BAB V

PEMBAHASAN

A. Pengaruh Kondisi Demografis Nasabah terhadap Penggunaan Mobile Banking di PT Bank Muamalat Tbk KCU Kediri

Berdasarkan hasil uji regresi linear berganda dan uji t-test dapat diketahui bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan pada variabel kondisi demografis nasabah terhadap penggunaan *mobile banking* di PT. Bank Muamalat Tbk KCU Kediri. Hal ini dikarenakan nasabah yang menggunakan *mobile banking* dapat diidentifikasi dan dibaca dengan baik oleh bank dari sudut pandang segmentasi demografisnya. Adapun dilihat dari nilai koefisiensi dari ketiga variabel independen, variabel kondisi demografis nasabah berada di urutan kedua pada tingkat pengaruh positif dan signifikan.

Melihat hasil dari angket penelitian pada variabel demografis, didapatkan nilai tertinggi yang mempengaruhi penggunaan *mobile banking*, yaitu: 1) Nasabah menggunakan *mobile banking* karena mempercepat mobilitas ditengah kesibukan sehari-hari, 2) Nasabah menggunakan *mobile banking* karena menunjang profesi dan tuntutan pekerjaan, 3) Nasabah menggunakan *mobile banking* karena memperingan masalah kehidupan sehari-hari. Sedangkan nilai terendah, yaitu nasabah menggunakan *mobile banking* karena mempermudah dalam berhubungan sosial dengan yang lain. Sesuai dengan hasil yang telah dipaparkan, diartikan bahwa kebijakan dalam memberikan layanan oleh PT. Bank Muamalat Tbk KCU Kediri sudah diterapkan dengan baik, dan indikator dengan nilai tinggi dapat dipertahankan, sedangkan

indikator dengan nilai rendah dapat ditingkatkan dengan kebijakan yang lebih baik.

Hasil penelitian ini relevan dengan teori Assauri dimana terdapat lima kelompok untuk menjelaskan segmentasi demografis, yaitu umur dan tingkat siklus kehidupan, tingkat kehidupan, gender, generasi, dan kelas sosial.[104] Umur dan tingkat siklus kehidupan yaitu ditunjukkan dengan keberadaan *mobile banking* yang dapat mempercepat mobilitas sehari-hari dan mampu menunjang profesi dan tuntutan pekerjaan nasabah. Tingkat kehidupan yaitu dibuktikan oleh keberadaan *mobile banking* yang dapat memperingan masalah kehidupan sehari-hari nasabah dan fitur yang terdapat dalam aplikasi membantu dalam hal transaksi bisnis.

Gender yaitu dimana *mobile banking* memiliki fitur yang disesuaikan dengan keinginan atau kebutuhan nasabah dan pada era globalisasi seperti saat ini *mobile banking* merupakan salah satu inovasi teknologi yang dapat dinikmati oleh semua kalangan, baik laki-laki maupun perempuan. Generasi yaitu ditunjukkan oleh *mobile banking* yang hadir agar nasabah tidak ketinggalan zaman (gagap teknologi) dan dengan menggunakan layanan ini transaksi yang dilakukan menjadi lebih instan dan efisien. Kelas sosial yaitu keberadaan *mobile banking* mempermudah dalam berhubungan sosial dan memiliki fitur yang disesuaikan serta cukup dipahami oleh semua kalangan.

[104] Sofjan Assauri, *Manajemen Bisnis Pemasaran,*..... hlm 208-212.

Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan Nurtjahjani, Asminah Rachmi, dan Masreviatuti[105], yang bertujuan untuk menguji pengaruh segmentasi pasar terhadap keputusan pembelian produk telkom speedy di PT Telekomunikasi Indonesia cabang Malang. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semua unsur (variabel bebas) berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Artinya segmentasi demografis berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Namun, dalam penelitian ini sebagai variabel dependen adalah penggunaan *mobile banking.*

B. Pengaruh Kondisi Psikografis Nasabah terhadap Penggunaan Mobile Banking di PT Bank Muamalat Tbk KCU Kediri

Berdasarkan hasil uji regresi linear berganda dan uji t-test dapat diketahui bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan pada variabel kondisi psikografis nasabah terhadap penggunaan *mobile banking* di PT. Bank Muamalat Tbk KCU Kediri. Hal ini dikarenakan nasabah yang menggunakan *mobile banking* dapat diidentifikasi dan dibaca dengan baik oleh bank dari sudut pandang segmentasi psikografisnya. Adapun dilihat dari nilai koefisiensi dari ketiga variabel independen, variabel kondisi psikografis nasabah berada di urutan pertama atau dominan pada tingkat pengaruh positif dan signifikan.

Melihat hasil dari angket penelitian pada variabel psikografis, didapatkan nilai tertinggi yang mempengaruhi penggunaan *mobile banking*, yaitu nasabah termasuk pribadi selektif, sehingga menggunakan *mobile*

[105] Fullchis Nurtjahjani, et. all., "Pengaruh Segmentasi Pasar Terhadap Keputusan Pembelian Produk Telkom Speedy Di PT Telekomunikasi Indonesia Cabang Malang", Jurnal Administrasi dan Bisnis, Vol. 11 No. 2, 2017, dalam http://j-adbis.polinema.ac.id/index.php/adbis/article/view/21, diakses tanggal 30 Juli 2019.

banking untuk hal-hal yang penting. Sedangkan nilai terendah, yaitu nasabah menggunakan *mobile banking* karena sebagai media yang dapat menunjang gaya hidup. Sesuai dengan hasil yang telah dipaparkan, diartikan bahwa kebijakan dalam memberikan layanan oleh PT. Bank Muamalat Tbk KCU Kediri sudah diterapkan dengan baik, dan indikator dengan nilai tinggi dapat dipertahankan, sedangkan indikator dengan nilai rendah dapat ditingkatkan dengan kebijakan yang lebih baik.

Hasil penelitian ini relevan dengan teori Assauri dimana terdapat tiga kelompok untuk menjelaskan segmentasi psikografis, yaitu gaya hidup, *personality* atau kepribadian, dan *values* atau nilai-nilai.[106] Gaya hidup yaitu ditunjukkan oleh *mobile banking* sebagai salah satu media yang dapat menunjang gaya hidup, lebih efektif serta tidak membuang-buang waktu karena nasabah dalam kesehariannya membutuhkan transaksi yang cepat, selain itu nasabah menggunakan *mobile banking* karena menggemari belanja *online* dan juga transaksi digital lainnya.

Personality aau kepribadian yaitu dimana nasabah selektif dalam menggunakan *mobile banking* hanya untuk hal-hal penting, nasabah menggunakan *mobile banking* juga karena memiliki sikap dan perilaku pekerja keras, dan punya banyak teman karena suka bergaul. *Value* atau nilai yaitu dimana menggunakan *mobile banking* tidak melanggar nilai atau bertentangan dengan budaya, terlebih ketaatan pada nilai-nilai kebudayaan membuat

[106] Sofjan Assauri, *Manajemen Bisnis Pemasaran,*..... hlm 212.

nasabah bijaksana dalam bertransaksi dengan menggunakan *mobile banking*, dan aplikasi *mobile banking* bank Muamalat sendiri telah sesuai syariah.

Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan Hulu[107], yang bertujuan untuk menguji pengaruh segmentasi pasar terhadap volume penjualan di UD Selvin kecamatan Gomo kabupaten Nias Selatan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa segmentasi pasar mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap penjualan. Artinya segmentasi psikografis berpengaruh positif terhadap penjualan. Namun, dalam penelitian ini sebagai variabel dependen adalah penggunaan *mobile banking.*

C. Pengaruh Kondisi Geografis Nasabah terhadap Penggunaan Mobile Banking di PT. Bank Muamalat Tbk KCU Kediri

Berdasarkan hasil uji regresi linear berganda dan uji t-test dapat diketahui bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan pada variabel kondisi geografis nasabah terhadap penggunaan *mobile banking* di PT. Bank Muamalat Tbk KCU Kediri. Hal ini dikarenakan nasabah yang menggunakan *mobile banking* dapat diidentifikasi dan dibaca dengan baik oleh bank dari sudut pandang segmentasi geografisnya. Adapun dilihat dari nilai koefisiensi dari ketiga variabel independen, variabel kondisi geografis nasabah berada di urutan ketiga pada tingkat pengaruh positif dan signifikan.

Melihat hasil dari angket penelitian pada variabel geografis, didapatkan nilai tertinggi yang mempengaruhi penggunaan *mobile banking*,

---

[107] Amelina Hulu, *Pengaruh Segmentasi Pasar Terhadap Volume Penjualan Di UD. Selvin Kecamatan Gomo Kabupaten Nias Selatan*, (2017), Skripsi dalam https://skripsistie.files.wordpress.com/2018/03/amelina-hulu_pengaruh-segmentasi-pasarterhadap volume-penjualan-di-ud-selvin-kecamatan-gomo-kabupaten-nias-selatan.pdf, diakses tanggal 30 Juli 2019.

yaitu nasabah menggunakan *mobile banking* karena di daerah tempat tinggalnya telah menerima era disrupsi, sehingga dapat berhemat kertas dan waktu. Sedangkan nilai terendah, yaitu nasabah menggunakan *mobile banking* karena lebih terlihat punya gengsi atau gaya di tempat tinggalnya. Sesuai dengan hasil yang telah dipaparkan, diartikan bahwa kebijakan dalam memberikan layanan oleh PT. Bank Muamalat Tbk KCU Kediri sudah diterapkan dengan baik, dan indikator dengan nilai tinggi dapat dipertahankan, sedangkan indikator dengan nilai rendah dapat ditingkatkan dengan kebijakan yang lebih baik.

Hasil penelitian ini relevan dengan teori Kurniawan dimana terdapat lima kelompok untuk menjelaskan segmentasi geografis, yaitu urban-rural, pulau, negara, kota, dan ukuran saluran distribusi.[108] Urban-rural yaitu dimana *mobile banking* telah menjadi kebutuhan di lingkungan tempat tinggal nasabah dan menggunakan aplikasi ini terlihat lebih punya gengsi/gaya. Pulau yaitu dimana di daerah tempat tinggal nasabah telah memiliki fasilitas maju, sehingga mudah untuk menggunakan *mobile banking* dan kondisi kepadatan pendudukan juga mendorong pada penggunaan *mobile banking* karena mempercepat transaksi tanpa harus ke bank.

Negara yaitu dimana memiliki lembaga khusus yang dibentuk untuk menaungi perbankan, menjamin rasa aman nasabah dalam bertransaksi digital dan di era disrupsi saat ini menggunakan *mobile banking* hemat kertas dan juga waktu. Kota yaitu dimana nasabah menggunakan *mobile banking* karena

---

[108] Arief Rakhman Kurniawan, *Total Marketing(Segala Hal Tentang Marketing dan Bagaimana Menjadi Sales handal),.....* hlm 115.

lingkungan tempat tinggal membutuhkan mobilitas yang cepat dan transaksi *mobile banking* mudah yang didukung sinyal kuat. Ukuran saluran distribusi yaitu ditunjukkan oleh lingkungan nasabah yang mayoritas nasabah bank yang berbeda-beda, sehingga menggunakan *mobile banking* bank Muamalat dapat membuktikan apa saja keuntungan yang didapat, selain terbantu dalam bertransaksi keuangan sehari-hari tanpa harus ke bank.

Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan Anjelisa, Lisbeth Mananeke, dan Mirah Rogi[109], yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh strategi segmentasi, *targeting*, dan *positioning* (STP) terhadap keputusan pembelian roduk BP-Smart Protection di AJB Bumi Putera 1912 cabang Sam Ratulangi Manado. Hasil penelitian ini dinyatakan segmentasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Artinya segmentasi geografis berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Namun, dalam penelitian ini sebagai variabel dependen adalah penggunaan *mobile banking.*

D. Pengaruh secara simultan antara Kondisi Demografis, Psikografis, dan Geografis terhadap Penggunaan Mobile Banking di PT Bank Muamalat Tbk KCU Kediri

Berdasarkan hasil uji F memperlihatkan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan secara bersama-sama seluruh variabel independen (kondisi demografis, psikografis, dan geografis nasabah) terhadap penggunaan *mobile banking* di PT. Bank Muamalat Tbk KCU Kediri. Dan yang menunjukkan hasil

---

[109] Anjelisa, et. all., "Analisis Pengaruh Strategi Segmentasi, *Targeting, dan Positioning* (STP) Terhadap Keputusan Pembelian Produk BP-Smart Protection di AJB Bumi Putera 1912 Cabang Sam Ratulangi Manado", Jurnal EMBA , Vol. 6 No. 4, 2018, dalam https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/21970, diakses tanggal 30 Juli 2019.

paling dominan terhadap variabel dependen adalah kondisi psikografis nasabah, jika dibandingkan dengan kondisi demografis dan geografis nasabah. Artinya penggunaan *mobile banking* di PT. Bank Muamalat Tbk KCU Kediri lebih dipengaruhi oleh kondisi gaya hidup, kepribadian, dan *value* atau nilai yang dianut oleh nasabah. Sedangkan, hasil uji koefisien determinasi menyatakan sebesar 75,3 % penggunaan *mobile banking* dapat dijelaskan oleh variabel independen yang ada pada penelitian ini, sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini.

Hasil penelitian ini relevan dengan teori Davis, yang mana nasabah menggunakan aplikasi *mobile banking* bank Muamalat karena mudah digunakan, dimengerti, dan memberikan kemudahan layanan. Layanan dapat dijangkau dari mana saja adalah sebagai bukti bahwa *mobile banking* bank Muamalat dapat digunakan bertransaksi *online* setiap saat dan dimana saja, serta bukti digital dari transaksi dapat disimpan di menu favorit dalam aplikasi.

Murah adalah salah satu kelebihan dari *mobile banking* bank Muamalat yang mana sangat hemat biaya transaksi dan tidak dikenakan administrasi bulanan. Aman adalah sebagai hal yang paling vital pada aplikasi *mobile banking* bank Muamalat karena menjamin proteksi optimal dari gangguan digital, serta kemanan data pribadi nasabah terjamin. Dapat diandalkan (*reliable)* menunjukkan bahwa *mobile banking* bank Muamalat nyaman digunakan, bertransaksi menjadi lebih efektif, efisien, dan tanpa hambatan.