35 - 45 tahun	21	21
4	45 - 55 tahun	3	3
5	> 55 tahun	50	50
Jumlah		100	100

Sumber : Data Primer, diolah oleh peneliti, 2022

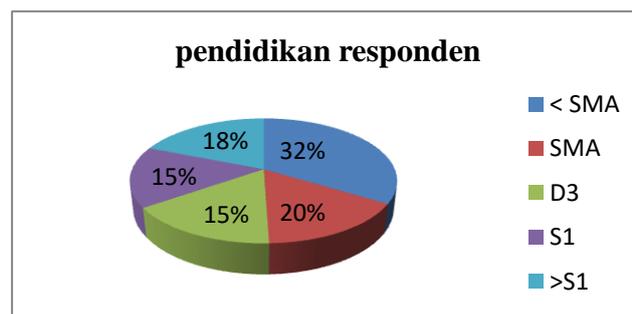
Berdasarkan data di atas, dari 100 orang responden yang diteliti 6% diantaranya merupakan responden dengan usia < 20 tahun, responden dengan usia 20 – 30 tahun memiliki presentase sebanyak 20% responden, dengan usia 35 – 45 tahun memiliki presentase sebanyak 21%. responden dengan usia 45 – 55 tahun memiliki persentase 3%, dan responden > 55 memiliki nilai persentase sebesar 50%. hal ini menyatakan umur responden mayoritas > 55 tahun.

3. pendidikan

Tabel 4.5 pendidikan responden

No	Pendidikan	Frekuensi	Presentase
1	< SMA	32	32
2	SMA	20	20
3	D3	15	15
4	S1	15	15
5	>S1	18	18

Sumber : : Data Primer, diolah oleh peneliti, 2022



Sumber : data primer diolah 2022

Berdasarkan data di atas, dari 100 orang responden yang diteliti 32% diantaranya merupakan responden dengan pendidikan < SMA, responden dengan pendidikan SMA memiliki presentase sebanyak 20% responden, dengan pendidikan D3 memiliki presentase sebanyak 15%. Responden dengan pendidikan S1 memiliki nilai persentase sebesar 15%, responden > S1 memiliki nilai persentase sebesar 18%. hal ini menyatakan pendidikan responden mayoritas < SMA.

4. pekerjaan

Tabel 4.6 pekerjaan responden

No	Pekerjaan	Frekuensi	Presentasi
1	Tidak bekerja	15	15
2	Karyawan	22	22

3	Wiraswasta	23	23
4	Pegawai Negri	40	40

Sumber : : Data Primer, diolah oleh peneliti, 2022

Berdasarkan data di atas, dari 100 orang responden yang diteliti 15% diantaranya merupakan responden yang tidak bekerja, responden karyawan memperoleh nilai presentase sebanyak 22%. Responden bekerja sebagai wiraswasta memperoleh nilai sebesar 23%, dan responden pegawai negeri memperoleh nilai persentase sebesar 40%. hal ini menyatakan bahwa pendidikan responden mayoritas bekerja sebagai pegawai negeri.

Simpulan karakteristik responden sebagai berikut:

Berdasarkan hasil kuisisioner penelitian pengguna *Mobile Banking* BRI Kcp Ujungbatu, Riau sebagian besar penggunaanya perempuan dan banyaknya pengguna di usia >50 tahun dengan pendidikan lebih banyak <SMA kemudian pekerjaan pengguna *Mobile Banking* BRI lebih banyak pegawai negeri.

4.4 Pembahasan

4.4.1 Tanggapan Nasabah Mengenai *Mobile Banking* BRI Kcp Ujungbatu, Riau

Adalah suatu aplikasi yang meintegrasikan beberapa aplikasi *e – Banking* BRI yang dapat diakses melalui *smartphone* (iphone dan android) beserta aplikasi tambahan lainnya. Aplikasi yang terdapat dalam *BRI Mobile* diantaranya adalah *Mobile Banking* BRI, *Internet Banking* BRI, *Call* BRI, serta *Info* BRI.

Analisis deskriptif Variabel Efektivitas *Mobile Banking* kcp UjungBatu, Riau

1. Pemahaman nasabah

Table 4.6 mengetahui adanya layanan perbankan secara online menggunakan *BRI Mobile*

Keterangan	Skor	Jumlah responden	Skor total	Presentase
Sangat tidak setuju	1	1	1	1%
Tidak setuju	2	0	0	0%
Setuju	3	34	102	34%
Sangat setuju	4	65	260	65%
Total		100	363	100%
Total tanggapan responden		90,75%		

Sumber : : Data Primer, diolah oleh peneliti, 2022

Dari tabel 4.6 menunjukkan bahwa dari 100 responden yang diteliti, sebesar 1% menjawab sangat tidak setuju sebesar, dan tidak ada responden yang menjawab tidak setuju, menjawab setuju 34%, dan sebesar 65% menjawab sangat

setuju. Mengetahui adanya layanan perbankan secara online menggunakan BRI *mobile*.

Tanggapan Responden =

$$\frac{\text{skor total hasil jawaban responden}}{\text{skor tertinggi responden}} \times 100\%$$

$$\frac{363}{4 \times 100} \times 100\% = 90,75\%$$

Dapat dilihat dari nilai yang diperoleh sebesar 90,75% bahwa nasabah sangat memahami mengetahui adanya layanan perbankan secara online menggunakan BRI *Mobile*

Table 4.7 Mengetahui cara aktivitasi *Mobile Banking* BRI

Keterangan	Skor	Jumlah responden	Skor total	Presentase
Sangat tidak setuju	1	2	2	2%
Tidak setuju	2	2	4	2%
Setuju	3	43	129	43%
Sangat setuju	4	53	212	53%
Total		100	347	100%
Total tanggapan responden			86,75%	

Sumber : data primer 2022

Tabel 4.7 menunjukkan bahwa dari 100 responden yang diteliti, sebesar 53% responden menjawab sangat setuju, 43% setuju, 2% tidak setuju, dan 2% sangat tidak setuju menjawab mengetahui aktivitasi *Mobile Banking* BRI.

Tanggapan Responden =

$$\frac{\text{skor total hasil jawaban responden}}{\text{skor tertinggi responden}} \times 100\%$$

$$\frac{347}{4 \times 100} \times 100\% = 86,75\%$$

Dapat dilihat dari nilai yang diperoleh sebesar 86,75% bahwa nasabah sangat memahami Mengetahui cara aktivitasi *Mobile Banking* BRI

Tabel 4.8 mengetahui cara penggunaan *Mobile Banking*

Keterangan	Skor	Jumlah responden	Skor total	Presentase
Sangat tidak setuju	1	3	3	3%
Tidak setuju	2	5	10	5%
Setuju	3	29	87	29%

Sangat setuju	4	63	252	63%
Total		100	352	100%
Total tanggapan responden			88%	

Sumber : data primer 2022

Dari tabel 4.8 menunjukkan bahwa dari 100 responden yang diteliti, sebesar 3% menjawab sangat tidak setuju sebesar, sebesar 5% menjawab tidak setuju, sebesar 29% menjawab setuju, dan sebesar 63% menjawab sangat setuju. mengetahui cara penggunaan *Mobile Banking*.

Tanggapan Responden =

$$\frac{\text{skor total hasil jawaban responden}}{\text{skor tertinggi responden}} \times 100\%$$

$$\frac{352}{4 \times 100} \times 100\% = 88\%$$

Dapat dilihat dari nilai yang diperoleh 88% nasabah sangat memahami mengetahui cara penggunaan *Mobile Banking*

Tabel 4.9 mengetahui fitur – fitur di *Mobile Bankig*

Keterangan	Skor	Jumlah responden	Skor total	Presentase
Sangat tidak setuju	1	3	3	3%
Tidak setuju	2	6	12	6%
Setuju	3	37	111	37%
Sangat setuju	4	54	216	54%
Total		100	342	100%
Total tanggapan responden			85,5%	

Sumber : data primer 2022

Dari tabel 4.9 menunjukkan bahwa dari 100 responden yang diteliti, sebesar 3% menjawab sangat tidak setuju sebesar, sebesar 6% menjawab tidak setuju, sebesar 37% menjawab setuju, dan sebesar 54% menjawab sangat setuju. mengetahui fitur – fitur di *Mobile Bankig*.

Tanggapan Responden =

$$\frac{\text{skor total hasil jawaban responden}}{\text{skor tertinggi responden}} \times 100$$

$$\frac{342}{4 \times 100} \times 100\% = 85,5\%$$

Dapat dilihat dari nilai yang diperoleh dari 85,5% bahwa nasabah sangat memahami mengetahui fitur – fitur di *Mobile Bankig*

2. Tepat sasaran

Tabel 4.10 kemudahan bertransaksi dengan *Mobile Banking*

Keterangan	Skor	Jumlah	Skor total	Presentase
------------	------	--------	------------	------------

		responden		
Sangat tidak setuju	1	1	1	1%
Tidak setuju	2	5	10	5%
Setuju	3	30	90	30%
Sangat setuju	4	64	256	64%
Total		100	357	100%
Total tanggapan responden				89,25%

Sumber : data primer 2022

Dari tabel 4.10 menunjukkan bahwa dari 100 responden yang diteliti, sebesar 1% menjawab sangat tidak setuju sebesar, sebesar 5% menjawab tidak setuju, sebesar 30% menjawab setuju, dan sebesar 64% menjawab sangat setuju. kemudahan bertransaksi dengan *Mobile Banking*.

Tanggapan Responden =

$$\frac{\text{skor total hasil jawaban responden}}{\text{skor tertinggi responden}} \times 100\%$$

$$\frac{357}{4 \times 100} \times 100\% = 89,25\%$$

Dapat dilihat dari nilai yang diperoleh sebesar 89,25% bahwa nasabah sangat tepat sasaran kemudahan bertransaksi dengan *Mobile Banking*

Tabel 4.11 *Mobile Banking* menyediakan informasi yang cukup jelas dan lengkap

Keterangan	Skor	Jumlah responden	Skor total	Presentase
Sangat tidak setuju	1	1	1	1%
Tidak setuju	2	10	20	10%
Setuju	3	39	117	39%
Sangat setuju	4	50	200	50%
Total		100	338	100%
Total tanggapan responden				84,5

Sumber : data primer 2022

Dari tabel 4.11 menunjukkan bahwa dari 100 responden yang diteliti, sebesar 1% menjawab sangat tidak setuju sebesar, sebesar 10% menjawab tidak setuju, sebesar 39% menjawab setuju, dan sebesar 50% menjawab sangat setuju. *Mobile Banking* menyediakan informasi yang cukup jelas dan lengkap.

Tanggapan Responden =

$$\frac{\text{skor total hasil jawaban responden}}{\text{skor tertinggi responden}} \times 100\%$$

$$\frac{338}{4 \times 100} \times 100 = 84,5\%$$

Dapat dilihat nilai yang diperoleh sebesar 84,5% bahwa nasabah sangat tepat sasaran *Mobile Banking* menyediakan informasi yang cukup jelas dan lengkap

Tabel 4.12 *Mobile Banking* lebih aman dibandingkan dengan layanan bank lainnya

Keterangan	Skor	Jumlah responden	Skor total	Presentase
Sangat tidak setuju	1	0	0	0%
Tidak setuju	2	11	22	11%
Setuju	3	33	99	33%
Sangat setuju	4	56	224	56%
Total		100	345	100%
Total tanggapan responden			86,25	

Sumber : data primer 2022

Dari tabel 4.12 menunjukkan bahwa dari 100 responden yang diteliti, sebesar 0% menjawab sangat tidak setuju sebesar, sebesar 11% menjawab tidak setuju, sebesar 33% menjawab setuju, dan sebesar 56% menjawab sangat setuju. *Mobile Banking* lebih aman dibandingkan dengan layanan bank lainnya.

Tanggapan Responden =

$$\frac{\text{skor total hasil jawaban responden}}{\text{skor tertinggi responden}} \times 100\%$$

$$\frac{345}{4 \times 100} \times 100\% = 86,25\%$$

Dapat dilihat dari nilai yang diperoleh sebesar 86,25% bahwa nasabah sangat tepat sasaran *Mobile Banking* lebih aman dibandingkan dengan layanan bank lainnya

3. Tepat waktu

Tabel 4.13 menggunakan *Mobile Banking* BRI dapat menghemat waktu transaksi

Keterangan	Skor	Jumlah responden	Skor total	Presentase
Sangat tidak setuju	1	2	2	2%
Tidak setuju	2	5	10	5%
Setuju	3	23	69	23%
Sangat setuju	4	70	280	70%
Total		100	361	100%
Total tanggapan responden			90,25	

Sumber : data primer 2022

Dari tabel 4.13 menunjukkan bahwa dari 100 responden yang diteliti, sebesar 2% menjawab sangat tidak setuju sebesar, sebesar 5% menjawab tidak setuju, sebesar 23% menjawab setuju, dan sebesar 70% menjawab sangat setuju. menggunakan *Mobile Banking* BRI dapat menghemat waktu transaksi.

Tanggapan Responden =

$$\frac{\text{skor total hasil jawaban responden}}{\text{skor tertinggi responden}} \times 100\%$$

$$\frac{361}{4 \times 100} \times 100\% = 90,25\%$$

Dapat dilihat bahwa nilai yang diperoleh sebesar 90,25% bahwa nasabah sangat tepat waktu menggunakan *Mobile Banking* BRI dapat menghemat waktu transaksi

Tabel 4.14 *Mobile Banking* BRI dapat diakses dengan cepat

Keterangan	Skor	Jumlah responden	Skor total	Presentase
Sangat tidak setuju	1	2	2	2%
Tidak setuju	2	6	12	6%
Setuju	3	25	75	25%
Sangat setuju	4	67	268	67%
Total		100	357	100%
Jumlah total responden			89,25	

Sumber : data primer 2022

Dari tabel 4.14 menunjukkan bahwa dari 100 responden yang diteliti, sebesar 2% menjawab sangat tidak setuju sebesar, sebesar 6% menjawab tidak setuju, sebesar 25% menjawab setuju, dan sebesar 67% menjawab sangat setuju. *Mobile Banking* BRI dapat diakses dengan cepat.

Tanggapan Responden =

$$\frac{\text{skor total hasil jawaban responden}}{\text{skor tertinggi responden}} \times 100\%$$

$$\frac{357}{4 \times 100} \times 100\% = 89,25\%$$

Dapat dilihat nilai yang diperoleh sebesar 89,25% bahwa nasabah sangat tepat waktu *Mobile Banking* BRI dapat diakses dengan cepat

Tabel 4.15 *Mobile Banking* mampu merespon dengan cepat jika terjadi kendala atau masalah dalam bertransaksi

Keterangan	Skor	Jumlah responden	Skor total	Presentase
Sangat tidak setuju	1	3	3	3%
Tidak setuju	2	5	10	5%
Setuju	3	39	117	39%
Sangat setuju	4	53	212	53%
Total		100	342	100%

Total tanggapan responden	85,5
---------------------------	------

Sumber : data primer 2022

Dari tabel 4.15 menunjukkan bahwa dari 100 responden yang diteliti, sebesar 3% menjawab sangat tidak setuju sebesar, sebesar 5% menjawab tidak setuju, sebesar 39% menjawab setuju, dan sebesar 53% menjawab sangat setuju. *Mobile Banking* mampu merespon dengan cepat jika terjadi kendala atau masalah dalam bertransaksi.

Tanggapan Responden =

$$\frac{\text{skor total hasil jawaban responden}}{\text{skor tertinggi responden}} \times 100\%$$

$$\frac{342}{4 \times 100} \times 100\% = 85,5\%$$

Dapat dilihat nilai yang diperoleh sebesar 85,5% bahwa nasabah sangat tepat waktu *Mobile Banking* mampu merespon dengan cepat jika terjadi kendala atau masalah dalam bertransaksi

4. Pencapaian tujuan

Tabel 4.16 *Mobile Banking* dapat digunakan dimanapun dan kapanpun

Keterangan	Skor	Jumlah responden	Skor total	Presentase
Sangat tidak setuju	1	0	0	0%
Tidak setuju	2	8	16	8%
Setuju	3	30	90	30%
Sangat setuju	4	62	248	62%
Total		100	354	100%
Total tanggapan responden		88,5		

Sumber : data primer 2022

Dari tabel 4.16 menunjukkan bahwa dari 100 responden yang diteliti, sebesar 0% menjawab sangat tidak setuju sebesar, sebesar 8% menjawab tidak setuju, sebesar 30% menjawab setuju, dan sebesar 62% menjawab sangat setuju. *Mobile Banking* dapat digunakan dimanapun dan kapanpun.

Tanggapan Responden =

$$\frac{\text{skor total hasil jawaban responden}}{\text{skor tertinggi responden}} \times 100\%$$

$$\frac{248}{4 \times 100} \times 100\% = 88,5\%$$

Dapat dilihat nilai yang diperoleh sebesar 88,5% bahwa nasabah sangat mencapai tujuan *Mobile Banking* dapat digunakan dimanapun dan kapanpun

Tabel 4.17 menggunakan *Mobile Banking* kebutuhan transaksi yang mendesak dapat teratasi

Keterangan	Skor	Jumlah responden	Skor total	Presentase
Sangat tidak setuju	1	2	2	2%
Tidak setuju	2	4	8	4%
Setuju	3	21	63	21%
Sangat setuju	4	73	292	73%
Total		100	371	100%
total tanggapan responden		92,75		

Sumber : data primer 2022

Dari tabel 4.17 menunjukkan bahwa dari 100 responden yang diteliti, sebesar 2% menjawab sangat tidak setuju sebesar, sebesar 4% menjawab tidak setuju, sebesar 21% menjawab setuju, dan sebesar 73% menjawab sangat setuju. menggunakan *Mobile Banking* kebutuhan transaksi yang mendesak dapat teratasi.

Tanggapan Responden =

$$\frac{\text{skor total hasil jawaban responden}}{\text{skor tertinggi responden}} \times 100\%$$

$$\frac{371}{4 \times 100} \times 100\% = 92,75\%$$

Dapat dilihat bahwa nilai yang diperoleh sebesar 92,75% sangat mencapai tujuan menggunakan *Mobile Banking* kebutuhan transaksi yang mendesak dapat teratasi

Tabel 4.18 layanan *Mobile Banking* mudah digunakan dan dipelajari

Keterangan	Skor	Jumlah responden	Skor total	Presentase
Sangat tidak setuju	1	1	1	1%
Tidak setuju	2	6	12	6%
Setuju	3	30	90	30%
Sangat setuju	4	63	252	63%
Total		100	355	100%
Total tanggapan responden		88,75		

Sumber : data primer 2022

Dari tabel 4.18 menunjukkan bahwa dari 100 responden yang diteliti, sebesar 1% menjawab sangat tidak setuju sebesar, sebesar 6% menjawab tidak setuju, sebesar 30% menjawab setuju, dan sebesar 63% menjawab sangat setuju. layanan *Mobile Banking* mudah digunakan dan dipelajari.

Tanggapan Responden =

$$\frac{\text{skor total hasil jawaban responden}}{\text{skor tertinggi responden}} \times 100\%$$

$$\frac{355}{4 \times 100} \times 100\% = 88,75\%$$

Dapat dilihat nilai yang diperoleh sebesar 88,75% sangat mencapai tujuan layanan *Mobile Banking* mudah digunakan dan dipelajari

Tabel 4.19 *Mobile Banking* dapat memberikan keamanan dan kenyamanan dalam bertransaksi

Keterangan	Skor	Jumlah responden	Skor total	Presentase
Sangat tidak setuju	1	2	2	2%
Tidak setuju	2	8	16	8%
Setuju	3	34	102	34%
Sangat setuju	4	56	224	56%
Total		100	344	100%
Total tanggapan responden		86		

Sumber : data primer 2022

Dari tabel 4.19 menunjukkan bahwa dari 100 responden yang diteliti, sebesar 2% menjawab sangat tidak setuju sebesar, sebesar 8% menjawab tidak setuju, sebesar 35% menjawab setuju, dan sebesar 56% menjawab sangat setuju. layanan *Mobile Banking* mudah digunakan dan dipelajari *Mobile Banking* dapat memberikan keamanan dan kenyamanan dalam bertransaksi.

Tanggapan Responden =

$$\frac{\text{skor total hasil jawaban responden}}{\text{skor tertinggi responden}} \times 100\%$$

$$\frac{344}{4 \times 100} \times 100\% = 86\%$$

Dapat dilihat nilai yang diperoleh sebesar 86% sangat mencapai tujuan *Mobile Banking* dapat memberikan keamanan dan kenyamanan dalam bertransaksi

5. Perubahan nyata

Tabel 4.20 pengguna *Mobile Banking* dapat dilakukan melalui *smartphone* dengan koneksi internet

Keterangan	Skor	Jumlah responden	Skor total	Presentase
------------	------	------------------	------------	------------

Sangat tidak setuju	1	1	1	1%
Tidak setuju	2	2	4	25%
Setuju	3	29	87	29%
Sangat setuju	4	68	272	68%
Total		100	364	100%
Total tanggapan responden			91	

Sumber : data primer 2022

Dari tabel 4.20 menunjukkan bahwa dari 100 responden yang diteliti, sebesar 1% menjawab sangat tidak setuju sebesar, sebesar 25% menjawab tidak setuju, sebesar 29% menjawab setuju, dan sebesar 68% menjawab sangat setuju. pengguna *Mobile Banking* dapat dilakukan melalui *smartphone* dengan koneksi internet.

Tanggapan Responden =

$$\frac{\text{skor total hasil jawaban responden}}{\text{skor tertinggi responden}} \times 100\%$$

$$\frac{364}{4 \times 100} \times 100\% = 91\%$$

Dapat dilihat nilai yang diperoleh sebesar 91% sangat terjadi perubahan nyata pengguna *Mobile Banking* dapat dilakukan melalui *smartphone* dengan koneksi internet

Tabel 4.21 pengguna *Mobile Banking* meningkatkan efisiensi transaksi jika dibandingkan transaksi langsung di Bank atau ATM

Keterangan	Skor	Jumlah responden	Skor total	Presentase
Sangat tidak setuju	1	1	1	1%
Tidak setuju	2	4	8	4%
Setuju	3	31	93	31%
Sangat setuju	4	64	256	64%
Total		100	358	100%
Total tanggapan responden			89,5	

Sumber : data primer 2022

Dari tabel 4.21 menunjukkan bahwa dari 100 responden yang diteliti, sebesar 1% menjawab sangat tidak setuju sebesar, sebesar 4% menjawab tidak setuju, sebesar 31% menjawab setuju, dan sebesar 64% menjawab sangat setuju. pengguna *Mobile Banking* meningkatkan efisiensi transaksi jika dibandingkan transaksi langsung di Bank atau ATM.

Tanggapan Responden =

$$\frac{\text{skor total hasil jawaban responden}}{\text{skor tertinggi responden}} \times 100\%$$

$$\frac{358}{4 \times 100} \times 100\% = 89,5\%$$

Dapat dilihat nilai yang diperoleh sebesar 89,5% sangat terjadi perubahan nyata pengguna *Mobile Banking* meningkatkan efisiensi transaksi jika dibandingkan transaksi langsung di Bank atau ATM

Tabel 4.22 pengguna *Mobile Banking* meningkatkan kinerja atau bisnis

Keterangan	Skor	Jumlah responden	Skor total	Presentase
Sangat tidak setuju	1	1	1	1%
Tidak setuju	2	6	12	6%
Setuju	3	27	81	27%
Sangat setuju	4	66	264	66%
Total		100	358	100%
Total tanggapan responden		89,5		

Sumber : data primer 2022

Dari tabel 4.22 menunjukkan bahwa dari 100 responden yang diteliti, sebesar 1% menjawab sangat tidak setuju sebesar, sebesar 6% menjawab tidak setuju, sebesar 27% menjawab setuju, dan sebesar 66% menjawab sangat setuju. pengguna *Mobile Banking* meningkatkan kinerja atau bisnis.

Tanggapan Responden =

$$\frac{\text{skor total hasil jawaban responden}}{\text{skor tertinggi responden}} \times 100\%$$

$$\frac{358}{4 \times 100} \times 100\% = 89,5\%$$

Dapat dilihat nilai yang diperoleh sebesar 89,5% sangat terjadi perubahan nyata pengguna *Mobile Banking* meningkatkan kinerja atau bisnis

Tabel 4.23 keluhan terhadap layanan *Mobile banking* lebih cepat ditanggapi

Keterangan	Skor	Jumlah responden	Skor total	Presentase
Sangat tidak setuju	1	2	2	2%
Tidak setuju	2	5	10	5%
Setuju	3	36	108	36%
Sangat setuju	4	57	228	57%
Total		100	348	100%
Total tanggapan responden		87		

Sumber : data primer 2022

Dari tabel 4.23 menunjukkan bahwa dari 100 responden yang diteliti, sebesar 2% menjawab sangat tidak setuju sebesar, sebesar 5% menjawab tidak setuju, sebesar 36% menjawab setuju, dan sebesar 57,5% menjawab sangat setuju. keluhan terhadap layanan *Mobile banking* lebih cepat ditanggapi.

Tanggapan Responden =

$$\frac{\text{skor total hasil jawaban responden}}{\text{skor tertinggi responden}} \times 100\%$$

$$\frac{348}{4 \times 100} \times 100\% = 87\%$$

Dapat dilihat nilai yang diperoleh sebesar 87% sangat terjadi perubahan nyata keluhan terhadap layanan *Mobile banking* lebih cepat ditanggapi

Berikut tabel dari hasil rekapitulasi tanggapan responden mengenai *Mobile Banking* BRI Kcp Ujungbatu:

4.24 Tabel hasil rata – rata tanggapan responden

No	Ukuran	Tanggapan Responden	Rata – rata
1	Pemahaman nasabah		
	mengetahui adanya layanan perbankan secara online menggunakan <i>Mobile Banking</i>	90,35%	87,65
	Mengetahui cara aktivasi <i>Mobile Banking</i>	86,75%	
	Mengetahui cara penggunaan <i>Mobile Banking</i>	88%	
	Mengetahui fitur – fitur di <i>Mobile Banking</i>	85,5%	
2	Tepat sasaran		
	Kemudahan bertransaksi dengan <i>Mobile Banking</i> sangat baik	89,25%	86,6
	<i>Mobile Banking</i> menyediakan informasi yang cukup jelas dan lengkap	84,5%	
	<i>Mobile Banking</i> BRI lebih aman dibandingkan dengan layanan Bank lainnya	86,25%	
3	Tepat waktu		
	Menggunakan <i>Mobile Banking</i> dapat menghemat waktu bertransaksi	90,25%	88,3%
	<i>Mobile Banking</i> dapat diakses dengan cepat	89,25%	
	<i>Mobile Banking</i> mampu merespon dengan cepat jika terjadi kendala/masalah	85,5%	

	dalam transaksi		
4	Pencapaian tujuan		
	<i>Mobile Banking</i> dapat digunakan dimanapun dan kapanpun	88,5%	89%
	Menggunakan <i>Mobile Banking</i> kebutuhan transaksi kebutuhan yang mendesak dapat teratasi	92,75%	
	Layanan <i>Mobile Banking</i> mudah untuk digunakan dan dipelajari	88,75%	
	<i>Mobile Banking</i> dapat memberikan keamanan dan kenyamanan dalam bertransaksi	86%	
5	Perubahan nyata		
	Penggunaan <i>Mobile Banking</i> dapat dilakukan melalui <i>smartphone</i> dengan koneksi internet	91%	89,25%
	Penggunaan <i>Mobile Banking</i> meningkatkan efisiensi transaksi jika dibandingkan transaksi langsung di Bank/ATM	89,5%	
	Penggunaan <i>Mobile Banking</i> meningkatkan kinerja/bisnis	89,5%	
	Keluhan terhadap layanan <i>Mobile Banking</i> lebih cepat ditanggapi	87%	
Rata – rata			88,16%

Sumber : Data Kuisioner diolah 2022

Berdasarkan tabel di atas masih terdapat beberapa indikator yang berada di bawah rata-rata sebagai berikut:

1. Indikator pemahaman nasabah
 - a. Mengetahui cara aktivasi *mobile banking* dengan angka 86,75%

Masih terdapat nasabah yang kesulitan untuk mendaftar pada aplikasi *mobile banking* dikarenakan harus ke bank terdekat dan harus mengisi formulir pendaftaran yang lumayan sulit.
 - b. Mengetahui cara penggunaan *mobile banking* dengan angka 88%

Terdapat nasabah yang belum memahami cara menggunakan aplikasi dengan baik sehingga sering terjadi hal hal seperti lupa kata sandi yang menyebabkan akun nasabah terblokir.
 - c. Mengetahui fitur-fitur *mobile banking* 85.5%

Nasabah masih ada yang kurang memahami fitur-fitur pada aplikasi *mobile banking* dikarenakan kurangnya penjelasan dan informasi yang kurang jelas dan terlalu sulit untuk digunakan.

2. Indikator tepat sasaran

- a. *Mobile banking* menyediakan informasi yang jelas dan lengkap dengan nilai 84.5%

Masih terdapat nasabah yang tidak mendapatkan informasi yang jelas dikarenakan banyak nasabah yang berusia 55 tahun ke atas lebih cenderung kurang paham menggunakan teknologi, sehingga informasi yang di sediakan harus lebih jelas dan tepat.

- b. *Mobile banking* BRI lebih aman dibandingkan dengan layanan bank lainnya dengan nilai 86.25%

Nasabah masih meragukan tingkat keamanan pada layanan *mobile banking* dikarenakan tiba-tiba *error* dan tidak bisa digunakan.

3. Tepat waktu

- a. *Mobile Banking* mampu merespon dengan cepat jika terjadi kendala/masalah dalam transaksi dengan nilai 85,5%

Karena nasabah pengguna *mobile banking* harus ke bank untuk mengatasi kendala yang dihadapi nasabah dalam penggunaan *Mobile Banking*

4. Pencapaian tujuan

- a. *Mobile Banking* dapat memberikan keamanan dan kenyamanan dalam bertransaksi dengan nilai 86%

Pengguna *Mobile Banking* masih terdapat kekhawatiran merasa kurang aman karena masih banyaknya penipuan dalam penggunaan *Mobile Banking* yang menyebabkan hilangnya saldo nasabah

5. Perubahan nyata

- a. Keluhan terhadap layanan *Mobile Banking* lebih cepat ditanggapi dengan nilai 87%

Pengguna masih merasa bahwa keluhan terhadap aplikasi *Mobile Banking* tidak cepat ditanggapi karena lamanya prosedur penyelesaian atas keluhan yang dilaporkan

Berdasarkan data dari 100 responden maka 88,16% terletak pada interval sangat setuju (76 – 100). Berdasarkan hasil rekapitulasi jawaban responden mengenai Efektivitas Aplikasi *Mobile Banking* (Studi Kasus BRI Kcp Ujungbatu, Riau disimpulkan bahwa dari lima indikator nilai tertinggi pada “perubahan nyata” nilai rata – rata pada perindikator 89,25% dengan pernyataan “penggunaan *Mobile Banking* meningkatkan kinerja/bisnis” nilai rata – rata per item sebesar 89,5 artinya nasabah menyetujui dengan adanya *Mobile Banking* bisa meningkatkan kualitas kinerja dan bisnis. Sedangkan skor terendah pada indikator

“tepat sasaran” dengan nilai rata – rata perindikator sebesar 86,6% dengan pernyataan *Mobile Banking* memberikan informasi yang cukup jelas dan lengkap dengan nilai rata – rata per item sebesar 84,5%.

4.1 Efektivitas Aplikasi *Mobile Banking* BRI Kcp Ujungbatu, Riau.

Tabel 4.24 Hasil presentasi rekapitulasi indikator - indikator

Indikator	Jumlah pernyataan	Jumlah responden	Jumlah skor
Pemahaman nasabah	4	100	1404
Tepat sasaran	3		1035
Tepat waktu	3		1060
Pencapaian tujuan	4		1424
Perubahan nyata	4		1428
Total	18	100	6351

Sumber : data primer 2022

Jumlah skor masing – masing indikator dapat dilihat pada 5 indikator. Untuk mengetahui tingkat presentase efektivitas *Mobile Banking* BRI kcp UjungBatu, Riau. Menggunakan rumus sebagai berikut :

$$\begin{aligned}
 \text{Efektivitas} &= \frac{\text{skor yang diperoleh}}{\text{skor ideal}} \times 100\% \\
 &= \frac{\text{skor yang diperoleh}}{\text{skor ideal}} \times 100\% \\
 &= \frac{6351}{18 \times 5 \times 100} \times 100\% \\
 &= \frac{6351}{9000} \times 100\% \\
 &= 70,56\%
 \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dirumuskan menunjukkan bahwa tingkat presentase yang dicapai sebesar 70,56%. Hal ini menunjukkan bahwa presentase yang dicapai bila dikonfirmasi dengan klasifikasi yang telah ditentukan sebelumnya yaitu pada interval 60% – 79% yang berarti efektif, maka dapat dikatakan bahwa Efektivitas Aplikasi *Mobile Banking* (Studi Kasus BRI Kcp Ujungbatu, Riau) tergolong efektif.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

1. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa nasabah memberikan tanggapan positif terhadap aplikasi *Mobile Banking* BRI. Dilihat dari tanggapan nasabah terhadap dari 5 indikator yang digunakan dalam penelitian ini sebesar 88,16% yang berada pada rentang sangat setuju.
2. Sedangkan untuk efektivitas aplikasi *Mobile Banking* BRI diperoleh nilai sebesar 70,56% yang tergolong efektif. Aplikasi *Mobile Banking* memudahkan nasabah dalam bertransaksi *online*.

Saran

Berdasarkan kesimpulan dari hasil penelitian, maka penelitian mengajukan saran yaitu:

1. Kepada PT. Bank Rakyat Indonesia Tbk agar dapat terus meningkatkan pengembangan sistem layanan yang sesuai dengan kebutuhan nasabah pada masa yang akan datang, sehingga dapat mempengaruhi nasabah untuk menggunakan produk dan jasa Bank BRI Kcp Ujungbatu, Riau.
2. Sebaiknya perusahaan perlu melakukan sosialisasi kepada nasabah terkait keamanan *Mobile Banking* sehingga nasabah merasa aman bertransaksi di aplikasi *Mobile Banking* serta diharapkan penggunaan aplikasi *Mobile Banking* lebih dipermudah dalam fitur – fitur penggunaannya agar dapat dengan mudah dipahami oleh nasabah.

DAFTAR PUSTAKA

- Admosoerprapto, K. 2016. *Produktivitas Aktualisasi Budaya Perusahaan*. Jakarta: Gramedia
- Beni, Pekei. 2016. *Konsep dan Analisi Efektivitas Pengelolaan Keuangan Daerah di Era Otonomi*. Buku I. Jakarta Pusat : Taushia.
- Bolon, Nelson Tampu. 2015. *Bijak ber-eBanking*. Jakarta : OJK.
- Drucker, Peter F. 2016. *Pengantar Manajemen*. Jakarta: Pustaka Binaman Pressindo Effendi.
- Irfan Nurahmadi, Harish. 2017. Pengaruh Kepercayaan Nasabah dan Kualitas Layanan *Mobile Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah. Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Syarif Hidayatullah. Jakarta.
- Iriani, Annisa Fitri. 2018. Minat Nasabah dalam Penggunaan *Mobile Banking* pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Kota Palopo. *Journal of Islamic Management and Business Vol 2 NO 2*.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2016. *Marketing Managemen*, 15th Edition, Pearson Education, Inc
- Kotler, p., & Amstrong ., G . (2016). *Prinsip – prinsip pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Kuriaty, Harlina. 2018. Pelayanan Nasabah BRI Cabang Buntok Menggunakan Aplikasi *Mobile Banking* pada Tahun 2017. *Jurnal Anterior Volume 17 Issue 2 Juni*.
- Kurniawati, Hanif Astika. 2017. Analisa Pengguna *Mobile Banking* dengan pendekatan *Technology Acceptance Model (TAM)* yang telah dimodifikasi. *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Akutansi Volume IV (1) : 24-29*.
- Letic, Jovana. 2020. *Mobile Banking Statistics : The Future of Money is in the palm of your hand*. *Data Prot*.
- Manap, A. 2016. *Revolusi Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Mitra Wacana Media
- Mardiasmo. 2016. *Efisiensi dan Efektifitas*. Jakarta : Andy
- Marginingsih, R. 2020. Kualitas *Mobile Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BRI (Studi Pada Pengguna BRI *Mobile* di Kota Depok). *Moneter - Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 7(1), 24–31.
- Morrisan. 2017. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta : Kencana
- Muladi, Ady. 2021, Efektivitas Sistem Layanan *Mobile Banking* Dalam Merespon Kebutuhan Nasabah Di Era Pandemic *Covid-19* (Studi Pada Nasabah PT Bank Syariah Indonesia, Tbk KCP Bulukumba Sam Ratulangi). Skripsi : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar

Nasihul, Umam. 2018. Analisis Perbandingan Kualitas Layanan BRI *Mobile Banking* dan BSM *Mobile Banking*. Skripsi Prodi Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Raden Intan.Lampung.

Otoritas Jasa Keuangan. 2015. *Daftar Bank di Indonesia Berdasarkan Total Aset*, Retrieved April 2015 from <http://www.ojk.go.id>

Otoritas Jasa Keuangan. 2020. *10 Bank dengan aset terbesar di Indonesia* from <http://www.mycity.co.id>

Pengertian mobile banking. 2022. <http://bri.co.id>

Purba, T.P & Limakrisna.2017.*Manajemen Pemasaran dan Teori Aplikasi dalam Bisnis di Indonesia*.Jakarta : Mitra Wacana Media

Poniman, B., Chaerudin, A. 2017. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta : Deepublish

Sa'adiyah, W.,Marlena, N. 2018. Use Of e-toll Card: Statified Consumers. *Jurnal Manajemen Motivasi*.

Sari, L.M., Hartini, Sri., Andria, Fredi. 2019. *JIMFE Vol 4 No 2 Edisi 2*.

Sharingvision. 2014. *Pengguna Mobile Banking 20 Juta*, Retrived April 2015 from <http://sharingvision.com>

Sondang, P, Siagian. 2016. *Sistem Informasi Manajemen*. Jakarta : Bumi Aksara

Sedjati. 2018. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta : Deepublish

Steers, M. Richard. 2015. *Efektivitas Organisasi*. Jakarta : Erlangga.

Styarini, F., Riptiono, S. 2020. Analisis pengaruh customer *trust* terhadap Keputusan menggunakan *mobile banking* melalui *perceived risk* dan *perceived usefulness* sebagai variabel *intervening* (Studi pada pengguna aplikasi *mobile banking*BRI di Kantor Cabang Kebumen). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* 2(4) Agustus

Sugiyono. 2019. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. *ALphabeta Bandung*.

Sulistiani.2016. *Efektivitas Strategi Pemasaran Jasa Sewa Mobil pada PT HRC Prima Sejahtera Jakarta*. 13.

Sumarwan, Ujang. 2017. *Perilaku Konsumen : Teori dan peranannya dalam pemasaran*. Bogor : Ghalia Indonesia

Sunyoto, Danang. 2018. *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi, dan Kasus) Edisi Ketiga*. Jakarta : CAPS

Supomo, R, Nurhayati, E. 2018. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bandung : Yrama Widya

Suryani, Evi. 2016. *Efektivitas Pemungutan Pajak Bumi dan Bangunan Dinas Pendapatan Kabupaten Pesawaran dalam Peningkatan Pendapatan Asli Daerah*

(PAD) (Studi pada Kecamatan Gedong Tataan dan Kecamatan Kedondong Kabupaten Pesawaran)”.Skripsi.Jurusan Ilmu Pemerintahan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.

Wulandari, N.P, Noviandri, N. 2017. Analisis Faktor-faktor Penggunaan Layanan *Mobile Banking* di Bandung. *Jurnal Bisnis dan Iptek Vol 10 No 2*.

Yogi, Koswara.2018, *Analisis Kualitas Pelayanan BANK BRI Cabang Cik Ditiro D. I. Yogyakarta*.Skripsi : Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.

Yusuf, M. 2017. *Metode penelitian (Kualitatif, kuantitatif dan penelitian gabungan)*. Jakarta : Kencana.

Lampiran 1

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Bobby Saputra

Alamat : Desa Teluk Aur, Dusun Aur Kuning, RT/RW 08/04, Kec.Rambah
Samo, Kab. Rokan Hulu, Riau

Tempat Tanggal Lahir: Surau Gading, 05 September 1998

Agama : Islam

- SD : SD Negeri 003 Rambah Samo
- SMP : SMP Negeri 2 Rambah Samo
- SMA : SMA Negeri 2 Ujung Batu

Bogor, Juni 2022

Peneliti,

(Bobby Saputra)

Lampiran 2



Foto riset di BANK BRI KCP UjungBatu,Riau 2022



Universitas Pakuan

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

S1 Manajemen "Terakreditasi A" S1 Akuntansi "Terakreditasi A" S1 Bisnis Digital "Terakreditasi"

Jl. Pakuan P.O Box 452 Bogor 16143 Telp. (0251) 8314918 (Hunting)

Nomor : 520 /WD.1/FEB-UP/VI/2022 9 Juni 2022
 Lampiran :
 Perihal : Permohonan Riset Tugas Akhir
 Kepada : Yth. Pimpinan
 BANK RAKYAT INDONESIA (BRI) UJUNG BATU
 Jl. Jendral Sudirman, Kecamatan Ujung Batu,
 Kabupaten Rokan Hulu , Riau 28553.

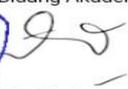
Dengan hormat,

Sehubungan dengan tugas penyusunan makalah seminar bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Pakuan, bermaksud untuk melaksanakan Riset Tugas Akhir pada kantor/intansi yang Bapak/Ibu pimpin.

Maka bersama ini kami hadapkan :

Nama : Boby Saputra
 NPM : 021117109
 Program Studi : Manajemen
 Judul Tugas Akhir : Efektivitas Aplikasi *Mobile banking* (Studi Kasus BRI Cabang Ujung Batu)

Besar harapan kami mohon Bapak/Ibu dapat mengizinkan, atas perhatian dan kerjasamanya yang baik diucapkan terimakasih.

a.n. Dekan,
 Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kemahasiswaan



Dr. Retno Martanti Endah Lestari, SE., M.Si., CMA., CAPM.

Tembusan :
 Yth. Bapak Dekan FEB – UP (Sebagai Laporan

Website

e-mail :

Surat pengantar riset 2022

Lampiran 3

KUESIONER PENELITIAN

Efektivitas Aplikasi *Mobile Banking* (Studi kasus BRI Kcp UjungBatu, Riau)

Kepada Yth,

Bapak / Ibu / Saudara / I

Dengan Hormat,

Sehubungan dengan penyusunan Skripsi, Bersama ini saya :

Nama : Bobby Saputra

NPM : 021117109

Mahasiswa : Universitas Pakuan

Dalam rangka penyelesaian skripsi saya melakukan penelitian ilmiah untuk penyusunan skripsi dengan judul, EFEKTIVITAS MOBILE BANKING (STUDI KASUS BRI KCP UJUNG BATU, RIAU). Sehubungan dengan hal tersebut saya sangat mengharapkan kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/I untuk meluangkan waktunya sejenak untuk mengisi pertanyaan pada kuisisioner ini.

Atas perhatian dan kerja samanya saya ucapkan terimakasih.

A. Identitas Responden

1. Jenis Kelamin :

- a) Laki – Laki
- b) Perempuan

2. Usia :

- a. < 20 Tahun
- b. 20 – 35 Tahun

c. 35 – 45 Tahun

d. 45 – 55 Tahun

e. > 55

3. Pendidikan :

a. < SMA

b. SMA

c. D3

d. S1

e. > S1

4. Pekerjaan :

a. Tidak Bekerja

b. Karyawan

c. Wiraswasta

d. Pegawai Negri

B. Petunjuk Pengisian :

1. Isilah kolom penilaian sesuai pendapat anda dengan memberikan tanda checklist (\checkmark) pada pilihan jawaban yang tersedia

2. Parameter penilaian sebagai berikut:

1 = Sangat Setuju

2 = Setuju

3 = Tidak Setuju

4 = Sangat Tidak Setuju

No	Dimensi	Indikator	Pilihan Jawaban			
			SS	S	TS	STS
1	Pemahaman Nasabah	e. Mengetahui adanya layanan perbankan secara <i>online</i> menggunakan <i>mobile banking</i>				
		f. Mengetahui cara aktivasi <i>mobile banking</i>				
		g. Mengetahui cara penggunaan <i>mobile banking</i>				
		h. Mengetahui fitur-fitur di <i>mobile banking</i>				
2	Tepat Sasaran	d. Kemudahan bertransaksi dengan <i>mobile banking</i> sangat baik				
		e. <i>Mobile banking</i> menyediakan informasi yang cukup jelas dan lengkap				
		f. <i>Mobile banking</i> lebih aman dibandingkan dengan layanan bank lainnya				
3.	Tepat Waktu	d. Menggunakan <i>mobile banking</i> dapat menghemat waktu transaksi				
		e. <i>Mobile banking</i> dapat diakses dengan cepat				

		f. <i>Mobile banking</i> mampu merespon dengan cepat jika terjadi kendala/masalah dalam bertransaksi				
4.	Pencapaian Tujuan	e. <i>Mobile banking</i> dapat digunakan dimanapun dan kapanpun				
		f. Menggunakan <i>mobile banking</i> kebutuhan transaksi yang mendesak dapat teratasi				
		g. Layanan <i>mobile banking</i> mudah untuk digunakan dan dipelajari				
		h. <i>Mobile banking</i> dapat memberikan keamanan dan kenyamanan dalam bertransaksi				
5.	Perubahan Nyata	e. Penggunaan <i>mobile banking</i> dapat dilakukan melalui <i>smartphone</i> dengan koneksi internet				
		f. Penggunaan <i>mobile banking</i> meningkatkan efisiensi transaksi jika dibandingkan transaksi langsung di bank/ATM				
		g. Penggunaan <i>mobile banking</i> meningkatkan kinerja/bisnis				
		h. Keluhan terhadap layanan <i>mobile banking</i> lebih cepat ditanggapi				

Tabulasi Efektivitas

x1	x2	x3	x4	x5	x6	x7	x8	x9	x10	x11	x12	x13	x14	x15	x16	x17	x18
4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3
4	4	3	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	2	3	3	4	3
4	3	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	3
4	4	4	4	4	3	2	3	2	3	3	2	3	4	2	3	2	4
4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	2	4	4	3	2	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4
3	3	3	3	4	2	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	2
4	4	3	3	4	2	2	2	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4
3	3	3	1	3	3	3	4	4	3	4	4	4	1	4	4	4	4
3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	1	1	2	3	3	3	2	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
3	3	3	3	4	3	2	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3
4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3
4	4	4	3	4	4	2	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	4	4	2	2	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	4	4	3	2	2	4	3	2	4	4	4	3	4	4	4	2
3	3	3	4	3	3	4	3	4	4	3	4	3	3	4	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3
1	1	1	2	1	1	2	1	1	1	2	1	1	2	1	1	1	2
3	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	2	3	4	4	4	4
4	4	4	4	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3
4	3	3	3	4	3	3	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	3
4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4
3	4	1	1	2	4	2	4	3	1	3	4	2	3	3	4	2	3

4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	3	4	4
4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	3
4	3	3	2	4	3	4	4	4	3	2	3	3	4	4	4	4	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	4	2	3	2	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	2	1
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	3	4	4	4	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	3	3	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3
3	3	2	2	3	2	3	2	2	1	2	4	2	3	2	2	2	1
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	4	4	4
3	3	2	3	3	3	4	3	3	4	2	3	4	3	4	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	2	4	4
4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	4	4	2	4	3	2	4	3	3	4	3	2	3	4	3	4
3	3	3	3	2	2	4	1	1	4	3	2	4	2	4	3	3	4
3	3	4	3	3	2	2	4	4	3	2	1	2	2	3	2	2	2
3	2	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	3	4
3	3	2	1	2	4	3	4	2	4	2	4	2	4	4	4	4	3
4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
4	4	3	2	4	3	4	3	2	2	4	4	4	4	3	4	3	3

4	3	3	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4
3	3	2	4	3	2	4	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	4	3	4	4	3	3	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	3	3	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	3	3	4	4
4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	3	4	4	3	4	3
3	3	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4
4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	3
4	4	3	3	3	4	3	4	4	3	4	4	2	4	3	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	2	3	2	3	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	2	4	3	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	4	3	4	3	4	3	4	2	4	4	3	4	4	3	4	3
4	3	4	3	4	2	4	4	3	4	3	3	4	3	3	3	4	4
4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	2	4	3	4	3	3	4
4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	3	2	3
3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3
4	4	4	4	3	3	2	4	3	3	2	4	3	2	3	3	3	2
4	4	4	4	3	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	3
3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4
3	3	3	3	4	3	3	4	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3

