



Layanan Mobile Banking Di Indonesia: Tinjauan Persepsi Dan Harapan Pengguna Di BCA, BNI Dan BRI Menggunakan Teori Sinyal

Farizah Farhana¹, Salwa Amalia Balqis², Safinatun Naja³, Anita Wulansari

^{1,2,3,4}Departemen Sistem Informasi, Universitas Pembangunan “Veteran” Jawa Timur

E-mail: farhanafarizah@gmail.com¹, salwa.amalia182@gmail.com², safinaasn18@gmail.com³,
anita.wulansari.sisfo@upnjatim.ac.id⁴

Abstract: *In the era of technological advances and financial deregulation policies, competition between banks is getting tougher. M-Banking is a provider of various facilities to make it easier for customers to carry out online transactions. Nonetheless, some concerns still exist regarding the security and feasibility of the features provided by each bank. In this study, Signaling Theory is used to explore the level of customer satisfaction in utilizing m-banking services. The purpose of this study is to compare the feasibility of features, ease of access, and security of Mobile Banking transactions at three leading banks in Indonesia, namely BNI, BCA and BRI, from the point of view of customer preference. This research will use quantitative methods by collecting data through a survey using a questionnaire. It is hoped that the results of this study can provide a picture of preferences for customers in each bank, so that it can be taken into consideration in improving work systems and services to customers compared to other banks. The variables to be examined are the characteristics of each bank such as service, feasibility of features, interface design, and convenience for customers to access M-Banking.*

Keywords: *M-Banking, Bank, Customer Satisfaction, Signaling Theory, Feasibility of Features, Ease of Access, Transaction Security, User Experience.*

Abstrak: Dalam era kemajuan teknologi dan kebijakan deregulasi finansial, persaingan antar bank semakin ketat. *M-Banking* menjadi penyedia berbagai fasilitas untuk mempermudah nasabah dalam melangsungkan transaksi secara daring. Meskipun demikian, beberapa kekhawatiran masih ada terkait keamanan dan kelayakan fitur yang diberikan oleh setiap bank. Dalam penelitian ini, *Signaling Theory* digunakan untuk menggali tingkat kepuasan nasabah dalam memanfaatkan layanan *m-banking*. Tujuan dari penelitian ini adalah membandingkan kelayakan fitur, kemudahan akses, dan keamanan transaksi Mobile Banking pada tiga bank terkemuka di Indonesia, yaitu BNI, BCA, dan BRI, dari sudut pandang preferensi nasabah. Penelitian ini akan menggunakan metode kuantitatif dengan mengumpulkan data melalui survei menggunakan kuesioner. Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan hasil gambaran preferensi bagi nasabah di tiap-tiap bank, sehingga dapat menjadi bahan pertimbangan dalam memperbaiki sistem kerja dan pelayanan kepada nasabah dibandingkan bank lain. Variabel yang akan diperiksa adalah karakteristik setiap bank seperti pelayanan, kelayakan fitur, desain antarmuka, serta kemudahan bagi para nasabah dalam mengakses *M-Banking*.

Kata Kunci: M-Banking, Bank, Kepuasan Nasabah, *Signaling Theory*, Kelayakan Fitur, Kemudahan Akses, Keamanan Transaksi, *User Experience*.

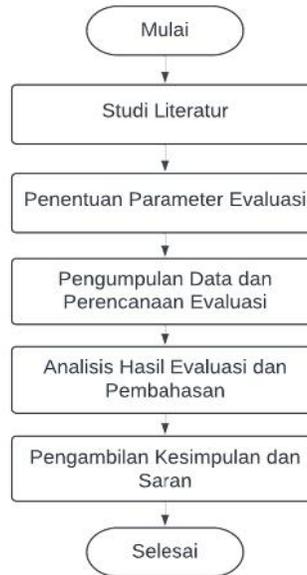
PENDAHULUAN

Di sisi pesatnya perkembangan teknologi saat ini, kebutuhan masyarakat menjadi semakin beragam. Perbankan adalah salah satu jenis usaha yang memanfaatkan kemajuan teknologi saat ini. Bank merupakan lembaga keuangan yang berperan aktif sebagai perantara keuangan (*financial intermediary*) antara pihak yang memiliki serta pihak yang sedang membutuhkan dana. Saat ini banyak bank di Indonesia yang memiliki program aplikasi *mobile banking* seperti pada BCA, BNI dan BRI. Setiap bank memiliki tujuan yang sama yaitu melayani kebutuhan dan memberikan kepuasan pelayanan terhadap nasabahnya.

Dengan masuknya era kemajuan teknologi dan kebijakan deregulasi finansial, terjadi fenomena baru dalam bentuk persaingan antara bank-bank. Persaingan ini disebabkan oleh pertumbuhan jumlah bank yang terus meningkat. Tidak hanya itu, tiap bank sekarang memiliki teknologi canggih yang dinamakan *Mobile Banking*. *Mobile Banking* adalah sebuah program layanan yang disediakan oleh suatu lembaga bank agar memudahkan para nasabahnya dalam melakukan proses transaksi secara online. Melalui penggunaan *mobile banking*, nasabah dapat mengakses di mana saja dan kapan saja melalui telepon mereka. Dalam *mobile banking* nasabah dapat menggunakan berbagai macam fitur yang telah disediakan didalamnya. Dengan adanya *mobile banking*, nasabah menjadi lebih mudah untuk bertransaksi tanpa menggunakan uang cash.

Berdasarkan hal tersebut, kami melakukan penelitian dengan metode *Signaling Theory* yang memiliki hubungan erat mengenai informasi laporan keuangan pada pihak *eksternal*. Informasi merupakan elemen penting bagi pihak luar dan orang-orang perusahaan bisnis karena catatan informasi pada dasarnya menyajikan keterangan, catatan atau deskripsi untuk situasi di masa lalu, sekarang dan masa depan untuk pengembangan berkelanjutan dari suatu perusahaan. Fokus utama pada penelitian ini adalah mengukur kualitas layanan M-Banking dari perspektif langsung nasabah pada tiga bank yaitu Bank BCA, Bank BNI dan Bank BRI sebagai penyedia layanan m-banking dalam proses transaksi.

METODE PENELITIAN



Gambar 1. Alur Penelitian

Studi Literatur

Penelitian ini memiliki tahapan studi literatur yang melibatkan pengkajian literatur dari berbagai sumber yang relevan dengan penelitian mengenai persepsi layanan mobile banking di bank BCA, BNI, dan BRI. Sumber-sumber literatur tersebut meliputi jurnal, artikel, makalah, dan situs web terkait. Studi literatur ini digunakan sebagai sarana penunjang penelitian. Beberapa teori pustaka yang menjadi fokus dalam penelitian ini meliputi:

1. *Mobile Banking*: Teori ini membahas konsep karakteristik layanan mobile banking serta pengaruhnya terhadap pengguna.
2. *User Experience*: Teori ini mencakup pemahaman mengenai pengalaman pengguna, baik secara psikologis maupun emosional, dalam menggunakan layanan mobile banking.
3. *User Experience pada mobile app*: Teori ini mengkaji pengalaman pengguna khususnya dalam konteks penggunaan aplikasi mobile banking. Fokusnya adalah pengaruh desain antarmuka, fungsionalitas, dan interaksi pengguna dengan aplikasi tersebut terhadap pengalaman pengguna.

4. Metode evaluasi *User Experience*: Teori ini membahas berbagai metode dan teknik yang digunakan untuk mengevaluasi pengalaman pengguna. Hal ini termasuk dalam penelitian ini untuk menganalisis persepsi pengguna terhadap layanan mobile banking di Bank BCA, BNI, dan BRI.

Penentuan Parameter Evaluasi

Pada penelitian tinjauan persepsi layanan mobile banking di Bank BCA, BNI dan BRI ini melibatkan evaluasi subjektif. Data yang diperoleh pun terdiri dari dua jenis, yaitu data primer yang langsung bersinggungan dengan nasabah Bank, dan data sekunder yang diperoleh dari buku, jurnal ilmiah, skripsi, dan artikel, dan sumber sejenisnya.

Penilaian secara subjektif dilakukan dalam penelitian ini dengan menggunakan metode kuesioner yang disebarakan kepada para peserta (pengguna aplikasi mobile banking). Setiap peserta kuesioner akan diminta untuk mengevaluasi parameter-parameter tertentu yang meliputi *usefulness* (kegunaan), *usability* (kemudahan penggunaan), dan *desirability* (keinginan atau daya tarik).

Hasil dari setiap penilaian yang diberikan oleh peserta kuesioner akan dievaluasi oleh peneliti. Evaluasi dilakukan dengan menganalisis dan menggabungkan hasil penilaian dari semua peserta kuesioner untuk mendapatkan gambaran umum tentang persepsi pengguna terhadap *usefulness*, *usability*, dan *desirability* dari layanan *mobile banking* yang diteliti.

Tabel 1. Evaluasi Subjektif

Parameter	Variabel	Pernyataan	Skala Nilai
Usefulness	Ekspektasi Pengguna	Fitur yang disediakan dalam aplikasi ini telah memenuhi ekspektasi saya.	1-5
	Manajemen Kesalahan (error)	Aplikasi dilengkapi dengan petunjuk dan informasi yang membantu saya untuk tidak melakukan kesalahan.	1-5
		Aplikasi dilengkapi dengan petunjuk dan informasi yang membantu saya guna menghindari kesalahan yang serupa.	1-5
	Perbedaan dengan aplikasi lain	Aplikasi ini menawarkan interaksi yang lebih baik daripada aplikasi mobile banking lain yang saya gunakan. <i>*lewat jika Anda tidak menggunakan lebih dari satu aplikasi mobile banking</i>	1-5
		Memiliki perbedaan pada antarmuka pengguna dengan aplikasi lain yang saya gunakan. <i>*lewat jika Anda tidak menggunakan lebih dari satu aplikasi mobile banking.</i>	1-5
		Terdapat fitur khusus atau unik yang tidak ditemukan pada aplikasi mobile banking lain yang saya gunakan. <i>*lewat jika Anda tidak menggunakan lebih dari satu aplikasi mobile banking.</i>	1-5
	Kredibilitas	Aplikasi ini terbebas dari kesalahan pengetikan mendasar dan tampil dengan jelas.	1-5
		Dilengkapi informasi kontak dengan alamat yang lengkap dan tampil dengan jelas.	1-5
		Dilengkapi informasi kontak dengan nomor telepon yang lengkap dan tampil dengan jelas.	1-5
		Dilengkapi informasi kontrak dengan <i>e-mail</i> atau <i>website</i> yang lengkap dan tampil dengan jelas.	1-5

		Dilengkapi tampilan menu About Us atau menu Informasi tentang pengembang aplikasi yang lengkap dan jelas.	1-5
Usability	Konsistensi	Konten yang tersedia pada aplikasi konsisten dalam hal penampilan, format, dan informasi yang disajikan.	1-5
		Penggunaan bahasa dan istilah yang digunakan pada aplikasi konsisten sesuai dengan standar yang telah ditetapkan.	1-5
	Navigasi	Saya merasa navigasi antara halaman-halaman dalam aplikasi ini sangat mudah karena terdapat pesan dan informasi yang tampil jelas.	1-5
	Page load time	Akses atau waktu muat aplikasi ini sangat cepat.	1-5
	Aksesibilitas	Aplikasi dapat berfungsi dengan baik tanpa masalah pada ponsel yang menggunakan Dual SIM Card. <i>*lewat jika Anda tidak menggunakan ponsel Dual SIM Card.</i>	1-5
Desirability	Estetika	Aplikasi memiliki desain estetika yang membantu pengguna memiliki pengalaman menarik.	1-5
	Layout	Tampilan aplikasi ini memudahkan saya untuk menemukan isi dan konten penting.	1-5
		Saya merasa antarmuka aplikasi ini memberikan kesan positif melalui alur tampilannya. <i>*Contohnya : terhindar dari hilangnya fokus atau tujuan yang ingin saya capai.</i>	1-5
		Memiliki komponen yang disusun dan terorganisir dengan tata letak yang logis.	1-5
		Memiliki komponen yang disusun dan terorganisir dengan tata letak yang logis sesuai dengan kegunaan fungsi.	1-5

		Memiliki bentuk tombol yang sesuai dengan kebutuhan pengguna.	1-5
		Menggunakan standar layout yang sesuai dengan kebutuhan pengguna.	1-5
	Skema warna atau kontras	Penggunaan corak dan perbedaan warna pada aplikasi ini menggambarkan ciri khas Bank tersebut.	1-5
		Kombinasi warna pada aplikasi ini dirancang untuk memudahkan saya dalam membaca dan memberikan kenyamanan pandangan.	1-5
	Tipografi	Format penulisan atau tipografi yang digunakan pada aplikasi ini mudah dibaca serta konsisten.	1-5

Pengumpulan Data dan Perencanaan Evaluasi

Data dikumpulkan dan mulai merancang untuk evaluasi, hal ini dilakukan dengan tujuan memastikan akurasi data yang diperoleh dan kesesuaian evaluasi dengan rencana penelitian. Tahapan ini melibatkan proses pengambilan sampel data (peserta kuesioner) serta perancangan instrumen penelitian.

1. Pengambilan data sampel

Data sampel yang akan dianalisis dalam penelitian ini mencakup peserta kuesioner yang harus memenuhi kriteria tertentu. Kriteria tersebut meliputi usia peserta antara 18 tahun hingga 40 tahun, yang memiliki pengetahuan pada penggunaan smartphone, dan merupakan pengguna aktif *mobile banking*.

Untuk pengambilan data sampel, metode yang digunakan adalah *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2016), *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan mempertimbangkan kriteria tertentu. Dalam hal ini, peneliti akan melakukan seleksi peserta kuesioner yang memenuhi kriteria yang telah ditentukan.

Peneliti akan memperkenalkan maksud dan tujuan dari penelitian kepada peserta kuesioner. Selanjutnya, kuesioner akan disebarakan kepada 60 peserta kuesioner yang merupakan masyarakat umum, setelah pengumpulan data, peneliti

akan melakukan uji validitas untuk memastikan akurasi respons dari peserta kuesioner.

2. Perancangan instrumen penelitian

Dalam penelitian ini, instrumen yang digunakan untuk mengumpulkan data adalah kuesioner yang disusun oleh peneliti. Kuesioner tersebut akan diberikan kepada setiap responden yang memenuhi syarat sebagai peserta kuesioner.

Kuesioner dirancang untuk mengumpulkan data yang bersifat kuantitatif dan subjektif. Data kuantitatif dapat diperoleh melalui pertanyaan dengan pilihan jawaban tertentu yang dapat dihitung secara statistik. Sementara itu, data subjektif didapatkan melalui pertanyaan terbuka yang memungkinkan responden memberikan pendapat dan tanggapan mereka secara lebih bebas.

Penyebaran kuesioner kepada responden bertujuan untuk mendapatkan informasi yang akurat mengenai persepsi dan pendapat nasabah terkait layanan mobile banking di Bank BCA, BNI, dan BRI. Menggunakan instrumen ini, peneliti dapat mengumpulkan data yang relevan dengan tujuan penelitian secara efisien. Dengan demikian, hasil penelitian dapat diolah dan dianalisis untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang persepsi nasabah terhadap layanan mobile banking dari ketiga bank tersebut.

Analisis Hasil Evaluasi dan Pembahasan

Setelah pengumpulan data selesai, tahap selanjutnya adalah analisis hasil evaluasi dan pembahasan. Data yang telah terkumpul akan dianalisis secara kuantitatif dan kualitatif untuk mendapatkan pemahaman yang lebih dalam tentang persepsi nasabah terhadap layanan mobile banking di Bank BCA, BNI, dan BRI.

Analisis data kuantitatif melibatkan pengolahan data secara statistik, seperti penghitungan rata-rata, *persentase*, atau uji statistik tertentu. Hasil analisis ini akan memberikan gambaran secara numerik mengenai tingkat kepuasan, pengalaman, dan preferensi nasabah terhadap layanan mobile banking dari masing-masing bank.

Hasil analisis data akan dibahas dalam pembahasan untuk menjawab rumusan masalah penelitian dan tujuan penelitian yang telah ditetapkan sebelumnya. Pembahasan akan mencakup interpretasi temuan, perbandingan antara bank-bank yang diteliti, analisis

faktor-faktor yang berpengaruh terhadap persepsi nasabah, serta implikasi dari hasil penelitian tersebut.

Pada tahap analisis hasil evaluasi dan pembahasan, peneliti juga dapat mengaitkan temuan penelitian dengan teori-teori yang telah dipaparkan dalam telaah pustaka. Hal ini bertujuan untuk memperkuat dan mendukung kesimpulan yang dihasilkan dari penelitian. Keseluruhan analisis hasil evaluasi dan pembahasan akan memberikan pemahaman yang lebih komprehensif tentang kualitas layanan mobile banking di Bank BCA, BNI, dan BRI, serta memberikan rekomendasi atau saran yang relevan untuk perbaikan layanan dan kepuasan nasabah di masa mendatang.

Pengambilan Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan diambil setelah melalui seluruh tahap penelitian dan melibatkan penilaian serta analisis terhadap objek yang dievaluasi. Ini merupakan tahap akhir dari penelitian di mana temuan dan hasil penilaian digabungkan untuk mencapai suatu simpulan. Selanjutnya, berdasarkan hasil evaluasi tersebut, saran-saran diberikan untuk memperbaiki kekurangan atau kesalahan yang terjadi dan menyempurnakan penelitian. Selain itu, pertimbangan juga diberikan untuk penelitian yang akan dilakukan di masa depan guna mengembangkan penelitian lebih lanjut dalam bidang yang sama.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dan pembahasan pada penelitian ini berisi tentang signal theory dan evaluasi subjektif yang disimpulkan dari karakteristik responden yang telah mengisi kuesioner mengenai perbedaan m-banking dari Bank BCA, BNI, dan BRI.

Evaluasi Subjektif

Berikut merupakan hasil dan pembahasan terhadap penelitian yang telah dilakukan. Terdapat beberapa variabel yang mendasari. Variabel tersebut antara lain pengujian *usefulness* (X1), pengujian *usability* (X2), dan pengujian *desirability* (X3). Berikut merupakan hasil analisis persepsi nasabah.

Tabel 2. Analisa pengujian usefulness

Variabel 1: Pengujian Usefulness

X1	BCA					BNI					BRI				
	ST S	TS	C S	S	SS	ST S	TS	C S	S	SS	ST S	TS	C S	S	SS
X1.1	0	0	3	8	9	0	2	3	16	4	0	0	4	9	4
X1.2	0	1	5	8	6	0	0	10	12	3	0	0	4	9	4
X1.3	1	1	4	9	5	1	0	9	13	2	0	0	3	12	3
X1.4	0	0	3	6	8	2	0	9	5	1	0	1	2	5	2
X1.5	0	0	7	6	6	2	0	6	9	0	0	0	4	4	3
X1.6	1	1	4	9	3	1	0	6	7	2	1	0	3	4	2
X1.7	0	2	2	9	7	1	1	5	14	4	0	2	5	8	3
X1.8	1	1	4	9	5	0	0	8	14	3	0	6	4	5	2
X1.9	1	2	3	10	4	0	0	8	13	4	0	2	6	7	2
X1.10	0	2	3	11	5	0	1	8	12	4	0	2	5	8	2
X1.11	0	0	4	9	7	0	0	8	11	6	1	0	4	9	3

Dari tabel diatas, persepsi nasabah terhadap fitur yang disediakan dalam aplikasi ini telah memenuhi ekspektasi nasabah (X1.1) Bank BCA lebih menarik dengan persepsi sangat setuju sejumlah 9 responden, Bank BNI dan BRI memiliki 4 responden. Dilengkapi dengan petunjuk dan informasi yang membantu nasabah untuk tidak melakukan kesalahan (X1.2) Bank BCA memiliki nilai lebih unggul dengan persepsi sangat setuju sejumlah 6 responden dibandingkan dengan Bank BNI 3 responden dan Bank BRI 4 responden. Dilengkapi dengan petunjuk dan informasi yang membantu nasabah guna menghindari kesalahan yang serupa (X1.3) Bank BCA memiliki nilai lebih unggul dengan persepsi sangat setuju sejumlah 5 responden dibandingkan dengan Bank BNI 2 responden dan Bank BRI 3 responden. Aplikasi menawarkan interaksi yang lebih baik daripada aplikasi mobile banking lain (X1.4) dan Bank BCA memiliki sejumlah 8 responden dengan persepsi sangat setuju dibandingkan dengan

Bank BNI 1 responden, dan Bank BRI 2 responden. Memiliki perbedaan pada antarmuka pengguna dengan aplikasi lain yang saya gunakan (X1.5) dan Bank BCA memiliki sejumlah 6 responden dengan persepsi sangat setuju dibandingkan dengan Bank BNI 0 responden, dan Bank BRI 3 responden. Terdapat fitur khusus atau unik yang tidak ditemukan pada aplikasi mobile banking lain (X1.6) dan Bank BCA memiliki sejumlah 3 responden dengan persepsi sangat setuju dibandingkan dengan Bank BNI dan Bank BRI 2 responden. Aplikasi terbebas dari kesalahan pengetikan mendasar dan tampil dengan jelas (X1.7) dan Bank BCA memiliki nilai unggul sejumlah 7 responden dengan persepsi sangat setuju dibandingkan dengan Bank BNI 4 responden, dan Bank BRI 3 responden. Dilengkapi informasi kontak dengan alamat yang lengkap dan tampil dengan jelas (X1.8) dan Bank BCA memiliki sejumlah 5 responden dengan persepsi sangat setuju dibandingkan dengan Bank BNI 3 responden, dan Bank BRI 2 responden. Dilengkapi informasi kontak dengan nomor telepon yang lengkap dan tampil dengan jelas (X1.9) dan Bank BCA dan Bank BNI memiliki nilai yang sama dengan sejumlah 4 responden dengan persepsi sangat setuju dibandingkan dengan Bank BRI 2 responden. Dilengkapi memiliki informasi kontak dengan *e-mail* atau *website* yang lengkap dan tampil dengan jelas (X1.10) dan Bank BCA memiliki sejumlah 5 responden dengan persepsi sangat setuju dibandingkan dengan Bank BNI 4 responden, dan Bank BRI 2 responden. Dilengkapi tampilan menu *About Us* atau menu Informasi tentang pengembang aplikasi yang lengkap dan jelas (X1.11) dan Bank BCA memiliki sejumlah 7 responden dengan persepsi sangat setuju dibandingkan dengan Bank BNI 6 responden, dan Bank BRI 3 responden.

Tabel 3. Analisa pengujian usability
Variabel 2: Pengujian Usability

X2	BCA					BNI					BRI				
	ST S	TS	C S	S	SS	ST S	TS	C S	S	SS	ST S	TS	C S	S	SS
X2.1	0	1	3	6	10	0	0	10	10	3	0	1	6	8	2
X2.2	0	0	6	3	11	0	0	6	17	2	0	1	5	8	3
X2.3	0	0	2	8	10	0	0	8	10	7	0	0	7	5	5
X2.4	0	0	4	8	8	1	2	6	13	3	0	3	4	8	2
X2.5	1	0	2	6	5	0	2	7	6	3	0	1	2	7	1

Dari tabel diatas, pada aplikasi konten yang digunakan konsisten (X2.1) Bank BCA memiliki nilai unggul dengan persepsi sangat setuju sejumlah 10 responden, dibanding dengan Bank BNI 3 responden dan Bank BRI 2 responden. Menurut nasabah penggunaan bahasa dan istilah yang digunakan konsisten sesuai dengan standar yang telah ditetapkan (X2.2) Bank BCA memiliki nilai unggul dengan persepsi sangat setuju sejumlah 11 responden dibanding dengan Bank BNI 2 responden dan Bank BRI 3 responden. Nasabah merasa navigasi antara halaman-halaman dalam aplikasi ini sangat mudah karena terdapat pesan dan informasi yang tampil jelas (X2.3) dan Bank BCA memiliki sejumlah 10 responden dengan persepsi sangat setuju dibandingkan dengan Bank BNI 7 responden dan Bank BRI 5 responden. Pada aplikasi, akses atau waktu muat aplikasi ini sangat cepat (X2.4) Bank BCA memiliki sejumlah 8 responden dengan persepsi sangat setuju dan Bank BNI 3 responden, Bank BRI 2 responden. Aplikasi ini berfungsi dengan baik tanpa masalah pada ponsel yang menggunakan Dual SIM Card (X2.5) Bank BCA memiliki nilai unggul dengan sejumlah 5 responden dengan persepsi sangat setuju dibandingkan dengan Bank BNI 3 responden dan Bank BRI 1 responden.

Tabel 4. Analisa pengujian desirability
Variabel 3: Pengujian Desirability

X3	BCA					BNI					BRI				
	ST S	TS	C S	S	SS	ST S	TS	C S	S	SS	ST S	TS	C S	S	SS
X3.1	0	1	7	9	3	0	3	2	17	3	0	0	9	5	4
X3.2	0	0	3	8	9	0	1	5	13	6	0	0	3	10	4
X3.3	0	1	7	6	6	0	1	7	14	3	0	1	5	7	4
X3.4	0	0	2	9	9	0	1	3	17	4	0	0	4	10	3
X3.5	0	1	2	9	8	0	0	8	13	4	0	0	5	9	3
X3.6	0	0	5	6	9	0	0	5	14	6	0	0	3	10	4
X3.7	0	0	5	7	8	0	0	4	14	7	0	0	5	8	4
X3.8	0	0	2	7	10	0	0	3	14	6	0	0	4	6	7
X3.9	0	0	2	6	12	1	1	3	14	6	0	0	3	9	5
X3.10	0	0	4	6	10	0	0	3	18	4	0	0	5	7	5

Dari tabel diatas, menurut persepsi nasabah desain aplikasi ini memiliki desain estetika yang membantu pengguna memiliki pengalaman menarik (X3.1) Bank BRI memiliki nilai unggul dengan persepsi sangat setuju dengan sejumlah 4 responden dibandingkan dengan Bank BCA dan Bank BNI 3 responden. Tampilan aplikasi ini memudahkan nasabah untuk menemukan isi dan konten penting (X3.2) Bank BCA memiliki nilai unggul dengan persepsi sangat setuju dengan sejumlah 9 responden dibandingkan dengan Bank BNI 6 responden dan Bank BRI 4 responden. Menurut nasabah, antarmuka aplikasi memberikan kesan positif melalui alur tampilannya (X3.3) Bank BCA memiliki nilai unggul dengan persepsi sangat setuju dengan sejumlah 6 responden dibandingkan dengan Bank BNI 3 responden dan Bank BRI 4 responden. Terdapat komponen yang disusun dan terorganisir dengan tata letak yang logis (X3.4) Bank BCA memiliki nilai unggul dengan persepsi sangat setuju dengan sejumlah 9 responden dibandingkan dengan Bank BNI 4 responden dan Bank

BRI 3 responden. Memiliki komponen yang disusun dan terorganisir dengan tata letak yang logis sesuai dengan kegunaan fungsi (X3.5) Bank BCA memiliki nilai unggul dengan persepsi sangat setuju dengan sejumlah 8 responden dibandingkan dengan Bank BNI 4 responden dan Bank BRI 3 responden. Bentuk tombol yang sesuai dengan kebutuhan pengguna (X3.6) Bank BCA memiliki nilai unggul dengan persepsi sangat setuju dengan sejumlah 9 responden dibandingkan dengan Bank BNI 6 responden dan Bank BRI 4 responden. Menggunakan standar layout yang sesuai dengan kebutuhan pengguna (X3.7) Bank BCA memiliki nilai unggul dengan persepsi sangat setuju dengan sejumlah 8 responden dibandingkan dengan Bank BNI 7 responden dan Bank BRI 4 responden. Penggunaan corak dan perbedaan warna pada aplikasi ini menggambarkan ciri khas Bank tersebut. (X3.8) Bank BCA memiliki nilai unggul dengan persepsi sangat setuju dengan sejumlah 10 responden dibandingkan dengan Bank BNI 6 responden dan Bank BRI 7 responden. Kombinasi warna pada aplikasi ini dirancang untuk memudahkan nasabah dalam membaca dan memberikan kenyamanan pandangan (X3.9) Bank BCA memiliki nilai unggul dengan persepsi sangat setuju dengan sejumlah 12 responden dibandingkan dengan Bank BNI 6 responden dan Bank BRI 5 responden. Format penulisan atau tipografi yang digunakan pada aplikasi ini mudah dibaca serta konsisten (X3.10) Bank BCA memiliki nilai unggul dengan persepsi sangat setuju dengan sejumlah 10 responden dibandingkan dengan Bank BNI 4 responden dan Bank BRI 5 responden.

Teori Sinyal

Teori sinyal secara umum dikenal sebagai membantu mengambil keputusan. Teori Sinyal didasarkan pada asumsi bahwa informasi yang dipublikasikan oleh perusahaan diterima oleh para pengguna laporan keuangan atau masing-masing pihak tidak sama. Setelah dilakukan analisis melalui hasil kuesioner yang disebarakan oleh para penulis. secara singkat dapat disimpulkan bahwa dari 62 responden yang mengisi kuesioner, dan meskipun lebih banyak responden nasabah dari Bank BNI tetapi jika dilihat dari pengisian kuesioner dengan persepsi sangat setuju, Bank BCA lebih banyak memiliki nilai unggul daripada kedua Bank lainnya.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan evaluasi pembahasan, berikut adalah kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini:

1. Persepsi nasabah terhadap layanan mobile banking di Bank BCA, BNI, dan BRI cukup positif secara umum, mayoritas responden memberikan penilaian yang memuaskan terkait kualitas layanan yang disediakan oleh ketiga bank tersebut.
2. Faktor-faktor seperti usefulness, usability, dan desirability memiliki pengaruh yang signifikan terhadap persepsi nasabah terhadap layanan mobile banking. Penggunaan aplikasi yang mudah, fitur yang lengkap, serta tampilan yang menarik menjadi faktor penting dalam meningkatkan kepuasan nasabah.
3. Terdapat perbedaan persepsi nasabah antara Bank BCA, BNI, dan BRI dalam beberapa aspek layanan mobile banking. Setiap bank memiliki kelebihan dan kekurangan yang perlu diperhatikan untuk meningkatkan pengalaman nasabah.
4. Meskipun total responden dari setiap Bank lebih unggul Bank BNI yang berjumlah 25 responden, BCA 20 responden, dan BRI 17 responden, tetapi hasil dari analisis menunjukkan bahwa Bank BCA yang lebih unggul dari persepsi sangat setuju.

Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, beberapa saran dapat diberikan:

1. Mengembangkan dan meningkatkan fitur-fitur mobile banking yang disediakan. Hal ini dapat dilakukan melalui pembaruan aplikasi, penambahan fitur yang inovatif, dan penyempurnaan tampilan antarmuka yang lebih user-friendly.
2. Penting bagi ketiga bank untuk memperhatikan kebutuhan dan preferensi nasabah secara kontinu. Melakukan survei dan mengumpulkan umpan balik nasabah secara rutin akan membantu dalam mengetahui area-area perbaikan yang perlu dijadikan fokus.
3. Meningkatkan komunikasi yang lebih responsif dan informatif, karena dapat membantu dalam memberikan pengalaman yang lebih baik bagi nasabah.
4. Meningkatkan keamanan akan memberikan rasa percaya yang lebih tinggi bagi nasabah dalam menggunakan layanan mobile banking.

5. Selain itu, penting untuk terus memantau perkembangan teknologi dan tren perbankan digital. Bank-bank tersebut perlu beradaptasi dengan perubahan dan memperkenalkan fitur-fitur baru yang relevan untuk tetap bersaing dalam industri perbankan yang semakin berkembang.

DAFTAR PUSTAKA

- A, Tan, Sukapto P, and Sitompul C. 2014. "Pengembangan dimensi kualitas layanan e-banking dan hubungannya dengan kepuasan serta loyalitas konsumen." *Jurnal Ilmiah Teknik Industri*, 16-27.
- A, Wardhana. 2015. "Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking (M-Banking) terhadap Kepuasan Nasabah di Indonesia." *DeReMa Jurnal Manajemen*, 273-284.
- Alex Sobur. (2003). Psikologi Umum. Bandung: Pustaka Setia, 445.
- Anwar, Harsono. 2018. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan Non Keuangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia." *urnal Bisnis dan Akuntansi* 20 (2): 117-126.
- BCA, 2023. <https://www.bca.co.id/>
- BNI, 2023. <https://www.bni.co.id/>
- BRI, 2023. <https://bri.co.id/brimo>
- Chandra, Niva I. 2016. *Skripsi : Evaluasi pengalaman pengguna (user experience) pada aplikasi mobile banking berbagai bank di Indonesia*. N.p.: Universitas Brawijaya.
- Hariningsih, Endang, and Mugi Harsono. 2019. "Kajian Kritis Kontribusi Signaling Theory pada area Penelitian Online Commerce." *Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Kewirausahaan* 2 (2): 241-257.
- Ikatan Bankir Indonesia, 2014, Memahami Bisnis Bank, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Kriyantono. Rachmat. 2007. Teknik Praktis Riset Komunikasi. Jakarta: Kencana
- Pamungkas, and M. R. Rivan. 2022. "Eksplorasi Pengaruh Teknologi Live Shopping terhadap Minat Beli Pelanggan dengan Systematic Literature Review." *urnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer* 6 (11): 5523-5531.
- Pur, and Yudha Aru. 2022. "Profitabilitas, Struktur Modal, Ukuran Perusahaan, dan Kebijakan Dividen terhadap Nilai Perusahaan di BEI." *Jurnal Ilmiah Komputersasi Akuntansi* 15 (1): 110-121.
- Spence, Michael. 1973. Job Market Signaling. *The Quarterly Journal of Economics*, Vol. 87, No. 3. (Aug., 1973), pp. 355-374.
- Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: PT Alfabet

- Tjahjadi, Effendi, and Agus Munandar. 2021. "Peran Sistem Teknologi Informasi mendorong kinerja Rentabilitas, Profitabilitas terhadap Eps Bank Buku 4." *Jurnal Ilmiah MEA* 5 (3).
- Winandra, Resha. 2016. "Analisis Perbandingan Preferensi Keputusan Nasabah Memilih Bank Dalam Menabung (Studi Kasus Nasabah Bank BRI, Bank Mandiri, Bank BNI)." *Jurnal Ilmu Ekonomi*.
- Wolk, et al (2001). "Signaling, Agency Theory, Accounting Policy Choice". *Accounting and Business Research*. Vol. 18. No 69:47-56. Stewart. 2009.