

## Pengaruh *SMS Banking* dan Kualitas Produk terhadap kepuasan Nasabah Bank Kaltimara Samarinda

Dewi Melati Setyaningrum<sup>1\*</sup> Yulia Tri Kusumawati<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur, Samarinda, Indonesia  
Kontak Email: [dewim1703@gmail.com](mailto:dewim1703@gmail.com)

Diterima :17/06/22

Revisi :22/07/22

Diterbitkan :24/08/22

### Abstrak

**Tujuan Studi:** Dilakukannya riset ini akan mengetahui dampak dari *Sms Banking* dan Kualitas Produk terhadap kepuasan nasabah terhadap Bank Kaltimara Samarinda

**Metodologi:** Penelitian ini memakai jenis penelitian kualitatif dan asosiatif dengan jumlah sampel sebesar 100 responden yang dipilih dan akan diuji memakai *purposive sampling*, penelitian ini memakai aplikasi SPSS versi 21 dengan teknik analisis yang dipakai adalah regresi linear berganda

**Hasil:** Dalam hasil pengkajian ini membuktikan bahwa *SMS Banking* dan Kualitas Produk berpengaruh signifikan positif terhadap Kepuasan Nasabah Bank Kaltimara Samarinda. Secara simultan, *SMS Banking* dan Kualitas Produk mempunyai hubungan signifikan positif terhadap Kepuasan Nasabah Bank Kaltimara Samarinda. Maka kesimpulannya, *SMS Banking* dan Kualitas Produk berpengaruh signifikan positif terhadap Kepuasan Nasabah Bank Kaltimara.

**Manfaat:** Riset ini digunakan sebagai pertimbangan untuk melihat seberapa besar pengaruh yang diberikan *Sms Banking* dan Kualitas produk terhadap Kepuasan Nasabah Bank Kaltimara dapat dijadikan sebagai tolak ukur bagi Bank untuk meningkatkan atau mempertahankan rasa puas dari para nasabah.

### Abstrak

**Purpose of the Study:** This research was conducted to determine the effect of *Sms Banking* and Product Quality on customer satisfaction at Kaltimara Bank Samarinda

**Methodology:** This study uses qualitative and associative research types with a total sample of 100 respondents selected and will be tested using purposive sampling and the analysis technique used is multiple linear regression using the SPSS ver application. 21.

**Results:** The results of this study partially proved that *SMS Banking* and Product Quality have a significant and positive influence on the Customer Satisfaction of Bank Kaltimara Samarinda. Simultaneously, *SMS Banking* and Product Quality together have a positive and significant influence on Bank Kaltimara Samarinda Customer Satisfaction. In conclusion, *SMS Banking* and Product Quality has a significant and positive influence on the Customer Satisfaction of Bank Kaltimara.

**Benefits:** This research can be used as a measuring tool to see how much influence *Sms Banking* and Product Quality have on Bank Kaltimara Customer Satisfaction so that it can be used as a benchmark for Banks to increase or maintain satisfaction from customers.

**Kata Kunci :** *Sms Banking*, Kualitas Produk, Kepuasan Nasabah.

### 1.PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi yang semakin canggih menandakan zaman yang modern ini, segala macam aktivitas pun bisa menjadi praktis. Mulai dari transfer dana, membeli makan, shopping dan lain sebagainya. Dengan adanya layanan yang super canggih tersebut, konsumen akan merasa puas terhadap layanan elektronik tersebut. Hal tersebut menjadikan salah satu tujuan utama para bank menciptakan layanan elektronik semacam *Mobile Banking*, *SMS Banking*, *E Banking* untuk mempermudah proses transaksi para nasabah sehingga akan menimbulkan rasa puas didalam diri nasabah dengan produk serta layanan yang dihasilkan oleh Bank. Berdasarkan Undang-undang Tahun 1998 Nomor 10 pasal 1 mengenai perbankan, menyatakan nasabah merupakan pihak yang memakai jasa bank sedangkan nasabah penyimpan merupakan nasabah yang menaruh dananya pada bank dalam bentuk simpanan berdasarkan perjanjian bank dengan nasabah yang bersangkutan. Oleh karena itu, bank berupaya untuk meningkatkan pelayanan mereka dengan cara menciptakan produk-produk yang berkualitas dan inovatif lalu para nasabah akan menilai bank tersebut dengan produk-produk apa saja yang dimiliki bank tersebut, kualitas layanan yang diberikan oleh *Customer Service* Bankaltimara, jaminan yang diberikan oleh pihak bank, kualitas *E-Banking* dari setiap bank.

Menurut pemimpin Departemen Hubungan Korporasi Bankaltimara, Iwan Haryanto menyampaikan bahwa Bankaltimara tetap melayani para nasabah seperti biasa. Meskipun begitu, Bankaltimara juga mengawasi serta memperhatikan kesehatan, keselamatan, dan kebutuhan para

nasabah. Untuk menjaminkannya, Bank Kaltimantara pun menyediakan *hand sanitizer* bagi nasabah yang ingin melakukan transaksi di Bank Kaltimantara sebelum memasuki bank ([www. Bankaltimantara.co.id](http://www.Bankaltimantara.co.id)). Bukannya acuh terhadap kebijakan pemerintah perihal virus yang sedang melanda Indonesia ini. Namun Bank Kaltimantara hanya ingin memberikan pelayanan yang baik untuk memenuhi kebutuhan setiap nasabahnya. Meskipun dalam keadaan yang cukup kurang sehat ini, Bank Kaltimantara tetap memberikan layanan yang terbaik untuk para nasabahnya. Dengan cara berinovasi melalui layanan elektronik atau digital banking. Konsep yang dimiliki digital banking ini adalah *SMS banking*. Agar mudah mengakses *sms banking* yang telah disediakan oleh Bank Kaltimantara, para nasabah harus pergi ke bank untuk mengaktifkan *sms banking* tersebut. Hal ini dilakukan agar segala aktivitas para nasabah dapat dilakukan melalui *sms banking* tersebut, namun semua identitas dari nasabah juga harus ada agar tidak terjadi akun yang menyalahi aturan bank sehingga para pihak yang tidak bertanggung jawab tidak menggunakannya dengan semena-mena untuk mencari keuntungan sendiri dan merugikan para nasabah.

*Sms banking* merupakan salah satu inovasi yang diciptakan Bank Kaltimantara Untuk seluruh masyarakat Kalimantan Utara dan Kalimantan Timur. *Short Message System (SMS)* banking diciptakan untuk membantu para nasabah yang kesulitan untuk melakukan transaksi di Bank karena rutinitas yang padat atau nasabah yang kesulitan untuk mengantri di Bank. Bank Kaltimantara menciptakan *SMS Banking* guna mempermudah seluruh nasabah untuk melakukan transaksi dimanapun dan kapanpun. Sehingga tidak menghambat seluruh pekerjaan atau kegiatan dari seluruh nasabah. Dengan adanya layanan *SMS Banking* ini diharapkan para nasabah merasa puas dengan layanan yang tersedia ini. Begitupun dengan kualitas produk yang dimiliki oleh Bank Kaltimantara. Tidak sedikit masyarakat yang menggunakan Bank Kaltimantara karena layanan dan produk-produk dari bank ini. Menurut Tjiptono (2012:311) kepuasan pelanggan adalah hasil evaluasi dari respon setiap pelanggan terhadap kinerja dari suatu jasa maupun konsumsi produk yang digunakan para pelanggan. Hal ini yang menjadikan kualitas produk sebagai alat ukur bagi kepuasan nasabah. Jika kinerja atau manfaat dari produk tersebut sesuai standar keinginan nasabah tentu saja pelanggan akan merasa puas.

Produk-produk yang biasanya digunakan oleh masyarakat yaitu tabungan, giro, deposito dan kredit. Produk produk bank memiliki keunggulannya masing-masing. Keunggulannya yang utama adalah aman. Setiap bank harus menjamin keamanan mereka agar nasabah percaya untuk menitipkan dana mereka di bank tersebut ([www. Cermati.com](http://www.Cermati.com)). Menurut Assauri (2012) kualitas produk merupakan suatu faktor untuk mencapai tujuan agar terciptanya suatu barang atau produk yang sesuai dengan kualitas yang diinginkan sedangkan menurut Assauri (2015) mengeluarkan pendapatnya kembali bahwa kualitas produk merupakan fungsi yang diharapkan dapat meningkatkan kualitas dari suatu merek atau produk. Hal ini memicu bahwa suatu produk diciptakan dengan suatu tujuan yang akan membuat para customer merasakan bahwa produk yang diciptakan oleh suatu Bank pasti sangat menguntungkan bagi mereka. Setiap keunggulan pasti ada yang namanya kelemahan. Produk-produk bank juga memiliki kelemahan seperti suku bunga yang *Floating Rate* atau tidak menentu. Nasabah yang hendak mencairkan Giro harus sesuai pada tanggal jatuh tempo. Jika sebelum tanggalnya, bank tidak akan menerima dan tidak akan mencairkan dana tersebut. Beberapa kelebihan dan kelemahan dari produk-produk bank tidak membuat rasa tertarik nasabah berkurang untuk menggunakan produk-produk yang diciptakan oleh bank karena setiap kelemahan dari produk bank terdapat berbagai macam kelebihan yang ada.

Dalam hal ini, layanan elektronik serta kualitas produk menjadi faktor yang mampu meningkatkan kepuasan nasabah. Direktur utama bank kaltimantara Zainuddin Fanani menyatakan bahwa, “Karena sudah masuk pada era digital banking. Dengan perubahan yang sangat cepat, kalau kita tidak melakukannya, maka kita akan ketinggalan dan ditinggalin”. Fenomena tersebut bisa saja menjadi salah satu faktor utama terciptanya layanan elektronik lainnya untuk memberikan kepuasan kepada nasabah mereka ([www.Korankaltim.com](http://www.Korankaltim.com)). Menurut jurnal Mahlet Legesse Addisse (2020), cukup banyak para nasabah pada bank tersebut yang merasakan puas dengan layanan M-Banking yang diberikan oleh bank meskipun terkadang sinyal atau server pada bank terkadang menurun kualitasnya, tetapi para nasabah tetap menggunakan layanan tersebut dan merasa puas. Hal ini memicu loyalitas para nasabah terhadap bank sehingga menimbulkan hasil yang berdampak positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Penelitian yang dilakukan oleh Saeedah As Adpoor (2016) dalam penelitian tersebut, layanan elektronik memiliki dampak yang positif terhadap kepuasan nasabah dan kesetiaan pelanggan pada bank yang ada di Bank Saderat. Sehingga para nasabah merasa puas melakukan transaksi di bank tersebut.

Keterkaitan antara *Sms Banking* dengan Kualitas produk yang dimiliki oleh bank dengan ini ingin mengajukan judul “: Pengaruh SMS Banking dan Kualitas Produk Bank Terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Kaltimantara.”

## 1.2. Rumusan Masalah

Dengan adanya latar belakang yang diuraikan dapat diambil kesimpulan bahwa rumusan masalah yang didapatkan penelitian ini adalah “apakah terdapat pengaruh yang signifikan dan positif antara *Sms Banking* dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Kaltimantara.

## 1.3. Tujuan

Penelitian ini memiliki tujuan yang berupaya untuk mengetahui apakah *Sms Banking* dan Kualitas Produk memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Kaltimantara.

#### 1.4. Penelitian terdahulu

Penelitian terdahulu yang telah di uji coba penelitiannya oleh [Hoseini Azadeh \(2012\)](#) dengan judul : “*Investigating the Effect Of Electronic Banking Service Quality On the Customer Satisfaction*” yang menghasilkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan *Electronic Banking* terhadap Kepuasan Nasabah sedangkan pada penelitian yang dilakukan dan telah diuji oleh [Alfonsius R. Paju \(2011\)](#) dengan judul : “Pengaruh Kualitas Layanan Internet Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Perbankan di Denpasar” dengan hasil yang menunjukkan terdapat hubungan yang signifikan antara Kualitas Layanan Internet terhadap Kepuasan Nasabah.

#### 1.5. Hipotesis

Menurut [Dantes \(2012\)](#) hipotesis merupakan sebuah dugaan yang akan dilakukan pengujian menggunakan data-data yang telah diperoleh melalui penelitian. Hipotesis ini bertujuan sebagai jawaban atau hasil sementara dari kerangka pemikiran yang telah diperoleh sebelum melakukan penelitian. Maka muncullah sebuah hipotesis atau dugaan-dugaan yang akan diuji kebenarannya dengan menggunakan sebuah data yang telah dikumpulkan.

## 2. METODOLOGI

Jenis penelitian kualitatif dan asosiatif adalah salah satu jenis penelitian yang dipilih untuk menguji data yang telah di sediakan untuk penelitian ini. Menurut [Saryono \(2010\)](#) penelitian kualitatif adalah suatu penelitian yang dilakukan untuk mencari keistimewaan pengaruh sosial yang sulit untuk diungkapkan dan dijelaskan melalui pendekatan kuantitatif. Objek pada studi ini bersifat relatif atau tidak dapat diukur hanya dengan menggunakan angka untuk diukur, oleh sebab itu penelitian ini memakai jenis penelitian kualitatif. Tujuan digunakannya penelitian asosiatif agar penelitian ini dapat membantu untuk mengetahui pengaruh dan hubungan di antara variable *SMS Banking*, variabel Kualitas Produk dan variabel kepuasan nasabah. Populasi yang dipergunakan pada studi ini datanya adalah seluruh nasabah Bank Kaltimara, sample di dalam penelitian ini merupakan nasabah bank kaltimara yang terdapat dan sedang bekerja pada Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Provinsi Kalimantan Timur. Untuk teknik penentuan sampel yang digunakan yaitu *Purposive Sampling*.

Pengumpulan data pada studi ini menggunakan teknik penyebaran kuesioner sebagai teknik penelitiannya, dengan peneliti menentukan skor (angka) dengan teknik *Skala Likert* sebagai tanggapan responden untuk menjawab setiap pertanyaan yang diberikan.

**Tabel. 1 Hasil Data dari Penyebaran Kuesioner**

|    | Keterangan                                     | Jumlah kuisoner | %    |
|----|--|-----------------|------|
| 1. | Kuesioner di sebar                             | 197             | 100% |
| 2. | Kuesioner kembali                              | 176             | 89%  |
| 3. | Responden pemilik buku tabungan Bank Kaltimara | 143             | 72%  |
| 4. | Responden memiliki ATM Card Bank Kaltimara     | 131             | 66%  |
| 5. | Responden pengguna <i>sms banking</i>          | 100             | 51%  |
| 6. | Kuesioner sesuai kriteria                      | 100             | 51%  |

**Sumber : Data Kuesioner yang Diolah**

Sampel pada penelitian ini adalah nasabah Bank Kaltimara Samarinda yang berada atau bekerja pada Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Provinsi Kalimantan Timur. Dengan jumlah kuesioner yang tersebar sebanyak 197 dan terisi sebanyak 176 kuesioner. Tapi, hanya 100 kuesioner yang berarti terdapat 100 responden yang mengisi kuesioner tersebut dengan benar sesuai dengan kriteria penentuan sampel pada penelitian ini.

**Table. 2 Hasil Uji Autokorelasi**

| Model Summary |   |          |                   |                            |               |
|---------------|---|----------|-------------------|----------------------------|---------------|
| Model         | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Durbin-Watson |

|   |                   |      |      |         |       |
|---|-------------------|------|------|---------|-------|
| 1   | ,644 <sup>a</sup> | ,414 | ,402 | 1,93992 | 1,710 |
| a. Predictors: (Constant), Sms banking(x5), Kualitas produk(x4) |                   |      |      |         |       |
| b. Dependent Variable: kepuasan nasabah (y1)                    |                   |      |      |         |       |

Sumber: Data kuesioner yang diolah menggunakan spss

Hasil penelitian dari data diatas, nilai dari Durbin-Watsonnya (DW) dengan jumlah 1,710. Jika nilai DW tersebut lebih kecil dibanding dL, dapat disimpulkan hipotesis nol tidak diterima dan terdapat autokorelasi. Nilai Durbin-Watson penelitian ini sebesar 1,710 > 1,634 yang berarti tidak terdapat autokorelasi didalam penelitian tersebut.

**Tabel. 3 Hasil Uji Parsial (uji t) Coefficients<sup>a</sup>**

| Model | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t    | Sig.  |
|-------|-----------------------------|------------|---------------------------|------|-------|
|       | B                           | Std. Error |                           |      |       |
|       | (Constant)                  | 3,302      | 1,457                     |      |       |
| 1     | sms banking                 | ,371       | ,090                      | ,358 | 4,109 |
|       | kualitas produk             | ,567       | ,124                      | ,397 | 4,554 |

a. Dependent Variable: kepuasan nasabah  
Sumber: hasil pengolahan data menggunakan SPSS versi 23

Pada tabel diatas, signifikansi (Sig). < probabilitas 0,05, t hitung yang terdapat pada variabel *SMS Banking* (X1) sebesar 4,109 > 1,984 sehingga H1 dapat diterima. Untuk variabel kualitas produk menghasilkan nilai t-hitung sejumlah 4,554 > 1,984 serta taraf signifikansi 0,000 < 0,05 yang maknanya H2 dalam penelitian ini dapat diterima.

**Tabel. 4 Hasil Uji Simultan (Uji F)**

| ANOVA <sup>a</sup> |            |                |    |             |        |                   |
|--------------------|------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| Model              |            | Sum of Squares | Df | Mean Square | F      | Sig.              |
|                    | Regression | 258,199        | 2  | 129,100     | 34,305 | ,000 <sup>b</sup> |
| 1                  | Residual   | 365,041        | 97 | 3,763       |        |                   |
|                    | Total      | 623,240        | 99 |             |        |                   |

a. Dependent Variable: kepuasan nasabah (y1)  
b. Predictors: (Constant), Sms banking(x5), Kualitas produk(x4)

Sumber: Pengolahan data menggunakan SPSS Versi 23

Agar memudahkan penelitian ini, tumpuan yang digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan uji F yang dihitung menggunakan aplikasi SPSS versi 23, apabila nilai signifikansinya (Sig) lebih kecil (<) dibanding 0,05, sehingga hipotesis dapat diterima serta nilai F-hitung > F tabel (3,09)

Tabel di atas membuktikan jika taraf Signifikansi menunjukkan nilai 0,000 maka (Sig) < 0,05. Nilai dari F hitung sebesar 34,304 yang berarti jumlah F hitung > F tabel yang sebesar 3,09. Maka dapat disimpulkan bahwa H3 dapat diterima. Jadi, variabel *SMS Banking* X1 dan Kualitas Produk X2, secara bersamaan (simultan) memiliki pengaruh signifikan positif terhadap variabel kepuasan nasabah Bank Kaltim Y.

**Table.5 Hasil Uji Regresi Linier Berganda**

| Model | Coefficients <sup>a</sup>   |            |       |
|-------|-----------------------------|------------|-------|
|       | Unstandardized Coefficients |            |       |
|       | B                           | Std. Error |       |
| 1     | (Constant)                  | 3,302      | 1,457 |
|       | sms banking                 | ,371       | ,090  |

$\frac{\text{kualitas produk} \quad ,567 \quad ,124}{\text{a. Dependent Variable: kepuasan nasabah}}$   
 Sumber: hasil pengolahan data menggunakan SPSS Versi 23

Uji regresi linear yang terdapat didalam penelitian memakai rumus sebagai berikut :  $Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2$ , menunjukkan hasil seperti berikut  $Y = 3,302 + 0,371X_1 + 0,567X_2$ , jika *Sms Banking* dan Kualitas Produk = 0 , dianggap konstan. maka nilai kepuasan nasabah 3,302. Nilai koefisien regresi variable *Sms Banking* ( $x_1$ ) = 0,371, jika *Sms Banking* dinaikkan 1 angka, hal tersebut akan menyebabkan kepuasan nasabah naik sebesar 0,371 satuan , artinya nilai koefisien dari *Sms Banking* bernilai positif dan pada Nilai Koefisien regresi dari Kualitas Produk ( $x_2$ ) = 0,567, apabila Kualitas Produk dinaikkan 1 angka, hal tersebut akan menyebabkan kepuasan nasabah juga mengalami kenaikan sebesar 0,567 satuan, maka kesimpulan yang didapat adalah bahwa nilai koefisien sms banking. Kualitas Produk memiliki nilai positif yang berarti ada pengaruh positif diantara sms banking terhadap kepuasan nasabah.

**Tabel. 6 Hasil Uji Normalitas**

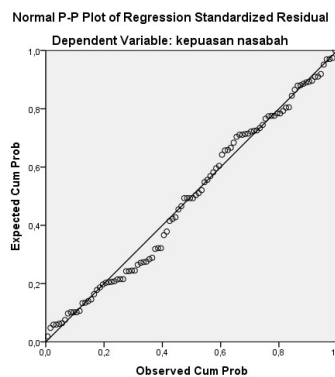
| One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test |                          | Unstandardized Residual |
|------------------------------------|--------------------------|-------------------------|
| N                                  |                          | 100                     |
| Normal Parameters <sup>a,b</sup>   | Mean                     | ,0000000                |
|                                    | Std. Deviation           | 1,92022876              |
|                                    | Most Extreme Differences |                         |
| Absolute                           |                          | ,083                    |
| Positive                           |                          | ,083                    |
| Negative                           |                          | -,056                   |
| Kolmogorov-Smirnov Z               |                          | ,834                    |
| Asymp. Sig. (2-tailed)             |                          | ,491                    |

a. Test distribution is Normal.  
b. Calculated from data.

Sumber: hasil pengolahan data menggunakan SPSS Versi 23

Dalam tabel diatas, angka hasil Kolmogorov-Smirnov(K-S) yaitu 0,834 serta nilai signifikansinya yaitu 0,491, maka hasil ini menunjukkan bahwa nilai tersebut lebih besar dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan nilai residualnya memiliki berdistribusi normal.

**Gambar1. Hasil Uji P-plot Normalitas**



Sumber: Pengolahan data dengan SPSS Versi 23

Dalam grafik *normal plot* diatas dapat dilihat bahwa titik yang terdapat didalam grafik tersebar di dekat garis diagonalnya dan menyebar pada titik-titik tersebut mengikuti arah garis diagonal sehingga model regresi tersebut telah memenuhi prasyarat normalitas data.

**Tabel. 7 Hasil Uji Multikolinieritas**

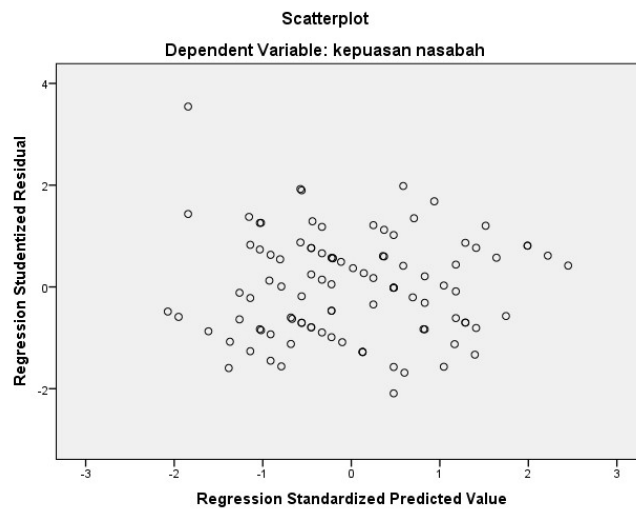
| Model | Coefficients                |            |                           | t     | Sig. | Collinearity Statistics |       |
|-------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|-------------------------|-------|
|       | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients |       |      | Tolerance               | VIF   |
|       | B                           | Std. Error | Beta                      |       |      |                         |       |
| 1     | (Constant)                  | 3,302      | 1,457                     | 2,266 | ,026 |                         |       |
|       | sms banking                 | ,371       | ,090                      | 4,109 | ,000 | ,795                    | 1,258 |
|       | kualitas produk             | ,567       | ,124                      | 4,554 | ,000 | ,795                    | 1,258 |

a. Dependent Variable: kepuasan nasabah

Sumber: Pengolahan data dengan SPSS Versi 23

Nilai *Tolerance* variabel *SMS Banking* (X1) dan variabel *Kualitas Produk* (X2) yaitu  $0,795 > 0,10$ . Apabila hasil *Tolerance* lebih besar dibanding  $0,10$  berarti tidak terdapat multikolinieritas pada model regresi tersebut. Sedangkan hasil VIF untuk variable *SMS Banking* dan *Kualitas Produk* sebesar  $1,258 < 10,0$  sehingga dinyatakan tidak terjadi gejala multikolinieritas.

**Gambar.2. Hasil Uji Heteroskedastisitas**



Sumber: Pengolahan data dengan menggunakan SPSS versi 23

Pada gambar diatas menunjukkan hasil bahwa sebaran titik yang tidak beraturan dan tidak menunjukkan bentuk dari suatu pola khusus dan titik-titik tersebut tersebar pada sumbu Y dibagian atas dan dibagian bawah sumbu 0. Berdasarkan hasil ini, dapat diambil kesimpulan bahwa tidak terdapat heteroskedastisitas data.

**3. HASIL DAN DISKUSI**

Dari hasil beberapa jurnal yang ada seperti “Customer Satisfaction With Electronic Banking Service In the Saudi Banking Sector” yang di teliti oleh [Hani. Al Khaliq & Ahmad A. Al Muhurat \(2016\)](#), menurut jurnal tersebut hasil dari penelitiannya adalah bank tersebut kurang memperhatikan situs web atau layanan elektronik. Meskipun begitu nasabah bank membutuhkan layanan berbasis elektronik agar para nasabah dapat mempercayai bank tersebut untuk melakukan transaksi. Sedangkan, pada penelitian yang dilakukan oleh [Victoria Tatu Simon \(2016\)](#) dengan judul “Effect Of Electronic Banking On Customer Satisfaction In Selected Commercial Banks, Kenya” menunjukkan bahwa

para nasabah bank tersebut merasa puas dengan layanan E-Banking yang ada di bank tersebut. Ini membuktikan bahwa hampir sebagian nasabah membutuhkan layanan berbasis elektronik. Dengan adanya hasil penelitian tersebut, berikut adalah hasil dari penelitian yang telah diuraikan:

1. Pengaruh *Sms Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Kaltimara. Jasa layanan *SMS Banking* yang diberikan oleh pihak bank sangat memudahkan dan membantu segala kegiatan transaksi para nasabah dan layanan jasa ini sangat menguntungkan bagi nasabah karena memudahkan kegiatan transaksi tersebut. Dalam hal ini, *SMS Banking* memiliki dampak yang positif dan relevan terhadap kepuasan nasabah. Untuk nilai  $t$  pada variable *Sms Banking* yaitu 4,600 dan nilai signifikansinya yaitu 0,000 yang artinya lebih kecil daripada  $\alpha = 0,05$ , maka  $H_1$  diterima
2. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Kaltimara. Bank memiliki berbagai macam produk namun hal tersebut harus diperhatikan kualitasnya untuk memuaskan para nasabah. Hal ini berkaitan dengan kepuasan para nasabah karena para nasabah menginginkan produk yang berkualitas agar mampu membantu nasabah untuk melakukan berbagai macam kegiatan transaksi. Dalam hal ini, kualitas produk secara signifikan memiliki pengaruh ke arah positif pada kepuasan nasabah.
3. Pengaruh *SMS Banking* dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Kaltimara. Layanan yang diberikan kepada bank untuk nasabah harus diperhatikan kualitas produknya dan kualitas jasanya. Jika memuaskan para nasabahnya, kualitas produk dan *SMS Banking* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

#### 4.KESIMPULAN

Dari hasil studi data dan pengkajian diatas, maka disimpulkan bahwa:

1. *SMS Banking* berdampak signifikan positif terhadap kepuasan nasabah Bank Kaltimara. Nasabah pun merasa puas dengan layanan *SMS Banking* yang diberikan oleh Bank Kaltimara, semakin tinggi rasa puas dari nasabah maka semakin tinggi pula kualitas pelayanan dari *SMS Banking* dari Bank Kaltimara. Dengan ini,  $H_1$  pada perumusan hipotesis terbukti.
2. Kualitas produk memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Kaltimara. Hal ini ditunjukkan di dalam penelitian diatas dan hasil analisis yang menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh positif yang signifikan bagi kepuasan nasabah. Semakin tinggi rasa puas nasabah maka semakin tinggi kualitas produk yang disediakan oleh pihak bank. Dengan begini,  $H_2$  pada perumusan hipotesis terbukti.
3. *SMS Banking* dan Kualitas produk secara serentak mempengaruhi kepuasan nasabah pada Bank Kaltimara. Dalam penelitian diatas dapat disimpulkan terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel independen dengan variabel dependen. Oleh sebab itu, agar para nasabah selalu merasa puas, semakin tinggi kualitas produk suatu bank dan kualitas *SMS Banking* dari suatu bank maka semakin tinggi rasa puas yang dirasakan oleh para nasabah. Dengan ini,  $H_3$  tentang pengaruh *SMS Banking* dan Kualitas Produk terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah terbukti.

#### UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis mengucapkan terimakasih kepada seluruh peserta maupun dosen-dosen KDM (kerjasama Dosen Mahasiswa) Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur, dan Anggota para Anggota KDM, atas dukungan, kerjasama dan perhatiannya sehingga saya mampu menyelesaikan penelitian dan skripsi ini dengan sangat baik.

#### REFERENSI

- Al khaliq, Hani and A Almuhrat, Ahmad. (2016) *Customer Satisfaction with Electronic Banking Services in the Saudi Banking Sector. Journal of Asian Social Science Vol. 12 No. 5, 2016*
- Addisse, Mahlet Legesse (2020). *The Impact Of Mobile Banking Service Quality On Customers Satisfaction: The Case Of Commercial Bank Of Ethiopia In Selected Branch*
- Adpoor, Saedeed As. (2016). *the Effect of Electronic Services Quality on Customer Satisfaction and Loyalty Saderat Bank. Journal of Management Economics and Accounting 2016.*
- Assauri, Sotjan. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Raja Grafindo
- Assauri, Sotjan. (2015). *Manajemen Pemasaran: Dasar Konsep dan Strategi*. PT. Raja Grafindo Persada: Jakarta
- Dantes, Nyoman. (2012). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Andi.
- Hoseini Azadeh (2012). *Investigating the Effect Of Electronic Banking Service Quality On the Customer Satisfaction. Journal Investigating Electronic Banking Vol. 3, 2015.*

- Paju, Alfonsius R. (2011). Pengaruh Kualitas Layanan Internet Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Perbankan di Denpasar. *Jurnal bisnis dan perbankan*, volume 1 No. 1 May 2011 page. 61-74
- Saryono.(2010). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Alfabeta
- Simon, Victoria Tatu. (2016). *The Effect of Electronic Banking on Customer Satisfaction in Selected Commercial Banks, Kenya. Journal of Human and Business Administration volume 2, issue; 2 page 41-63*
- Tjiptono, F.(2012). Pengukuran Pengaruh Kepuasan Konsumen. Yogyakarta:  
www. Bankaltimara.co.id (2020) – diakses pada 26 maret 2020.  
www. Cermati.com \_2019) – diakses pada 16 April 2020.  
www. Korankaltim.com (2019) – diakses pada 15 April 2020.