

**ANALISIS CLUSTER YANG MENENTUKAN NASABAH
DALAM MENGGUNAKAN MOBILE BANKING DI KOTA
PALEMBANG**



Skripsi Oleh:

AGIE RAKHA PRADIPTA

01011381419209

MANAJEMEN

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Meraih

Gelar Sarjana Ekonomi

KEMENTERIAN RISET TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI

UNIVERSITAS SRIWIJAYA

FAKULTAS EKONOMI

PALEMBANG

2018

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF

JUDUL SKRIPSI

ANALISIS CLUSTER YANG MENENTUKAN NASABAH DALAM
MENGUNAKAN MOBILE BANKING DI KOTA PALEMBANG

Disusun Oleh:

Nama : Agie Rakha Pradipta
Nim : 01011381419209
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen
Bidang Kajian/Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Disetujui untuk digunakan dalam ujian komprehensif

Tanggal Persetujuan

Dosen Pembimbing

Tanggal

Ketua



: _____

Hj. Nofiawaty, S.E, M.M

NIP. 196911081994012001

Tanggal

Anggota



: _____

Welly Nailis, S.E, M.M

NIP. 197407012008011011

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

ANALISIS CLUSTER YANG MENENTUKAN NASABAH DALAM MENGUNAKAN MOBILE BANKING DI KOTA PALEMBANG




Disusun Oleh:

Nama : Agie Rakha Pradipta
NIM : 01011381419209
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen
Bidang Kajian/Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Telah diuji dalam ujian komprehensif pada tanggal Maret 2018 dan telah memenuhi syarat untuk diterima.

Panitia Ujian Komprehensif

Palembang, Maret 2018

No.	Nama	Tanda Tangan
1	Hj. Nofiawaty, S.E, M.M NIP. 196911081994012001	
2	Welly Nailis, S.E, M.M NIP. 197407012008011011	
3	Drs. Achmad Widad, M.Sc. NIP. 195512281981021002	

Mengetahui,

Ketua Jurusan Manajemen



Dr. Zakaria Wahab, M.B.A

NIP. 195707141984031005

SURAT PERNYATAAN INTEGRITAS KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama Mahasiswa : Agie Rakha Pradipta
NIM : 01011381419209
Jurusan : Manajemen
Bidang Kajian : Manajemen Pemasaran
Fakultas : Ekonomi

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi yang berjudul:

ANALISIS CLUSTER YANG MENENTUKAN NASABAH DALAM MENGUNAKAN MOBILE BANKING

Pembimbing:

Ketua : Hj, Nofiawaty, S.E, M.M
Anggota : Welly Nailis, S.E, M.M
Tanggal Ujian : 6 April 2018

Adalah benar hasil karya saya sendiri. Di dalam Skripsi ini tidak ada kutipan hasil karya orang lain yang tidak disebutkan sumbernya.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, dan apabila pernyataan saya ini tidak benar dikemudian hari, saya bersedia dicabut predikat kelulusan dan gelar kesarjanaan.

Palembang, 29 Maret 2018

Pembuat Pernyataan,

Agie Rakha Pradipta

NIM. 01011381419209

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“There is nothing to fear, but fear itself”

(Franklin D. Roosevelt)

“No, I will not surrender”

(Angels&Airwaves)

Skripsi ini saya persembahkan kepada

- Orangtua tercinta
- Saudara tercinta
- Sahabat-sahabat tersayang
- Rekan-rekan seperjuangan
- Almamater

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Allah SWT atas karunia dan rahmat yang telah dilimpahkan-Nya karena berkat izin-Nya, penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul **Analisis Cluster yang Menentukan Nasabah dalam Menggunakan Mobile Banking di Kota Palembang**. Skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan dalam meraih gelar sarjana ekonomi program Strata Satu (S1) Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.

Skripsi ini membahas mengenai Analisis Cluster yang Menentukan Nasabah dalam Menggunakan *Mobile Banking* dengan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data dan variabel yang meliputi Bauran Pemasaran (Produk, distribusi, Promosi, Proses, Bukti Fisik) dan Perilaku Konsumen (Faktor Budaya, Sosial, Pribadi, Psikologis). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terbentuk 4 cluster yang menentukan nasabah dalam menggunakan *Mobile Banking*.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan karena menyadari segala keterbatasan yang ada. Untuk ini demi sempurnanya skripsi ini, penulis sangat membutuhkan dukungan dan sumbangsih pikiran yang berupa kritik dan saran yang bersifat membangun.

Palembang, Maret 2018

Penulis,

Agie Rakha Pradipta

NIM. 01011381419209

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulisan skripsi ini dapat berjalan dengan lancar dan baik karena adanya dukungan, bimbingan dan do'a dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Allah SWT atas segala berkat, rahmat dan kesehatan yang diberikan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Kedua Orang Tua yang selalu setia memberikan doa, semangat dan dukungan, baik secara moril maupun materil, serta memotivasi penulis agar terus terpacu untuk menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan tepat waktu.
3. Bapak Prof. Dr. Ir. H. Anis Saggaff, MSCE selaku Rektor Universitas Sriwijaya.
4. Bapak Prof. Dr. Taufiq, S.E, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.
5. Bapak Drs. Zakaria Wahab, M.B.A. selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Sriwijaya.
6. Bapak Drs. Yuliansyah M. Diah, M.M selaku Pengelola Akademik Jurusan Manajemen Universitas Sriwijaya Kampus Palembang.
7. Ibu Hj. Nofiwaty, S.E, M.M dan Bapak Welly Nailis, S.E, M,M selaku Dosen Pembimbing Skripsi saya yang telah mengorbankan waktu, pikiran dan tenaga untuk membimbing serta memberikan saran dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Bapak Afriyadi Cahyadi, S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing akademik saya yang telah mengorbankan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan saran dan kritikan yang membangun dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Bapak Drs. Achmad Widad, M.Sc selaku Dosen Penguji Skripsi yang telah membantu memberi kritik dan saran kepada penulis.

10. Seluruh Dosen pengajar, Staf dan Pegawai Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya Kampus Palembang yang telah memberikan kelancaran proses administrasi selama kuliah dan penulisan skripsi ini.
11. Saudaraku Bagus Danny Rialdy terimakasih untuk selalu memberikan semangat, nasihat, dukungan secara materi serta doa yang tidak pernah putus untuk semua kelancaran dalam urusan perkuliahan sampai dengan skripsi ini.
12. Nurhasna Isnaini Kusasi, yang selalu memberi dukungan, menemani, dan rela meluangkan waktunya untuk menghibur dan membantu disaat penulis merasa kesulitan dalam sehari-hari dan saat proses pembuatan skripsi ini.
13. Sepupuku Annenova Carolwyna Grayobelia yang telah menyediakan fasilitas, membantu penulis dan memberikan semangat dan dukungan pada saat masa kuliah dan penulisan skripsi ini.
14. Sahabatku selama perkuliahan Muhammad Rizky dan Evan Prabu Kusuma Jaya yang selalu memberikan semangat, dukungan, hiburan dalam proses penyelesaian skripsi dan selalu menemani dari awal hingga akhir masa studi.
15. Sahabatku (SK)ip Squad, M. Ari Kirti Ibrahim, Wike Noprika Sari, Tiara Dwintarsari, Evan Prabu Kusuma Jaya, Muhammad Rizky, Abdullah Aziz, Bagus Pandu Pangestu yang memberikan semangat, bantuan serta candaan yang mengisi indahny hari-hari selama perkuliahan dan pada saat penulisan skripsi.
16. Sahabatku SPRINT yang telah mengenalkan penulis tentang kehidupan di Palembang dan Universitas Sriwijaya, serta menemani penulis dari awal masa kuliah.
17. Manajemen Pemasaran 2014 yang selalu membantu proses kuliah, saling memberikan motivasi dan semangat, dan do'a yang dipanjatkan untuk kesuksesan bersama.

18. Teman skripsiku Indah Permata yang memberikan kontribusi waktu, tenaga, hiburan dan pikiran untuk kesuksesan penyelesaian skripsi ini.
19. Manajemen angkatan 2014, yang selalu memberikan semangat dan do'a atas kesuksesan skripsi ini. Semoga kalian selalu diberikan kemudahan dan kelancaran dalam menyelesaikan perkuliahan ini.
20. Terimakasih juga kepada seluruh pihak terkait yang telah membantu secara langsung maupun tidak langsung dalam penyelesaian skripsi ini yang namanya tidak dapat disebutkan satu per satu.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun demi penulisan yang lebih baik dimasa mendatang. Semoga Skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang berkepentingan.

Palembang, Maret 2018

Penulis,

Agie Rakha Pradipta

NIM. 01011381419209

ABSTRAK

ANALISIS CLUSTER YANG MENENTUKAN NASABAH DALAM MENGUNAKAN MOBILE BANKING DI KOTA PALEMBANG

Oleh:

Agie Rakha Pradipta, Hj. Nofiawaty, S.E, M.M, Welly Nailis, S.E, M.M

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui cluster yang menentukan nasabah dalam menggunakan *Mobile Banking* di Kota Palembang. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat kota Palembang yang menggunakan jasa *mobile banking* yang tidak diketahui jumlahnya. Teknik pengambilan sampel yang dilakukan adalah *purposive sampling*. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis cluster K-Means. Hasilnya menunjukkan terdapat empat (4) cluster yang menentukan nasabah dalam menggunakan *mobile banking*. Keempat cluster tersebut diberi nama baru sebagai berikut, Cluster kemudahan transaksi, Cluster kualitas produk, Cluster popularitas dan rekomendasi, dan Cluster Pengaruh individu dan lingkungan.

Kata kunci : Mobile Banking, Analisis Cluster.

Telah kami setuju untuk ditempatkan pada lembar skripsi.

Palembang, Maret 2018

Ketua,



Hj. Nofiawaty, S.E, M.M
NIP. 196911081994012001

Anggota,



Welly Nailis, S.E, M.M
NIP. 197407012008011011

Mengetahui,
Pengelola Akademik Jurusan Manajemen



Drs. Yuliansyah M. Diah, M.M

NIP. 195607011985031003

ABSTRACT

A CLUSTER ANALYSIS OF DETERMINING CUSTOMERS IN USING MOBILE BANKING IN PALEMBANG CITY

By:

Agie Rakha Pradipta, Hj. Nofiawaty, S.E, M.M, Welly Nailis, S.E, M.M

The aim of this research is to determine the clusters of customers in using Mobile Banking at Palembang City. The pupolation in this study are the citizen of Palembang City who use Mobile Banking services which not known how many users. Through purposive sampling method, 100 respondents are selected. Analysis technique that used on this research is K-Means cluster. The result shown there are 4 clusters that determine the customers in using Mobile Banking. These four clusters are given a new name as follows: ease of transaction, Product Quality, Popularity dan Recommendation, and individual and environment influence.

Keywords : Mobile Banking, Cluster Analysis

We have agree to be placed on the abstract sheet.

Palembang, March 2018

Leader,



Hj. Nofiawaty, S.E, M.M
NIP. 196911081994012001

Member,



Welly Nailis, S.E, M.M
NIP. 197407012008011011

Knowing,

Business Management Academic Programs



Drs. Yuliansyah M. Diah, M.M
NIP. 1956070119850310033

SURAT PERNYATAAN

Kami dosen pembimbing skripsi menyatakan bahwa Abstrak Skripsi dalam Bahasa Inggris dari mahasiswa:

Nama : Agie Rakha Pradipta

NIM : 01011381419209

Jurusan : Manajemen

Bidang Kajian : Manajemen Pemasaran

Judul Skripsi : **ANALISIS CLUSTER YANG MENENTUKAN NASABAH
DALAM MENGGUNAKAN MOBILE BANKING DI KOTA
PALEMBANG**

Telah kami periksa penulisan, *grammar*, maupun susunan *tenses*-nya dan kami setuju untuk ditempatkan pada lembar abstrak.

Pembimbing Skripsi,

Ketua,



Hj. Nofiwaty, S.E, M.M

NIP. 196911081994012001

Anggota,



Welly Nailis, S.E, M.M

NIP. 197407012008011011

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama Mahasiswa : Agie Rakha Pradipta
Jenis Kelamin : Laki-laki
Tempat/Tanggal Lahir : Jakarta, 24 Juni 1996
Agama : Islam
Status : Mahasiswa
Alamat Rumah : Perumahan Ciater Permai, Jl. Anggrek IV Blok
A7/8, Ciater-Serpong.
Alamat Email : agierprp@outlook.com
Pendidikan formal:
Taman Kanak-Kanak : TK Islam Al-Azhar 17 Bintaro
Sekolah Dasar : SD Islam Al-Azhar 17 Bintaro
Sekolah Menengah Pertama : SMP Islam Al-Azhar 3 Bintaro
Sekolah Menengah Atas : SMA Islam Al-Azhar BSD

DAFTAR ISI

UCAPAN TERIMA KASIH.....	vii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	9
1.4.2 Manfaat Praktis	9
BAB II STUDI KEPUSTAKAAN	10
2.1 Landasan Teori	10
2.1.1 Produk dan Jasa	10
2.1.2 Marketing Mix	10
2.1.3 Perilaku Konsumen.....	12
2.1.4 Segmentasi	15
2.1.5 Internet Marketing	16
2.2 Penelitian Terdahulu.....	17
2.3 Kerangka Konseptual	19
BAB III METODE PENELITIAN.....	21
3.1.1 Ruang Lingkup Penelitian	21
3.1.2 Rancangan Penelitian	21
3.1.3 Sumber Data	21
3.1.4 Data Primer	21
3.1.5 Data Sekunder.....	21
3.2 Teknik Pengumpulan Data	22
3.2.1 Kuesioner	22
3.2.2 Studi Kepustakaan	22
3.2.3 Populasi dan Sampel	22
3.2.3.1 Populasi.....	22
3.2.3.2 Sampel	22
3.2.4 Uji Data	24
3.2.4.1 Uji Validitas.....	24

3.2.4.2 Uji Reabilitas	24
3.3 Teknik Analisis.....	25
3.3.1 Analisis Cluster.....	25
3.3.2 Definisi Operasional Variabel	28
3.3.3 Pengukuran Variabel	29
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	30
4.1 Uji Instrumen Penelitian.....	30
4.1.1 Uji Validitas dan Reabilitas Instrumen Penelitian.....	30
4.1.1.1 Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian	30
4.1.1.2 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian	33
4.2 Gambaran Umum Responden.....	34
4.2.1. Profil Responden.....	34
4.2.2. Perilaku Responden	37
4.2.4 Variabel penelitian	40
4.3 Teknik Analisis Data	46
4.3.1 Analisis Cluster.....	46
4.3.1.1 ANOVA	47
4.3.1.2 Final Cluster Centers	48
4.3.3 Jumlah Responden Tiap Cluster	55
4.3.4 Pembagian Cluster	56
4.4 Pembahasan	60
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	63
5.1 Kesimpulan.....	63
5.2 Saran	63

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era sekarang, teknologi semakin meningkat dan dibuat menjadi lebih mudah dalam hal penggunaannya. Manusia pada generasi sekarang cenderung lebih terbuka dan selalu mengikuti perkembangan zaman karena teknologi yang berkembang dapat mempermudah manusia dalam melakukan aktivitas. Pola hidup yang serba digital membuat kemajuan pada pemikiran manusia disebabkan oleh mudahnya dalam mencari ilmu pengetahuan dan berhubungan satu sama lain.

Internet memiliki peran yang penting dalam hidup kita, dengan internet kita dapat mencari berbagai informasi yang tidak kita ketahui dengan cepat dan mudah. Tanpa harus menggunakan tenaga lebih kita hanya tinggal mengetik saja di *search engine* yang tersedia dan informasi tersebut dapat terlihat dengan cepat. Survey APJII pada tahun 2016 mengatakan dari total penduduk Indonesia yaitu 256,2 juta jiwa, yang menggunakan internet sudah lebih dari setengahnya yaitu 132,7 jiwa. Tidak hanya untuk mencari ilmu pengetahuan, internet juga berperan penting dalam membantu kita untuk kegiatan sehari-hari, salah satunya yaitu memakai internet sebagai media untuk pemasaran.

Internet marketing dapat dikatakan yaitu teknik dalam melakukan promosi dengan media online. Teknik ini dapat dilakukan melalui berbagai macam hal, seperti *search engine marketing*, *e-mail marketing*, dan melakukan kerjasama (*partnership arrangements*) dengan situs yang lain. *Internet marketing* juga

merupakan sarana untuk mempererat hubungan dengan konsumen. Dengan *internet marketing* perusahaan dapat menjangkau pasar yang luas tanpa harus mengeluarkan biaya yang tinggi, dan para konsumen juga merasa nyaman dengan pelayanannya. Peran *internet marketing* sangat berguna bagi dunia perbankan, peran *internet marketing* pada transaksi dalam bank dapat dilihat pada tabel 1.1

Tabel 1.1

Tabel Survey pada saluran digital untuk bank tahun 2015

Keterangan	Presentase
Internet Banking	65%
Mobile Banking	62%
Branch	41%
ATM	33%
Call Centre	25%
Social Media	22%
Etc.	11%

Sumber: PwC Indonesia, Indonesian Banking Survey 2015

Dapat dilihat berdasarkan tabel 1.1 bahwa Penggunaan internet banking dan mobile banking lebih diutamakan. Survey lain dari MEF, asosiasi perdagangan dunia urusan konten dan tata niaga mobile, dan perusahaan komunikasi Ooredoo pada tahun 2013 mengatakan bahwa 80% pengguna *smartphone* melakukan transaksi bank menggunakan mobile banking. Maka dari itu bank-bank di Indonesia sudah mengembangkan teknologi digital sebagai salah satu fasilitas untuk nasabahnya. Bank memanfaatkannya untuk mempermudah nasabah dalam melakukan transaksi kapan saja dan dimana saja, melalui *SMS Banking*, *Internet Banking*, dan *Mobile Banking*.

Internet Banking memiliki keunggulan pada tempat untuk mengaksesnya. *Internet Banking* dapat diakses melalui *PC*, *Laptop*, dan *Smartphone* apabila

tersedia jaringan internet. Akan tetapi dalam mengakses *Internet Banking*, nasabah harus menggunakan web browser yang tersedia, dan harus menyimpan e-secure. Pada *Mobile Banking* nasabah dapat mengakses melalui aplikasi pada *smartphone*. Berbeda dengan *Internet Banking*, mengakses *Mobile Banking* hanya dengan membuka aplikasinya tanpa menggunakan browser dan hanya menggunakan password. Dengan kemudahan tersebut, pengguna *Mobile Banking* selalu tumbuh dari tahun ke tahun.

Pertumbuhan pada pengguna *mobile banking* di Indonesia dapat dilihat pada tabel 1.2.

Tabel 1.2

Pertumbuhan pengguna *mobile banking* di Indonesia

Tahun	Presentase
2012	26%
2013	34%
2014	44%
2015	66%

Sumber: Sharing vision, dari berbagai sumber 2015

Mobile Banking atau *M-Banking* merupakan sebuah sistem layanan dari sebuah lembaga keuangan seperti Bank untuk melakukan sejumlah transaksi keuangan yang dapat diakses langsung oleh nasabah melalui perangkat *mobile* seperti telepon seluler. *Mobile banking* dijadikan sebagai pengganti *teller* dalam bank yang dapat diakses melalui perangkat telpon seluler. Pengguna *mobile banking* terus meningkat setiap tahunnya, seperti pada CIMB Niaga per 30 September 2016, Jumlah pengguna Go mobile (*Mobile Banking* CIMB Niaga) sudah mencapai 1,25 juta pengguna atau naik sebesar 34,3%.

Pertumbuhan pengguna *mobile banking* di Indonesia dilihat dari perbankan dapat dilihat pada tabel 1.3.

Tabel 1.3
Pertumbuhan pengguna *mobile banking* di Indonesia dilihat dari
perbankan pada tahun 2017

MEREK	TBI
m-BCA	48,1%
m-Banking Mandiri	21,1%
BRI Mobile	12,2%
BNI Mobile	10,1%

Sumber: topbrand-award.com

Fitur dari *mobile banking* yaitu terdapatnya transaksi finansial seperti transfer uang, pengecekan saldo, lalu transaksi lain-lain, seperti pengisian pulsa prabayar atau pembayaran listrik PLN, PDAM, dll. Keunggulan utamanya adalah transaksi tanpa harus menyisihkan waktu dan tenaga yang lebih, hanya dengan menggunakan *smartphone* nasabah diberi kemudahan dalam mengakses fitur-fitur yang disediakan oleh masing-masing bank.

Selain kemudahan yang ditawarkan, tentunya keamanan juga perlu diperhatikan. Setiap transaksi finansial yang dilakukan oleh nasabah, selalu dibutuhkan akses PIN nasabah itu sendiri disertai No. telpon seluler nasabah. Keamanan juga bias lebih terjamin karena nasabah bias mengakses *mobile banking* dengan *smartphone* yang ukurannya kecil dibandingkan dengan ATM yang cenderung lebih besar.

Penggunaan *mobile banking* lebih mudah dan praktis dibandingkan dengan *SMS banking* atau *internet banking*, karena hanya tinggal mengunduh aplikasinya kemudian mendaftar dan siap digunakan kapanpun dimanapun. *Mobile banking*

sangat penting untuk memenuhi kebutuhan dan *trend* yang selalu berkembang. Dengan dipermudahnya nasabah dalam menjalani transaksinya maka *mobile banking* dapat menciptakan nasabah yang loyal, karena dengan nasabah yang puas dengan pelayanan *mobile banking* maka nasabah akan loyal terhadap perbankan tersebut.

Nasabah dalam menggunakan *mobile banking* mempunyai kebutuhan yang berbeda. Hasil dari riset MARS Indonesia yaitu studi pasar dan perilaku nasabah *mobile banking* 2008/2008 terdapat pada tabel 1.4

Tabel 1.4

Alasan nasabah membutuhkan Mobile Banking

Alasan	Total
Praktis karena tidak perlu datang ke bank/ATM	46,5%
Transaksi menjadi lebih cepat	32,7%
Mempermudah mencari Informasi tentang produk bank	3,0%
Cara pengoperasiannya mudah	1,0%

Sumber: Studi pasar & perilaku nasabah mobile banking 2008

Berdasarkan tabel di atas, nasabah memiliki kebutuhan yang berbeda-beda pada saat menggunakan jasa *mobile banking*.

Nasabah membutuhkan *mobile banking* dapat didasarkan oleh bauran pemasaran jasa, yaitu *product, price, place, promotion, people, process*, dan *physical evidence*. Ada nasabah yang membutuhkan *mobile banking* karena aksesibilitas yang tinggi, dan ada juga nasabah yang membutuhkan *mobile banking* karena pengoperasiannya yang mudah. Selain bauran pemasaran jasa, kebutuhan nasabah terhadap *mobile banking* dapat didasarkan oleh perilaku konsumen.

Menurut Griffin (2013:8), perilaku konsumen merupakan kegiatan, tindakan, dan proses psikologi yang mendorong suatu tindakan pada saat sebelum membeli, saat membeli, menggunakan, dan menghabiskan produk atau jasa. Para nasabah mempunyai perilaku yang berbeda saat menggunakan *mobile banking*. Ada nasabah yang menggunakan *mobile banking* karena hanya mengikuti trend atau karena ingin menunjukkan status sosialnya.

Mobile Banking merupakan produk yang ditujukan untuk memudahkan nasabah dalam bertransaksi. Fitur-fitur transaksi yang terdapat pada *Mobile Banking* lebih lengkap dari bank itu sendiri, seperti pengisian pulsa, dan lain-lain. *Mobile Banking* dapat diakses melalui telpon seluler hanya dengan mengunduhnya di aplikasi *Google Play Store* atau *App Store*.

Harga tidak terdapat pada *Mobile Banking* karena pihak bank tidak mengeluarkan biaya pada saat nasabah mengunduh aplikasinya dan pada saat bertransaksi. Nasabah tidak perlu khawatir dengan biaya pada *Mobile Banking*. Nasabah hanya perlu internet untuk mengaksesnya.

Distribusi pada *Mobile Banking* tergolong merata, karena *Mobile Banking* dapat diakses dimana saja bagi nasabah yang menggunakan *smartphone* dan memiliki akses internet pada *smartphone* nya. Karena itu *Mobile Banking* dapat menjangkau seluruh nasabah yang ingin menggunakannya.

Mobile Banking tidak menggunakan tenaga manusia untuk memprosesnya, karena seluruh kegiatan atau transaksi yang dilakukan menggunakan *Mobile Banking* sepenuhnya berada ditangan nasabah. Nasabah hanya tinggal mengklik apa yang diinginkan sampai proses transaksi selesai.

Promosi yang dilakukan oleh pihak bank dapat dilakukan melalui karyawan banknya maupun dari kerjasama antar perusahaan dengan bank. Bank melakukan promosi pada *Mobile Banking* diharapkan dapat menarik perhatian nasabah untuk menggunakannya agar nasabah dapat lebih mudah untuk bertransaksi dibandingkan harus bertransaksi melalui ATM atau *teller* bank.

Proses bertransaksi dalam *Mobile Banking* dapat dilakukan dengan mudah, hanya tinggal mengklik poin yang diinginkan dan dapat dilakukan dimana saja, berbeda dengan transaksi melalui bank atau ATM yang tidak bisa dilakukan dimana saja dan memiliki prosedur yang lebih rumit. Terjadinya kegagalan dalam transaksi juga cenderung minim. Salah satu faktor kegagalannya hanya karena akses internet pada *smartphone* tidak memadai atau lambat. *Mobile Banking* juga cenderung lebih cepat proses transaksinya karena prosedurnya yang lebih *simple*.

Mobile Banking mempunyai bukti fisik berupa desain yang dapat menentukan mudahnya proses transaksi atau dengan kata lain adalah *user friendly*. Penentu bukti fisik pada *Mobile Banking* yaitu dengan adanya logo bank pada *icon* aplikasinya dan penempatan poin-poin transaksi yang dapat dilihat oleh nasabah.

Menggunakan *Mobile Banking* menjadi kebiasaan karena berkembang pesatnya pengguna aplikasi tersebut. Selain itu, seiring perkembangan teknologi menggunakan *Mobile Banking* menjadi gaya hidup yang *modern* karena kepraktisan dalam penggunaannya. Pengguna aplikasi tersebut tentu akan meningkatkan status sosialnya karena dapat terlihat bahwa nasabah telah mengikuti perkembangan teknologi dan kualitas dari *Mobile Banking* tersebut tidak akan mengecewakan para nasabah.

Peran sosial juga dapat mempengaruhi para nasabah untuk menggunakan *Mobile Banking*, seperti orang tua yang menyarankan anggota keluarganya untuk menggunakan *Mobile Banking* kemudian anggota keluarga tersebut akan menggunakannya karena orang tua akan dipercaya memiliki saran yang baik.

Nasabah dalam menggunakan *Mobile Banking* juga dapat dipengaruhi oleh faktor pribadi. Nasabah dapat menyadari bahwa *Mobile Banking* itu penting karena situasi dan kondisi pada diri nasabah itu sendiri, misal nasabah memiliki waktu yang sedikit untuk bertransaksi melalui bank, maka nasabah akan menggunakan *Mobile Banking* karena kepraktisan dan cepatnya aplikasi tersebut. Selain itu nasabah juga ada yang menggunakan *Mobile Banking* karena ia ingin mengikuti perkembangan teknologi.

Peran psikologis dari nasabah itu sendiri dapat mempengaruhi nasabah untuk menggunakan *Mobile Banking*. Seperti rasa ingin tahu dari nasabah karena *Mobile Banking* baginya merupakan hal yang baru. Selain itu nasabah juga mendapatkan pengalaman dalam penggunaan *Mobile Banking*.

Berdasarkan faktor-faktor tersebut, maka dari itu penulis ingin melakukan penelitian dengan judul “**Analisis Cluster yang Menentukan Nasabah dalam Menggunakan Mobile Banking di Kota Palembang**”.

1.2 Rumusan Masalah

Masalah yang menjadi dasar didalam penelitian ini adalah bagaimanakah cluster yang terbentuk pada nasabah dalam menggunakan *mobile banking* di kota Palembang?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, maka tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui bagaimanakah cluster yang terbentuk pada nasabah dalam menggunakan *mobile banking* di kota Palembang.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Berdasarkan hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan, ilmu pengetahuan, dan bahan referensi bagi peneliti yang lain yang akan melakukan penelitian yang berkaitan dengan penelitian ini.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Bagi Perbankan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat untuk dijadikan pertimbangan dan masukan yang positif bagi perbankan mengenai yang menentukan nasabah dalam menggunakan *mobile banking*.

2. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat untuk menambah wawasan, informasi dan pengetahuan tentang apa saja yang menentukan nasabah dalam menggunakan *mobile banking*.

DAFTAR PUSTAKA

- Chaffey, Dave. 2013. *E-marketing Excellence: Planning and Optimizing Your Digital Marketing. Fourth Edition*. Oxon: Routledge.
- Hemann, Chuck and Burbary, Ken. *Digital Marketing Analytics: Making Sense of Consumer Data in a Digital World*. Indianapolis: Library of Nick Robinson.
- Hurriyati, Raatih. 2010. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: ALFABETA
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1 Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip and Kevin Lance Keller. 2012. *Marketing Management 14th edition*. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Kulkarni S., Patil S.K., Balgaonkar V. 2014. *A Cluster Analysis on Banking Services and Behavior Pattern of Customer. Pezzottaite Journals*. London: Pearson
- Strauss, Judy dan Frost, Raymond. (2012). *E-Marketing edisi internasional ke 6*.
- Sugiyono. 2012. *Memahami Penelitian Kuantitatif*. Bandung: ALFABETA
- Tjiptono, Fandy, dan Gregorius Chandra. 2012. *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta. ANDI.

Jurnal:

- Kulkarni, Sugandharaj, Dr. S. K. Patil, dan Balgaonkar, Vilas. 2014. *A Cluster Analysis on Banking Services and Behavior Pattern of Customer*. Vo. 3 No. 3.
- Kumar M., Varun, Vishnu Chaitanya. M. dan Madhavan. M. 2012. *Segmenting the Banking Market Strtegy by Clustering*. International Journal of Computer Applications Vol. 45 No. 17.
- Nurmalasari, Piping. 2006. *Analisis Segmentasi Manfaat pada Bank Jatim Cabang Bojonegoro*. Manajemen.
- Salviana, Resvi. *Analisis Segmentasi Nasabah Tabungan Berdasarkan Manfaat pada Bank Syariah Mandiri Cabang Padang*. Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.
- Setiawan, Ismail. 2015. *Pengelompokkan Nasabah Bank Menggunakan Algoritma K-Means untuk Memberikan Penawaran yang Tepat*. Magister Teknik Informatika STMIK AMIKOM Yogyakarta.
- Sihontang, Ellen Theresia. 2016. *Segmentasi Layanan Internet Banking*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya. *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan* Vol. 4 No. 2
- Tiorida, Ermina, dan Leo, Gundur. 2014. *Analisis Empirik Penggunaan Internet Banking pada Perbankan di Jawa Barat*. Staf Pengajar Administrasi Niaga Politeknik Negeri Bandung. *Sigma-Mu* Vol. 6 No. 2.

Sumber Lainnya

<http://goukm.id/data-pengguna-internet-di-indonesia-2016/>

<http://indo.wsj.com/posts/2015/02/26/pengguna-mobile-banking-di-indonesia-meningkat/>

<http://www.marsindonesia.com/newsletter/alasan-utama-nasabah-menggunakan-mobile-banking>

<http://pwc.com/indonesia-banking-survey-2015>