



# Influence of Mobile Phone Service and Corporate Image on Customer Satisfaction of Bank CIMB Niaga

Winda Sri Astuti Doloksaribu<sup>1</sup>, Nora Anisa Br Sinulingga<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Universitas Prima Indonesia Jl. Belanga No.1, Medan

<sup>2</sup>STMIK Pelita Nusantara, Jl. Iskandar Muda No. 1, Medan

## ARTICLE INFO

### Keywords:

CIMB Niaga  
Rekening Ponsel Services  
Customer Satisfaction  
Corporate Image  
Structural Equation Modelling

### E-mail:

[winda1309@yahoo.com](mailto:winda1309@yahoo.com)  
[norrasinulingga@yahoo.com](mailto:norrasinulingga@yahoo.com)

## ABSTRACT

Bank CIMB Niaga mobile phone account is the account banking service based of mobile phone first in Asia, banking transactions by using cell phone number without ATM card. it is limited research about the influence of the existence this service to the corporate image and customer satisfaction. The purpose of this study is to analyze the influence of the phone account service with customer satisfaction, the company's image and analyse the influence of the company's image with customer satisfaction of Bank CIMB Niaga. This research was conducted in April-May 2021 with 100 respondents who have used phone account at least one month. Respondents selected by convenience sampling in Sun Plaza Medan. Data obtained were processed by using the SEM analysis (Structural Equation Modelling) with SMART PLS. The results showed a positive influence mobile phone account services to the satisfaction of the customer and are not significant but contribute towards satisfaction through the company's image. The positive influence of corporate image satisfaction and significant.

Copyright © 2021 Enrichment : Journal of Management.  
All rights reserved.

## 1. Introduction

Perkembangan teknologi saat ini memegang peran yang sangat penting dalam memberikan kemudahan kepada nasabah dan mempercepat kegiatan dalam transaksi perbankan. Perusahaan perbankan berusaha menciptakan inovasi baru dalam memberikan layanan dan produk terbaik untuk memenuhi kepuasan nasabah. Salah satu yang dilakukan oleh perusahaan perbankan adalah menghadirkan transaksi teknologi perbankan yang dapat bersaing di dunia perbankan seperti pembangunan jaringan mesin ATM (*Automated Teller Machine*), *Internet Banking* yang lebih dikenal dengan *Electronic Banking (e-banking)* dan *Mobile Banking (go-mobile)* untuk memenangkan persaingan pasar, memenuhi kebutuhan nasabah. Perusahaan perbankan Bank CIMB Niaga menggunakan pelanggan selular menjadi magnet bagi industri perbankan untuk mengeluarkan produk baru melalui segmen *mobile* karena adanya pertumbuhan pengguna ponsel di Indonesia yang sangat pesat. Rekening ponsel menjadi produk unggulan yang mampu menjawab kebutuhan gaya hidup dan tren baru transaksi perbankan. Hal ini sesuai dengan strategi Bank CIMB Niaga untuk menjadi bank terpercaya dengan fokus menjadi bank digital terdepan (*Becoming a leading digital bank*). Bank CIMB Niaga dengan slogan *Branchless Banking* yaitu jaringan distribusi yang digunakan untuk memberi layanan finansial di luar kantor cabang bank melalui teknologi dan jaringan alternatif dengan biaya efektif, efisien dalam kondisi yang aman dan nyaman untuk mendukung program *Inklusif Finansial* bulan Juni 2012 atau keterjangkauan masyarakat atas layanan keuangan dari Bank Indonesia. Fitur sistem layanan *mobile banking* ini sudah dilengkapi dengan fitur transfer online ke semua bank serta melayani pembayaran ke semua kartu kredit, termasuk pembayaran tagihan, pembelian produk isi ulang pulsa, pembelian tiket penerbangan dan lainnya. Dalam melakukan semua transaksi nasabah tetap terlindungi dengan sistem keamanan PIN dan *passcode* yang akan dikirim langsung ke ponsel nasabah.

## 2. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah *struktural Equation Modeling (SEM)* dengan pendekatan SMART PLS.

### 2.1 Hipotesis Penelitian

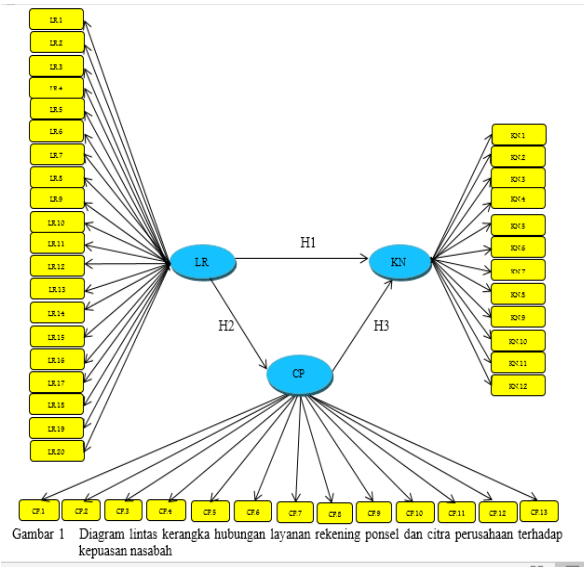
Hipotesis yang dapat dibentuk berdasarkan perumusan masalah adalah sebagai berikut:

- H1: Terdapat pengaruh positif antara layanan rekening ponsel dengan kepuasan nasabah rekening ponsel
- H2: Terdapat pengaruh positif antara layanan rekening ponsel dan citra perusahaan Bank CIMB Niaga
- H3: Terdapat pengaruh positif citra perusahaan terhadap kepuasan nasabah rekening ponsel



# Enrichment: Journal of Management

journal homepage: [www.enrichment.iocspublisher.org](http://www.enrichment.iocspublisher.org)



## 2.2 Uji Validitas dan Reabilitas Instrumen Penelitian

### a. Uji Validitas

Uji validitas menurut Sekaran 2006<sup>5</sup> adalah seberapa baik suatu instrumen yang dibuat mengukur konsep tertentu yang ingin diukur. Hasil dari perhitungan korelasi maka diperoleh suatu koefisien korelasi yang digunakan untuk mengukur tingkat validitas suatu item, untuk menentukan apakah suatu item layak digunakan. Jika skor item berkorelasi positif dengan total skor item dan lebih tinggi daripada interkorelasi antar item menunjukkan kevalidan dari instrumen tersebut menghitung nilai korelasi antara data pada masing-masing pernyataan dengan skor total memakai rumus korelasi *product moment*. Uji validitas dan reliabilitas dilakukan dengan menggunakan program SPSS versi 22. Setelah dilakukan perhitungan maka diperoleh indikator yang tidak valid adalah LR5, KN11, dan KN13 karena memiliki nilai korelasi yang tidak signifikan pada taraf kepercayaan 1% dan 5%.

### b. Uji Reliabilitas

Menurut Sekaran (2006) reliabilitas adalah pengukuran yang menunjukkan sejauh mana pengukuran tersebut bebas kesalahan karena hal tersebut menjamin pengaturan yang konsisten lintas waktu dan lintas beragam dalam sebuah instrumen. Menurut Ghozali 2006<sup>6</sup> yaitu suatu variabel dikatakan reliabel jika nilai Cronbach Alpha > 0.70. **Uji Reliabilitas** digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Butir pertanyaan dikatakan reliabel atau andal apabila jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten. Dari hasil perhitungan uji reliability (Tabel 1) diperoleh bahwa Nilai *Cronbach's Alpha* lebih dari 0.7 memiliki nilai *composite reliability* cukup tinggi sehingga dinyatakan bahwa 46 indikator memiliki reliabilitas yang sangat baik.

**Tabel 1**

Uji reliabilitas		
<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Cronbach's Alpha Based on Standardized Items</i>	<i>N of Items</i>
0.958	0.962	46

Sumber: Data diolah dari data primer (2021)

## 3. Hasil dan analisis

Analisis deskriptif tentang bahasan secara deskriptif mengenai tanggapan yang diberikan responden pada kuesioner. Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisa data dengan menggambarkan data yang telah terkumpul, sehingga dapat diperoleh hubungan antara layanan rekening ponsel dengan kepuasan nasabah, hubungan antara kepuasan layanan rekening ponsel dengan citra perusahaan. Tujuan analisis deskriptif ini untuk membuat gambaran secara sistematis, akurat mengenai fakta-fakta dan hubungan antara fenomena yang diselidiki.

**Tabel 2**

Hasil penilaian kriteria dan nilai standard mode reflektif

No.	Kriteria	Nilai Hasil Penelitian vs Standard
1.	Reliabilitas (ρ <sub>c</sub> ) Komposit (Composite Reliability)	ρ <sub>c</sub> Layanan Rekening Ponsel = 0.952; ρ <sub>c</sub> Kepuasan Nasabah = 0.911; dan ρ <sub>c</sub> Citra Perusahaan = 0.953 memiliki nilai ρ <sub>c</sub> > 0.7 menggambarkan konsistensi internal dan sangat memuaskan karena nilai di atas 0.8 (Nunnally dan Bernstein 1994 dalam Yamin dan Kurniawan 2011).
2.	<i>Cronbach's alpha</i>	<i>Cronbach's alpha</i> Layanan Rekening Ponsel, Kepuasan Nasabah dan Citra Perusahaan masing-masing adalah 0.946; 0.886; dan 0.946. Sama dengan reliabilitas komposit bahwa model



## Enrichment: Journal of Management

journal homepage: [www.enrichment.iocspublisher.org](http://www.enrichment.iocspublisher.org)



No.	Kriteria	Nilai Hasil Penelitian vs Standard
3.	Reliabilitas indikator	tersebut dikatakan baik jika memiliki nilai di atas 0.7 menunjukkan konstruk tersebut reliabel. <i>Factor loading</i> masing-masing indikator pada model awal dan akhir. Indikator yang memiliki <i>factor loading</i> < 0.7 sehingga dikeluarkan dari model karena indikator ini tidak merefleksikan peubah laten secara konsisten dan stabil.
4.	Average variance extracted(AVE)	AVE Layanan Rekening Ponsel= 0.586; AVE Kepuasan Nasabah= 0.594; dan AVE Citra Perusahaan= 0.611. Ketiga peubah laten memiliki nilai AVE > 0.5 sehingga dapat dinyatakan bahwa model tersebut valid.
5.	Validitas diskriminan kriteria <i>cross loading</i>	Semua korelasi indikator masing-masing peubah laten ke peubah latennya sendiri memiliki nilai lebih besar dari korelasi ke peubah laten lainnya. Hal ini menggambarkan validitas terpenuhi sesuai dengan syarat.
6.	Validitas diskriminan kriteria Fornell-Larcker	Korelasi masing-masing peubah laten KN dan CP dengan peubah laten lainnya memiliki nilai lebih kecil dibandingkan nilai akar AVE nya. yang disajikan pada Tabel 4.

#### 4. Kesimpulan

- Layanan rekening ponsel berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah dan tidak signifikan tetapi memberi kontribusi terhadap kepuasan melalui citra perusahaan.
- Layanan rekening ponsel berpengaruh positif terhadap citra perusahaan.
- Citra perusahaan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah rekening ponsel dan signifikan.

#### 5. Reference

- [1] Majalah SWA. Edisi Senin 12 Mei 2014. (<http://swa.co.id/business-strategy/cimb-niaga-targetkan-pertumbuhan-50-nasabah-rekening-ponsel-di-2014>)
- [2] Sumarwan U. 2011. *Perilaku Pelanggan*. Edisi kedua. Bogor: Ghalia Indonesia.
- [3] Kotler P. Keller K. 2009. *Manajemen Pemasaran*. edisi kedua belas jilid satu. Jakarta: Indeks Kelompok Gramedia
- [4] Satriyanti E. 2012. Pengaruh Kualitas Layanan. Kepuasan Nasabah dan Citra bank terhadap Loyalitas Nasabah Bank Muamalat Surabaya. *Jurnal of Business and Banking*. Vol 2. (<http://journal.perbanas.ac.id/index.php/jbb/article/view/172> diakses 17 juni 2014)
- [5] Sekaran U. 2006. Metode Penelitian untuk Bisnis. Edisi Pertama. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.
- [6] Ghazali I. 2006. Aplikasi Analisis *Multivariate* Dengan Program SPSS. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- [7] Abubakar. 2009. Persepsi penumpang tentang efektivitas strategi pencegahan kejahatan transjakarta dalam mengatasi terjadinya pencopetan. Tesis. (<http://lontar.ui.ac.id/file?file=digital/128885-T%2026665-Persepsi%20penumpang-HA.pdf> diakses 16 Juli 2014)
- [8] Nurmiati. 2009. Analisis Pengaruh Citra Merek. Kualitas. Produk dan Promosi Penjualan Terhadap Citra Perusahaan. Tesis. (<http://eprints.undip.ac.id/18496/1/Nurmiyati.pdf> diakses 22 Juni 2014)
- [9] Yamin S, Kurniawan H. 2011. *Generasi Baru Mengolah Data Penelitian dengan Partial Least Square Path Modelling*. Jakarta (ID). Penerbit Salemba Infotek.
- [10] Ghazali I. 2008. *Structural equation modeling metode alternatif dengan partial least square*.