

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN *MOBILE BANKING*
TERHADAP KEPUASAN NASABAH
(Studi Pada Bank BSI KCP Ratulangi Palopo)**

Skripsi

*Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi (S.E) pada Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo*



Oleh

IAIN PALOPO
YUVITA SAVITRI

18 0402 0207

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO**

2022

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN *MOBILE BANKING*
TERHADAP KEPUASAN NASABAH
(Studi Pada Bank BSI KCP Ratulangi Palopo)**

Skripsi

*Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi (S.E) pada Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo*



IAIN PALOPO
Pembimbing:

Jibria Ratna Yasir, S.E., M.Si

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO**

2022

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Yuvita Savitri
NIM : 18 0402 0207
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program studi : Perbankan Syariah

menyatakan dengan sebenarnya bahwa:

1. Skripsi ini merupakan hasil karya sendiri, bukan plagiasi atau duplikasi dari tulisan/karya orang lain yang saya akui sebagai tulisan atau pikiran saya sendiri,
2. Seluruh bagian dari skripsi ini adalah karya saya sendiri selain kutipan yang ditunjukkan sumbernya. Segala kekeliruan dan atau kesalahan yang ada didalamnya adalah tanggungjawab saya.

Bilamana di kemudian hari pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi administratif atas perbuatan tersebut dan gelar akademik yang saya peroleh karenanya dibatalkan.

Demikian pernyataan dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Palopo, 7 September 2022

Yang membuat pernyataan,


Yuvita Savitri

NIM: 18 0402 0207

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul Pengaruh Kualitas Layanan *Mobile Banking* terhadap Kepuasan Nasabah (studi pada Bank BSI KCP Ratulangi) yang ditulis oleh Yuvita Savitri Nomor Induk Mahasiswa (NIM) 18 0402 0207, mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo, yang dimunaqasyahkan pada hari Kamis 1 September 2022 Miladiyah bertepatan dengan 4 Safar 1444 Hijriah telah diperbaiki sesuai catatan dan permintaan Tim Penguji, dan diterima sebagai syarat meraih gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Palopo, 13 September 2022

TIM PENGUJI

- | | | |
|---|-------------------|---------|
| 1. Dr. Takdir, S.H., M.H | Ketua Sidang | (.....) |
| 2. Dr. Muh. Ruslan Abdullah, S.EI., M.A | Sekretaris Sidang | (.....) |
| 3. Dr. Rahmawati, M.Ag | Penguji I | (.....) |
| 4. Nurfadillah, S.E., M.Ak | Penguji II | (.....) |
| 5. Jibria Ratna Yasir, S.E., M.Si | Pembimbing I | (.....) |

Mengetahui:

a.n. Rektor IAIN Palopo
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Ketua Program Studi
Perbankan Syariah

Dr. Takdir, S.H., M.H
NIP. 197907242003121002

Hendra Satri, SE., M.M.
NIP. 19861020201503100

PRAKATA

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ وَعَلَى

آلِهِ وَصَحْبِهِ أَجْمَعِينَ أَمَّا بَعْدُ

Segala puji dan syukur kepada Allah SWT. yang telah menganugerahkan rahmat, hidayah serta kekuatan lahir dan batin, sehingga dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Bank BSI KCP Ratulangi Palopo)” setelah melalui proses yang panjang.

Shalawat dan salam kepada Nabi Muhammad saw. kepada keluarga sahabat dan pengikut-pengikutnya. Skripsi ini disusun sebagai syarat yang harus diselesaikan, guna untuk memperoleh gelar sarjana ekonomi dalam bidang perbankan syariah pada Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo.

Dalam menyelesaikan skripsi ini, banyak pihak yang telah memberikan bantuan, dukungan dan mendoakan saya terkhusus orang tua saya almarhum bapak Sriono, Ibu Elis Sunarya, dan saudari perempuan saya, beserta keluarga saya sehingga penulis pada kesempatan ini menghaturkan rasa hormat dan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Rektor IAIN Palopo, Bapak Prof. Dr. Abdul Pirol, M.Ag, Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan, Bapak Dr. Muammar Arafat, S.H., M.H, Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum Bapak Dr. Ahmad Syarief

Iskandar, S.E., M.M, Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama
Bapak Dr. Muhaemin, M.A.

2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Bapak Dr. Takdir , S.H., M.H,
Wakil Dekan Bidang Akademik, Bapak Dr. Muhammad Ruslan Abdullah,
S.EI., M.A, Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan
Keuangan, Bapak Tadjuddin, S.E., M.Ak., CA, Wakil Dekan Bidang
Kemahasiswaan dan Kerjasama, Bapak Ilham, S.Ag., M.A.
3. Ketua Prodi Program Studi Perbankan Syariah, Bapak Hendra Safri, S.E.,
M.M.
4. Bapak Ibu dosen dan staf IAIN Palopo yang telah banyak membantu dan
memberikan tambahan ilmu.
5. Pembimbing, Ibu Jibria Ratna Yasir, S.E., M.Si yang telah banyak
memberikan arahan dan bimbingan kepada penulis dengan ikhlas dalam
menyelesaikan skripsi ini.
6. Penguji, Ibu Dr. Rahmawati, M.Ag., dan Ibu Nurfadilah, S.E., M.Ak yang
telah banyak memberi arahan dan masukan untuk menyelesaikan skripsi ini.
7. Penasehat Akademik, Bapak Dr. Mahadin Saleh, M.Si.
8. Kepala Perpustakaan IAIN Palopo, Bapak Madehang, S.Ag., M.Ag. beserta
staf yang telah menyediakan buku-buku untuk keperluan studi kepustakaan
dalam menyusun skripsi ini.
9. Nasabah BSI KCP Ratulangi Palopo yang telah turut andil dalam penyusunan
skripsi ini.

10. Semua teman seperjuangan, mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah IAIN Palopo angkatan 2018 Khususnya kelas PBS F yang selama ini memberikan dukungan.
11. Teman-teman Pejuang S.E, sahabatku terkasih yang tidak bisa kusebutkan namanya yang sudah sangat banyak membantu serta memberikan dukungannya (support system).

Semoga setiap bantuan doa, dukungan, motivasi, dorongan, kerjasama dan amal bakti yang telah diberikan kepada peneliti mendapat balasan yang layak disisi Allah Swt.

Akhirnya peneliti berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi setiap yang memerlukan dan semoga Allah Swt. menuntun kearah yang benar dan lurus. Aamiin.

Palopo, 16 April 2022

Yuvita Savitri



IAIN PALOPO

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

A. *Transliterasi Arab-Latin*

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf Latin dapat dilihat pada tabel berikut:

1. Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba'	B	Be
ت	Ta'	T	Te
ث	Ša'	Š	Es dengan titik di atas
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa'	Ḥ	Ha dengan titik di bawah
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Žal	Ž	Zet dengan titik di atas
ر	Ra'	R	Er

ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan ye
ص	Ṣad	Ṣ	Es dengan titik di bawah
ض	Ḍaḍ	Ḍ	De dengan titik di bawah
ط	Ṭa	Ṭ	Te dengan titik di bawah
ظ	Za	Ẓ	Zet dengan titik di bawah
ع	‘Ain	‘	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Fa
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En

و	Wau	W	We
هـ	Ha'	H	Ha
ء	Hamzah	,	Apostrof
ي	Ya'	Y	Ye

Hamzah (ء) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apapun. Jika ia terletak di tengah atau di akhir maka ditulis dengan tanda .

2. Vokal

Vokal bahasa Arab, Seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri atas vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong. Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda Vokal	Nama	Latin	Keterangan
ā	<i>fathah</i>	A	<i>Ā</i>
ī	<i>Kasrah</i>	I	<i>ī</i>
ū	<i>Ḍammah</i>	U	<i>U</i>

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
گَا	<i>fathah dan yā'</i>	Ai	a dan i
يَوَا	<i>fathah dan wau</i>	Au	a dan u

Contoh:

كَيْفَ : *kaifa*

هَوَّلَ : *haulā*

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harakat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
اَ... اِ... اِي	<i>Fathah dan alif atayya'</i>	ā	a dan garis di atas
اِى	<i>Kasrah dan ya'</i>	ī	I dan garis di atas
اُو	<i>Dammah dan wau</i>	ū	U dan garis di atas

Contoh:

مَاتَ : *maṭa*

رَمَى : *rama*

قِيلَ : *qila*

يَمُوتُ : *yamutu*

4. *Ta' marbutah* _

Transliterasi untuk *ta' marbutah* ada dua, yaitu: *ta' marbutah* yang hidup atau mendapat harakat *fathah*, *kasrah*, dan *dammah*, transliterasinya adalah [t]. Sedangkan *ta' marbutah* yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang berakhir dengan *ta' marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *ta' marbutah* itu ditransliterasikan dengan ha (h).

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ : *raudhah al-athfal* _

الْمَدِينَةُ الْفَاضِلَةُ : *al-madinah al-fadhilah*

الْحِكْمَةُ : *al-hikmah*

5. *Syaddah (Tasydid)* _

Syaddah atau *tasydid* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda *tasydid* (ـَ), dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda *syaddah*.

Contoh:

رَبَّنَا : *rabbana* _

نَجَّيْنَا : *najjaina* _

الْحَقُّ : *al-haqq*

نُعِيْمٌ : *nu‘ima*

عَدُوٌّ : *‘aduwwun*

Jika huruf *ى* ber-*tasydid* diakhir sebuah kata dan didahului oleh huruf *kasrah* (ـِ), maka ia ditransliterasi seperti huruf *maddah* menjadi *i*.

Contoh:

عَلِيٌّ : ‘Ali (bukan ‘Aliyy atau ‘Aly)

عَرَبِيٌّ : ‘Arabi (bukan ‘Arabiyy atau ‘Araby)

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf *ال* (*alif lam ma‘arifah*). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasi seperti biasa, *al-*, baik ketika ia diikuti oleh huruf *syamsiyah* maupun huruf *qamariyah*. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-).

Contoh:

الشَّمْسُ : *al-syamsu* (bukan *asy-syamsu*)

الزَّلْزَلَةُ : *al-zalزالah*(*az-zalزالah*)

الفَلْسَفَةُ : *al-falsafah*

الْبِلَادُ : *al-biladu*

7. Hamzah

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof (') hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun, bila hamzah terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa alif.

Contoh:

تَأْمُرُونَ : *ta'muruna*

النَّوْعُ : *al-nau'*

شَيْءٌ : *syai'un*

أُمِرْتُ : *umirtu*

8. Penulisan Kata Arab yang Lazim Digunakan dalam Bahasa Indonesia

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari perbendaharaan bahasa Indonesia, atau sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, atau lazim digunakan dalam dunia akademik tertentu, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya, kata al-Qur'an (dari *al-Qur'an*), alhamdulillah, dan munaqasyah. Namun, bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka harus ditransliterasi secara utuh. Contoh:

Fi Zilal al-Qur'an

Al-Sunnah qabl al-tadwin

9. *Lafz al-Jalalah* (الله)

Kata “Allah” yang didahului partikel seperti huruf *jarr* dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *mudaf ilaih* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah.

Contoh:

دِينُ اللَّهِ = *dinullah* بِاللَّهِ *billah*

Adapun *ta' marbutah* di akhir kata yang disandarkan kepada *lafz al-jalalah*, ditransliterasi dengan huruf [t]. Contoh:

هُم فِي رَحْمَةِ اللَّهِ = *hum fi rahmatillah*

10. Huruf Kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital (*All Caps*), dalam transliterasinya huruf-huruf tersebut dikenai ketentuan tentang penggunaan huruf kapital berdasarkan pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandang (al-), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (Al-). Ketentuan yang sama juga berlaku untuk huruf awal dari judul referensi yang didahului oleh kata sandang al-, baik ketika ia ditulis dalam teks maupun dalam catatan rujukan (CK, DP, CDK, dan DR). Contoh:

Wa maa Muhammadun illaa rasuul

Inna awwala baitin wudi'a linnaasi lallazii bi Bakkata mubaarakan

Syahru Ramadhaan al-lazii unzila fiih al-Qur'aan

Nashiir al-Diin al-Thuusii

Abuuu Nashr al-Faraabii

Al-Gazaali

Al-Munqiz min al-Dhalaal

Jika nama resmi seseorang menggunakan kata Ibnu (anak dari) dan Abu> (bapak dari) sebagai nama kedua terakhirnya, maka kedua nama terakhir itu harus disebutkan sebagai nama akhir dalam daftar pustaka atau daftar referensi. Contoh:

Abu al-Walid Muhammad ibn Rusyd, ditulismenjadi: Ibnu Rusyd, Abu al-Walid Muhammad (bukan: Rusyd, Abu al-Wali d Muhammad Ibnu)

Nasr Hamid Abu Zaid, ditulismenjadi: Abu Zaid, Nasr Hamid (bukan: Zaid, Nasr Hamid Abu)

B. Daftar Singkatan

Beberapa singkatan yang dibakukan adalah:

ATM = Anjungan Tunai Mandiri

a.s. = *'alaihi al-salam*

BSI = Bank Syariah Indonesia

H = Hijrah

Hp = *Handphone*

HR. = Hadis Riwayat

KCP = Kantor Cabang Pembantu

M = Masehi

M-banking = *Mobile Banking*

SMS = *Short Message Service*

Swt. = *shubhanahu wa ta'ala*

Saw. = *shallallahu 'alaihi wa sallam*

SM = Sebelum Masehi

TIQ = Total Islam Quality

Wr. = *Warahmatullaahi*

Wb. = *Wabarakaatuh*

l. = Lahir tahun (untuk orang yang masih hidup saja)

w. = Wafat tahun

QS .../...: 4 = QS al-Baqarah/267



IAIN PALOPO

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
PRAKATA	v
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN	viii
DAFTAR ISI	xix
DAFTAR AYAT	xxi
DAFTAR TABEL	xxii
DAFTAR GAMBAR	xxiii
DAFTAR LAMPIRAN	xxiv
ABSTRAK	xxv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian.....	6
BAB II KAJIAN TEORI	7
A. Kajian Penelitian Terdahulu Yang Relevan.....	7
B. Landasan Teori.....	10
C. Kerangka Pemikiran.....	36

D. Hipotesis.....	37
BAB III METODE PENELITIAN	38
A. Jenis Penelitian.....	38
B. Waktu dan Lokasi Penelitian.....	38
C. Definisi Operasional Variabel.....	38
D. Populasi dan Sampel.....	40
E. Instrumen Penelitian.....	43
F. Teknik Pengumpulan Data.....	44
G. Teknik Analisis Data.....	44
H. Teknik Pengolahan Data.....	46
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	50
A. Hasil Penelitian.....	50
B. Pembahasan.....	75
BAB V PENUTUP	79
A. Kesimpulan.....	79
B. Saran.....	79
DAFTAR PUSTAKA.....	81
L A M P I R A N	86

DAFTAR AYAT

Kutipan ayat 1 QS Al-Baqarah/2: 83.....	13
Kutipan ayat 2 QS Al-Baqarah/2: 267.....	22



IAIN PALOPO

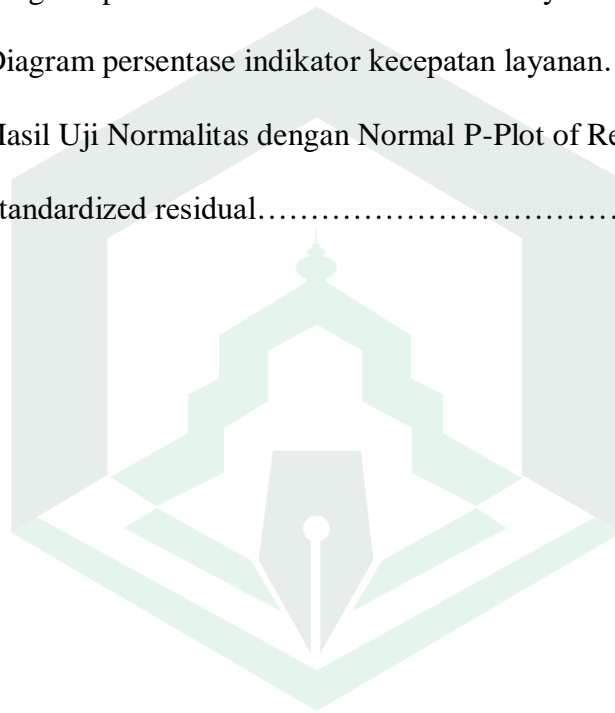
DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Definisi operasional variabel	39
Tabel 3.2 Skala Likert	43
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden	58
Tabel 4.2 Umur Responden	59
Tabel 4.3 Pendidikan Terakhir Responden	60
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas.....	65
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas.....	67
Tabel 4.6 Hasil Uji Normalitas Data.....	68
Tabel 4.7 Hasil Uji Linearitas Data.....	70
Tabel 4.8 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana	71
Tabel 4.9 Hasil Uji Parsial (Uji t)	72
Tabel 4.10 Hasil Uji Koefisien Determinasi	73

IAIN PALOPO

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	35
Gambar 4.1 Diagram persentase indikator keamanan layanan.....	61
Gambar 4.2 Diagram persentase indikator kemudahan layanan.....	62
Gambar 4.3 Diagram persentase indikator kredibilitas layanan.....	63
Gambar 4.4 Diagram persentase indikator kecepatan layanan.....	64
Gambar 4.5 Hasil Uji Normalitas dengan Normal P-Plot of Regression Standardized residual.....	69



IAIN PALOPO

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Izin Penelitian.....	87
Lampiran 2 Kuesioner Penelitian	88
Lampiran 3 Data Responden	92
Lampiran 4 Hasil Output SPSS Versi 22 Uji Penelitian	98
Lampiran 5 Tabel Titik Persentase Distribusi t	100
Lampiran 6 Diagram Persentase Pengaruh Tiap Indikator	101
Lampiran 7 Riwayat Hidup.....	104



IAIN PALOPO

ABSTRAK

Yuvita Savitri, 2022. “Pengaruh Kualitas Layanan *Mobile Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BSI KCP Ratulangi”. Skripsi Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo. Dibimbing oleh Jibria Ratna Yasir, S.E., M.Si.

Skripsi ini membahas tentang pengaruh kualitas layanan *mobile banking* terhadap kepuasan nasabah bank BSI KCP Ratulangi. Penelitian ini bertujuan: untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan *mobile banking* terhadap kepuasan nasabah bank BSI KCP Ratulangi. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Populasi dari penelitian ini adalah nasabah bank BSI KCP Ratulangi yang berjumlah 2.215 nasabah dan sampel yang digunakan adalah 95 nasabah. analisis data yang digunakan yaitu Regresi Linear Sederhana $Y = a + bx$ dengan menggunakan bantuan SPSS *vers. 22 for windows*. Berdasarkan hasil penelitian secara analisis yang dilakukan uji t-statistik yang menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan *mobile banking* (X) berpengaruh positif terhadap variabel kepuasan nasabah (Y) dengan hasil dari tabel koefisien diketahui bahwa nilai $t_{hitung} 12,717 > t_{tabel} 1,985$ dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Dengan demikian H_1 diterima. Dari hasil tersebut berarti bahwa kualitas layanan *mobile banking* merupakan salah satu variabel yang mempengaruhi kepuasan nasabah. Semakin tinggi nilai kualitas layanan *mobile banking* semakin kuat pengaruh terhadap kepuasan nasabah. sedangkan uji koefisien determinasi (R^2) dapat diketahui nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,637. Atau sama dengan 63,7%. Angka tersebut berarti kualitas layanan *mobile banking* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah sebesar 63,7%. Sedangkan sisanya $100\% - 63,7\% = 36,3\%$ dipengaruhi oleh variabel selain model regresi ini.

Kata Kunci: Kualitas Layanan, *Mobile Banking*, dan Kepuasan

ABSTRACT

Yuvita Savitri, 2022. *“The effect of the Quality of Mobile Banking Services on Customer Satisfaction at Bank BSI Ratulangi”*. Thesis for Islamic banking study program, Faculty of Islamic Economics and Business, Palopo State Islamic Studies, supervised by Jibria Ratna Yasir, S.E., M.Si.

This thesis discusses the influence of the quality of mobile banking services on customer satisfaction at BSI KCP Ratulangi bank. This study aims: to determine the effect of mobile banking service quality on customer satisfaction at BSI KCP Ratulangi bank. This research uses quantitative research methods. Data collection techniques using a questionnaire. The population of this study is the customer of the bank BSI KCP Ratulangi totaling 2,215 customers and the sample used is 95 customers. The data analysis used is Simple Linear Regression $Y = a + bx$ using SPSS vers. 22 for windows. Based on the results of analytical research conducted by t-statistical tests which show that the variable quality of mobile banking services (X) has a positive effect on the customer satisfaction variable (Y) with the results from the coefficient table it is known that the thitng value is 12.717 > ttable 1.985 with a significance level of $0.000 < 0,05$. Thus H1 is accepted. From these results means that the quality of mobile banking services is one of the variables that affect customer satisfaction. The higher the value of mobile banking service quality, the stronger the influence on customer satisfaction. while the coefficient of determination test (R2) can be seen the value of the coefficient of determination (R2) is 0.637. Or equal to 63.7%. This figure means that the quality of mobile banking services affects customer satisfaction by 63.7%. While the remaining $100\% - 63.7\% = 36.3\%$ is influenced by variables other than this regression model.

Keywords: Service Quality, Mobile Banking, and Satisfaction

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kemajuan teknologi saat ini telah melahirkan banyak perusahaan baru. Setiap transaksi sekarang dilakukan secara online daripada metode lama, berkat kemajuan teknologi. Karena perkembangan teknologi tersebut dapat memudahkan setiap orang melakukan transaksi. Saat ini bank yang ingin berkembang dan dapat mendapatkan keunggulan kompetitif harus mampu memberikan pelayanan yang baik kepada nasabah dibandingkan dengan kompetitornya. Kepercayaan dan kepuasan nasabah menjadi faktor keberhasilan usaha.¹ Semakin banyaknya bank yang beroperasi di Indonesia maka semakin ketat pula persaingan dalam industri perbankan sehingga perbankan didorong untuk dapat menyesuaikan diri dengan perkembangan dan pola perilaku masyarakat.²

Bank syariah diciptakan sebagai reaksi atas tekanan dari berbagai pihak yang menginginkan layanan transaksi keuangan dilakukan sesuai dengan standar moral dan aturan syariah Islam, khususnya yang berkaitan dengan riba, kegiatan maisir (spekulasi), dan gharar (tidak jelas). Bank syariah

¹ Fandy Tjiptono, *Service Management: Mewujudkan Layanan Prima* (Yogyakarta: Andi, 2012), 14.

² Muhammad Vadly Azhar Lubis, “*Analisis Minat Nasabah pada Penggunaan Aplikasi BSI Mobile Dalam Upaya Meningkatkan Loyalitas Pelanggan*”, skripsi, (Medan, Universitas Sumatera Utara, 2021), h.1.

adalah lembaga keuangan yang tidak menggunakan sistem bunga untuk peredaran uang.³

Peluncuran *mobile banking*, merupakan salah satu taktik perbankan untuk menarik perhatian nasabah atau pengguna jasa (*m-banking*). Bank syariah baru-baru ini memperkenalkan layanan *mobile banking* sebagai inovasi baru. Layanan *mobile banking* merupakan pengembangan dari dua jenis inovasi bank syariah sebelumnya, yaitu SMS banking dan online banking. Nasabah kini dapat melakukan transaksi finansial menggunakan perangkat *mobile* berkat layanan *m-banking* (Hp).⁴

Industri perbankan menyediakan fasilitas *m-banking* guna mencapai kepuasan nasabah. Dengan adanya berbagai kemudahan pada layanan *m-banking* diharapkan nasabah akan memperoleh kepuasan dalam menggunakan berbagai macam produk dan jasa yang diberikan pihak bank. Menurut Kotler dan Keller, kepuasan nasabah adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang di persepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka.⁵ Setelah menggunakan produk, nasabah akan merasakan kepuasan atau kekecewaan. Kepuasan akan mendorong

³ Faisal Podo, "*Layanan Dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Mandiri Kota Palopo*", skripsi, (Palopo, STAIN Palopo 2016), h.1-2

⁴ Windarti, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Utama (KCU)*, Jurnal Ekonomi Dan Informasi Akuntansi (JENIUS), (2012), Vol. 2. No. 1, h. 4.

⁵ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 2009), 144.

nasabah untuk menggunakan ulang produk. Sebaliknya jika kecewa nasabah tidak akan menggunakan produk yang sama lagi di kemudian hari.⁶

Kepuasan nasabah tidak hanya memberikan keuntungan dalam jangka pendek akan tetapi mampu memberikan keuntungan dalam jangka panjang dan memberikan keunggulan daya saing lagi bagi perusahaan penyedia jasa (bank).⁷ Nasabah membutuhkan mobile banking karena berbagai alasan, antara lain dapat melakukan transaksi kapan saja dan dari lokasi manapun tanpa harus mengunjungi lebih mudah dengan ponsel, lebih mudah ditemukan informasi mengenai produk bank, serta dilengkapi dengan fitur-fitur yang aman, sederhana, dan mudah dipahami oleh nasabah

Kualitas layanan (*service quality*) adalah perbandingan layanan antara kenyataan dan harapan nasabah, jika kenyataan yang diterima lebih dari yang diharapkan, maka layanan dapat dikatakan bermutu dan nasabah akan puas, sebaliknya jika kenyataan kurang dari yang diharapkan, maka layanan dikatakan tidak bermutu dan nasabah akan kecewa atau tidak puas.⁸

Seiring dengan perkembangan teknologi yang semakin maju menimbulkan kejahatan yang semakin berkembang juga, khususnya kejahatan pada dunia *internet* yang sering disebut dengan *cybercrime*. Hal ini menimbulkan rasa ragu pada nasabah yang menggunakan layanan *mobile banking*, dengan demikian demi mencapai keamanan yang diharapkan nasabah

⁶ Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian* (Yogyakarta: Andi Offset, 2013), 181.

⁷ Melfi Adela, "Pengaruh Layanan M-Banking Terhadap Kepuasan Nasabah", skripsi, (Metro, IAIN Metro, 2020), h.1-2, <https://scholar.google.co.id>

⁸ M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2010), h.213

maka bank terus memantau secara intensif transaksi yang terjadi. Keamanan adalah persepsi nasabah terhadap kemampuan bank untuk melindungi informasi personal yang terdapat pada transaksi elektronik terhadap pengguna yang berwenang. Keamanan transaksi elektronik membuat nasabah merasa yakin bahwa kerahasiaan data pribadinya terjamin saat menggunakan transaksi *mobile banking*.⁹ Salah satu bank yang menerapkan layanan *mobile banking* untuk memudahkan nasabahnya dalam bertransaksi keuangan adalah Bank Syariah Indonesia (BSI). *Mobile banking* yang diproyeksikan Bank BSI sebagai layanan prima yang ditawarkan kepada para nasabah diharapkan dapat melayani secara maksimal dan aman dalam transaksinya. Namun tidak semua nasabah merasa puas dengan layanan produk *mobile banking* ada persepsi yang berekspektasi atas produk *mobile banking* ini diharapkan fakta yang terjadi sesuai dengan ekspektasi karena kemudahan yang ditawarkan *mobile banking* pada nasabah.

Salah satu cara memberikan kesan dan citra yang positif terhadap produk dan layanan bank kepada nasabah. Dengan pelayanan yang baik, nasabah akan merasa dihargai dan hak-haknya tidak diabaikan, dan nasabah sebagai pengguna atau nasabah layanan bank akan merasa puas.¹⁰

Nasabah bank belum sepenuhnya memanfaatkan kemudahan yang diberikan oleh Bank BSI dalam hal layanan *mobile banking*. Hal ini

⁹ Efa Herdayanti, Jati Handayani, Totok Ismawanto, *Analisis Kualitas layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Tabungan Negara (persero) Tbk. Kantor Cabang Syariah Balikpapan*, Jurnal Tugas Akhir Mahasiswa Akuntansi Poltekba (Juli 31, 2019), h. 2, <https://scholar.google.co.id>

¹⁰ Nurdin, Indah Musywarh, Nurfitriani, Abdul Jalil, *Pengaruh Pelayanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Palu)*, Jurnal Ilmu Perbankan dan Keuangan Syariah (2020), vol 2(1), h.89.

disebabkan oleh beberapa faktor, antara lain masih banyaknya nasabah yang belum mengetahui keberadaan layanan mobile banking, serta masih kurangnya pemahaman nasabah dalam menggunakan layanan berbasis digital, yang mempengaruhi nasabah untuk menggunakan layanan mobile banking. Masalah lainnya adalah terkadang kode aktivasi layanan BSI Mobile tidak terkirim ke ponsel nasabah, sehingga pengguna tidak dapat mengaktifkan BSI Mobile-nya yang diberikan oleh pihak bank.

Berdasarkan penjelasan sebelumnya bahwa penggunaan fasilitas *mobile banking* masih terdapat keluhan nasabah pengguna, didukung dengan penelitian sebelumnya fenomena bisnis yang ada serta penelitian terdahulu, yang masih terdapat adanya perbedaan hasil penelitian satu dengan yang lainnya, sehingga permasalahan dalam penelitian ini adalah bagaimana meningkatkan pelayanan pada Bank melalui *mobile banking*, maka judul pada penelitian ini adalah **Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank BSI KCP Ratulangi.**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah apakah kualitas layanan *mobile banking* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada Bank BSI KCP Ratulangi.

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan *mobile banking* terhadap kepuasan nasabah pada Bank BSI KCP Ratulangi.

D. Manfaat Penelitian

Setiap penelitian dilakukan guna memperoleh manfaat yang berguna bagi pihak-pihak yang bersangkutan. Manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini antara lain sebagai berikut:

1. Bagi BSI KCP Ratulangi, penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dalam menentukan strategi maupun hal-hal yang mendukung bank kearah kemajuan, terkhusus dalam penggunaan *BSI Mobile*.
2. Bagi Program Studi Perbankan Syariah, penelitian ini dapat dimanfaatkan sebagai referensi dan sumber ide penelitian baru penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi dan sumbangan pemikiran untuk penelitian lebih lanjut.
3. Bagi Peneliti, penelitian ini diharapkan dapat memperluas wawasan dan pengetahuan peneliti untuk penerapan teori-teori yang telah didapatkan di bangku kuliah maupun buku-buku referensi.

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Kajian Penelitian Terdahulu Yang Relevan

Penelitian terdahulu yang relevan dijadikan sebagai bahan rujukan yang ada kaitannya dengan penelitian saat ini, dengan tujuan untuk memperoleh gambaran terkait penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh para akademis.

Muhammad Vadly Azhar Lubis (2021) melakukan penelitian mengenai “Analisis Minat Nasabah Pada Penggunaan Aplikasi BSI *Mobile* Dalam Upaya Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Pada Bank BSI KCP Rantauprapat”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa minat nasabah pada penggunaan BSI *Mobile* masih tergolong rendah sehingga masih banyak nasabah yang belum menggunakan layanan BSI *Mobile*. Selain itu, didapatkan hasil penelitian yang menunjukkan nasabah yang berminat dan menggunakan ataupun belum menggunakan. Disamping, itu BSI *Mobile* dapat meningkatkan loyalitas nasabah dengan kemudahan-kemudahan transaksi yang diberikan pihak bank kepada nasabah. Nasabah yang tidak menggunakan layanan BSI *Mobile* juga tetap menjadi nasabah yang loyal pada Bank BSI KCP Rantauprapat karena respon baik dan aktif dari pihak bank dalam memenuhi kebutuhan nasabah.¹¹ Persamaan pada penelitian terdahulu terletak pada variable dependen yaitu penggunaan layanan BSI *Mobile*. adapun

¹¹ Muhammad Vadly Azhar Lubis, *Analisis Minat Nasabah Pada Penggunaan Aplikasi BSI Mobile Dalam Upaya Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Pada Bank BSI KCP Rantauprapat*, Skripsi: Universitas Sumatera Utara Medan, (Juli 11, 2021), h.78, <https://scholar.google.co.id>

perbedaannya terletak pada variable independen yang digunakan, jika pada penelitian terdahulu meneliti mengenai minat dan loyalitas, maka pada penelitian ini meneliti mengenai kepuasan nasabah serta metode penelitian yang digunakan pada penelitian terdahulu adalah penelitian deskriptif dengan menggunakan pendekatan kualitatif, pada penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif yang merupakan perhitungan berdasarkan data statistik yang berbentuk jumlah atau angka-angka.

Melfi Adela (2020) melakukan penelitian mengenai “Pengaruh Layanan *M-Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah (studi kasus pada Bank BNI syariah KCP Rajabasa)”. Hasil penelitian menunjukkan variabel keamanan sistem *mobile banking* tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dengan diperoleh nilai signifikan 0,663 diatas 0,05, variabel kemudahan pengguna layanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dengan nilai signifikansi 0,277 diatas 0,05, variabel kredibilitas perusahaan layanan perbankan berpengaruh terhadap kepuasan dengan diperoleh nilai signifikansi 0,000 dibawah 0,05 dan variabel kecepatan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah diperoleh nilai signifikansi 0,000 dibawah 0,05. Sedangkan secara simultan diketahui bahwa nilai F_{hitung} 22,330 lebih besar dari F_{tabel} 2,471 artinya secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Besarnya pengaruh layanan mobile banking terhadap kepuasan nasabah sebesar 49,8%. Hasil analisis regresi linear berganda diperoleh persamaan : $Y = 5,200 + -0,048 X_1 + 0,019 X_2 + 0,430 X_3 + 0,282 X_4 + e$. dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima, maka dapat dikatakan bahwa variabel layanan *m-*

banking yang meliputi kemudahan penggunaan layanan keamanan sistem *m-banking*, kredibilitas perusahaan jasa layanan perbankan dan kecepatan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah.¹² Persamaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian peneliti adalah sama-sama meneliti tentang pengaruh pelayanan terhadap kepuasan nasabah serta metode penelitian yang digunakan sama yaitu penelitian kuantitatif. Adapun perbedaan penelitian terdahulu terletak pada teknik pengambilan sampel menggunakan rumus slovin, sedangkan pada penelitian saat ini teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *accidental sampling*, perbedaan lainnya yaitu lokasi studi kasusnya yaitu di Bank BNI Syariah, dan penelitian saat ini di Bank BSI yang telah mengalami penggabungan merger ketiga bank syariah sebelumnya.

Yeni Anda Dwinuritasari (2019) melakukan penelitian mengenai “Pengaruh Kualitas Layanan dan Produk *Mobile Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah Pada BRI Syariah KCP Ponorogo”. Hasil penelitian kualitas layanan *mobile banking* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada BRI Syariah KCP Ponorogo. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji t yang memperoleh nilai sig untuk variabel kualitas layanan *mobile banking* sebesar $0,000 < 0,05$ ($\text{sig} < \alpha=5\%$) sehingga H_0 ditolak. Kualitas produk *mobile banking* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah, hal ini dibuktikan dengan hasil uji t yang memperoleh nilai sig untuk variabel kualitas produk *mobile banking*, sebesar $0,004 < 0,05$ ($\text{sig} < \alpha=5\%$) sehingga H_0 ditolak serta

¹² Melfi Adela, *Pengaruh Layanan M-Banking terhadap Kepuasan Nasabah (studi kasus pada bank BNI syariah KCP Rajabasa)*, Skripsi: Institut Agama Islam Negeri Metro, (Juli, 2020), h.61, <https://scholar.google.co.id>

kualitas layanan mobile banking dan produk mobile banking secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada BRI Syariah KCP Ponorogo, hal ini dibuktikan dengan hasil uji F yang memperoleh nilai sig sebesar $0,000 < 0,05$ ($\text{sig} < \alpha=5\%$) sehingga H_0 ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan *mobile banking* dan kualitas produk *mobile banking* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada BRI Syariah KCP Ponorogo.¹³ Persamaan penelitian Yeni dengan penelitian ini adalah sama-sama menggunakan metode kuantitatif dan teknik pengambilan sampling menggunakan teknik *Accidental sampling*. Adapun perbedaan penelitian terdahulu terletak pada analisis penelitian, yaitu menggunakan analisis regresi linear berganda sedangkan pada penelitian saat ini menggunakan analisis regresi linear sederhana. Selain itu ada perbedaan lain yaitu pada layanan dan produk *mobile banking* sedangkan penelitian saat ini meneliti pengaruh layanan *mobile banking* serta memiliki perbedaan pada variabel yang diteliti.

B. Landasan Teori

1. Kepuasan Nasabah

Nasabah adalah orang atau badan hukum yang mempunyai rekening baik rekening maupun pinjaman pada pihak bank. Sehingga nasabah merupakan orang yang biasa berhubungan dengan menjadi pelanggan bank. Dengan kata lain nasabah adalah pihak atau orang yang menggunakan dan

¹³ Yeni Anda Dwinurpitasari, *Pengaruh Kualitas Layanan dan Produk Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Pada BRI Syariah KCP Ponorogo*, Skripsi: Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, (Agustus 05, 2019), h.177-178, <https://scholar.google.co.id>

secara sengaja menjadi langganan bank yang dipercayainya.¹⁴ Kepuasan pelanggan merupakan evaluasi pembeli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil (*outcome*) sama dengan harapan pelanggan. Ketidakpuasan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan pelanggan.

Menurut Kotler dan Keller, kepuasan nasabah adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan akan tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi ekspektasi, pelanggan akan sangat puas atau senang. Harapan pelanggan merupakan perkiraan atau keyakinan pelanggan tentang apa yang akan diterimanya bila ia melakukan pembelian atau mengkonsumsi produk atau jasa. Sedangkan kinerja yang dirasakan adalah persepsi pelanggan terhadap apa yang diterimanya setelah mengkonsumsi suatu produk atau jasa yang dibelinya.¹⁵ Sedangkan menurut Windarti, kepuasan nasabah adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya.¹⁶

¹⁴ Nurdin, Indah Musyawarah, Nurfitriani, Abdul Jalil, *Pengaruh Pelayanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Palu)*, Jurnal Ilmu Perbankan dan Keuangan Syariah, (2020), Vol. 2, No. 1, h. 92, <https://scholar.google.co.id>

¹⁵ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 2009), 144.

¹⁶ Windarti, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Negara Indonesia (persero) TBK Kantor Cabang Utama (KCU)*, Jurnal Ekonomi dan Informasi Akuntansi (JENIUS), (2012) Vol. 2, No. 1, h. 1-20

Kotler dan Amstrong menyatakan bahwa nasabah akan melakukan pemilihan yang didasarkan pada persepsinya tentang nilai dan kepuasan terhadap produk atau jasa dan penyampaian jasanya dan para nasabah akan membentuk harapan-harapan mengenai nilai dan kepuasan, sehingga penawaran pemasaran tersebut akan menyampaikannya dan terjadi pembelian yang sesuai.¹⁷

Kepuasan yang tinggi merupakan polis asuransi terhadap suatu yang salah, yang tidak akan terhindarkan karena adanya keragaman yang terkait dengan produksi jasa. Nasabah jangka panjang dalam situasi ini akan lebih memanfaatkan karena pengalaman positif sebelumnya, dan nasabah yang puas akan kurang tertarik dengan tawaran pesaing. Tidak mengherankan bahwa perusahaan telah terobsesi dengan kepuasan nasabah, mengingat hubungannya langsung dengan kesetiaan nasabah, pangsa pasar dan keuntungan.

Kepuasan nasabah menurut perspektif Islam yaitu Islam telah mengatur bagaimana cara untuk menghasilkan layanan yang berkualitas bagi pelanggannya. Pencapaian layanan kualitas yang terbaik dalam perusahaan memerlukan dasar bangunan manajemen islami yang kokoh atau disebut juga Total Islam Quality (TIQ), dimana dasar bangunan tersebut bersumber dari Al-Qur'an dan Hadits. Jadi dapat disimpulkan, bahwa seseorang dikatakan puas manakala kebutuhan mereka akan suatu produk atau jasa dapat memberikan manfaat tertentu dalam kehidupan yang telah terpenuhi dan

¹⁷ Aditya Wardhana, *Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking (M-Banking) Terhadap Kepuasan Nasabah Di Indonesia*. DeReMa Jurnal Manajemen, (September 02, 2015), Vol 10(2).

memiliki nilai ibadah dihadapan Allah Swt juga dalam proses pencapaiannya sesuai dengan ajaran islam.¹⁸

a. Kepuasan Nasabah Menurut Islam

Dalam islam dijelaskan bahwa kepuasan nasabah didapat dengan merasakan pelayanan yang baik. Al-Qur'an telah memerintahkan agar kaum muslim bersifat simpatik, lembut dengan sapaan yang baik dan sopan manakala ia berbicara dengan orang lain. Allah Swt berfirman dalam QS. Al-baqarah ayat 83:

وَإِذْ أَخَذْنَا مِيثَاقَ بَنِي إِسْرَائِيلَ لَا تَعْبُدُونَ إِلَّا اللَّهَ وَبِالْوَالِدَيْنِ إِحْسَانًا وَذِي الْقُرْبَىٰ
وَالْيَتَامَىٰ وَالْمَسْكِينِ وَقُولُوا لِلنَّاسِ حُسْنًا وَأَقِيمُوا الصَّلَاةَ وَآتُوا الزَّكَاةَ ثُمَّ
تَوَلَّيْتُمْ إِلَّا قَلِيلًا مِّنْكُمْ وَأَنتُمْ مُّعْرِضُونَ ﴿٨٣﴾

Terjemahannya :

“Dan(ingatlah), ketika kami mengambil janji dari Bani Israil (yaitu) : janganlah kamu menyembah selain Allah, dan berbuat kebaikanlah kepada ibu bapak, kaum kerabat anak-anak yatim, dan orang-orang miskin, serta ucapkanlah kata-kata yang baik kepada manusia, dirikanlah shalat dan tunaikanlah zakat. Kemudian kamu tidak memenuhi janji itu, kecuali sebahagian kecil daripada kamu, dan kamu selalu berpaling.” (QS. Al-Baqarah [2]:83)

Ayat tersebut menjelaskan bahwa Allah Swt menganjurkan kepada manusia untuk selalu berkata dengan baik dan sikap yang baik. Hal ini, membuat lawan bicara merasa nyaman. Dengan perasaan nyaman itulah nasabah merasa terlayani dengan baik dan merasa puas. Perasaan puas yang dirasakan nasabah akan berdampak positif bagi lembaga keuangan yang bersangkutan.

¹⁸ Nining Wahyuningsih Nurul Janah, Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Menggunakan Internet Banking pada Bank Muamalat, Jurnal Al-Amwal, (2018), Vol. 10, No. 2, h. 303, <http://syekhnurjati.ac.id>

b. Pengukuran Kepuasan Nasabah

Salah satu faktor yang menentukan kepuasan nasabah adalah persepsi pelanggan mengenai kualitas jasa yang berfokus pada dimensi jasa. Selain itu juga dipengaruhi oleh kualitas produk, harga dan faktor-faktor yang bersifat pribadi serta bersifat sesaat. Pengukuran terhadap kepuasan nasabah telah menjadi sesuatu yang sangat tinggi bagi setiap perusahaan. Empat metode mengidentifikasi untuk mengukur kepuasan pelanggan:

- 1) Sistem Keluhan dan Saran, setiap organisasi yang berorientasi pada nasabah (*customer-oriented*) perlu menyediakan kesempatan dan akses yang mudah dan nyaman bagi para nasabah guna menyampaikan saran, kritik, pendapat, dan keluhan mereka. Media yang digunakan bisa berupa kotak saran yang ditempatkan lokasi-lokasi strategis (yang mudah dijangkau dan atau sering dilewati oleh nasabah), kartu komentar (yang bisa diisi langsung maupun yang dikirim via pos kepada perusahaan), saluran telepon khusus bebas pulsa, *website*, dan lain-lain.
- 2) *Ghost Shopping*, salah satu cara memperoleh gambaran mengenai kepuasan nasabah adalah dengan memperkerjakan beberapa orang. *ghost shopper* untuk berperan atau berpura-pura sebagai nasabah potensial produk perusahaan dan pesaing. Mereka dimintai berinteraksi dengan staf penyedia jasa dan menggunakan produk/jasa perusahaan. Berdasarkan pengalamannya tersebut mereka kemudian diminta melaporkan temuan-temuannya berkenaan dengan kekuatan dan kelemahan pesaing. Biasanya *ghost shopper* diminta untuk mengamati dengan seksama, menilai cara

perusahaan serta pesaingnya melayani permintaan spesifik nasabah, menjawab permintaan nasabah dan menangani setiap keluhan.

- 3) *Lost Customer Analysis*, sedapat mungkin perusahaan menghubungi para nasabah yang telah berhenti atau telah pindah bank lain agar dapat memahami mengapa hal itu terjadi dan supaya mengambil kebijakan perbaikan atau penyempurnaan selanjutnya.
- 4) *Survey Kepuasan Nasabah*, adalah hal paling umum yang paling banyak digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan Nasabah baik telepon maupun wawancara pribadi.¹⁹ Pengukuran kepuasan ini dapat melalui beberapa metode yang dapat dilakukan dengan berbagai cara, antara lain:
 - a) *Directly Reported Satisfaction*, pengukuran dilakukan melalui pertanyaan langsung.
 - b) *Derived Dissatisfaction*, pertanyaan yang dimaksud menyangkut 2 hal utama, yaitu besarnya harapan nasabah terhadap atribut tertentu dan besarnya kinerja yang telah dirasakan atau diterima.
 - c) *Problem Analysis*, nasabah yang dijadikan responden diminta untuk mengungkap 2 hal pokok yaitu, mengenai masalah-masalah yang dihadapi berkaitan dengan penawaran dari manajemen perusahaan dan saran-saran untuk melakukan perbaikan.
 - d) *Importance-Performance Analysis*, dalam teknik ini responden diminta meranking beberapa elemen dari penawaran berdasarkan derajat pentingnya setiap elemen tersebut. Selain itu juga

¹⁹ Fandy Tjiptono, *Total Quality Manajemen* (Yogyakarta: Andi, 2003), 104.

responden diminta meranking seberapa baik kinerja perusahaan masing-masing dalam elemen tersebut.²⁰

Berdasarkan beberapa cara pengukuran kepuasan nasabah di atas, maka perusahaan dapat mengukur dan memantau seberapa besar kepuasan nasabah dalam menggunakan jasa yang disediakan oleh perusahaan.²¹

c. Strategi Kepuasan Nasabah

Kualitas yang lebih tinggi menciptakan kepuasan nasabah yang lebih tinggi, sekaligus mendukung harga lebih tinggi dan sering juga biaya yang lebih rendah. Oleh karena itu, program penyempurnaan kualitas (*quality improvement programs*) pada umumnya meningkatkan profitabilitas. Strategi yang perlu dilakukan bank adalah:

- 1) Bank wajib mendengarkan "suara" nasabah sehingga kualitas produk/jasa bank tepat seperti yang diinginkan nasabah. Penyempurnaan kualitas jasa bank hanya akan berarti jika disadari dan dirasakan oleh nasabah. Kualitas produk ini perlu diikuti dengan kualitas promosi, pelayanan dan lain-lain.
- 2) Perbaikan kualitas membutuhkan komitmen total dari para petugas bank. Karyawan harus bekerja selaku *team work* untuk memuaskan nasabah internal dan nasabah eksternal.
- 3) Melalui *bench marking* yaitu, mengukur kinerja bank dibandingkan dengan pesaing terbaik di kelasnya dan berupaya meniru bahkan

²⁰ Nining Wahyuningsih Nurul Janah, *Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Menggunakan Internet Banking pada Bank Muamalat*, Jurnal Al-Amwal, (2018), Vol. 10, No. 2, h. 303, <http://syekhnurjati.ac.id>

²¹ Melfi Adela, *Pengaruh Layanan M-Banking terhadap Kepuasan Nasabah (studi kasus pada bank BNI syariah KCP Rajabasa)*, Skripsi: Institut Agama Islam Negeri Metro, (Juli, 2020), h.11, <https://scholar.google.co.id>

melampauinya, penyempurnaan kualitas produk/jasa bank dapat ditingkatkan. Jadi kualitas tidak dapat diperiksa saja tetapi harus direncanakan semenjak awal.²²

d. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah

Adapun 5 faktor yang menentukan tingkat kepuasan, antara lain kualitas produk, kualitas pelayanan, faktor emosional, harga dan biaya.

- 1) Kualitas produk, nasabah akan merasa puas jika hasil evaluasi menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan adalah berkualitas
- 2) Kualitas pelayanan, terutama untuk industri jasa. Nasabah akan merasa puas apabila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai apa yang diharapkan.
- 3) Faktor emosional, nasabah yang bangga akan merasa yakin bahwa orang lain akan kagum bila dia menggunakan produk dengan merek tertentu
- 4) Harga, produk yang mempunyai kualitas yang sama akan menetapkan harga yang relative murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada nasabahnya
- 5) Biaya dan kemudahan untuk mendapatkan produk atau jasa. Nasabah yang tidak memerlukan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa yang cenderung puas. ATM

²² Yeni Anda Dwinurpitasari, *Pengaruh Kualitas Layanan dan Produk Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Pada BRI Syariah KCP Ponorogo*, Skripsi: Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, (Agustus 05, 2019), h., <https://scholar.google.co.id>.

adalah contoh dimana nasabah merasa puas oleh mudahnya dalam mendapatkan pelayanan perbankan.²³

Fredy Rangkuti mengatakan bahwa kepuasan nasabah dipengaruhi oleh berbagai faktor, yaitu:

- 1) Kualitas layanan (*service quality*), adalah nasabah akan merasa puas apabila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan.
- 2) Kualitas produk (*product quality*), adalah nasabah akan merasa puas apabila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.
- 3) Harga (*price*), yaitu produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relative murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada nasabah.
- 4) Faktor situasi (*situasional factor*), adalah keadaan atau kondisi yang dialami oleh nasabah.
- 5) Faktor pribadi (*personal factor*), adalah karakteristik yang mencakup kebutuhan pribadi.²⁴

e. Manfaat Kepuasan Nasabah

Kepuasan nasabah yang diberikan bank akan berimbas sangat luas bagi peningkatan keuntungan bank atau dengan kata lain, apabila nasabah puas terhadap pembelian jasa bank, maka nasabah tersebut akan:

²³ Nining Wahyuningsih Nurul Janah, Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Menggunakan Internet Banking pada Bank Muamalat, Jurnal Al-Amwal, (2018), Vol. 10, No. 2, h. 302, <http://syekhnurjati.ac.id>

²⁴ Fredy Rangkuti, *Customer Service satisfaction & Call Center Berdasarkan Iso 9001*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2013). h.8.

- 1) Loyal pada bank, artinya kemungkinan kecil nasabah akan pindah ke bank yang lain dan akan setia menjadi nasabah yang bersangkutan.
- 2) Mengulang kembali pembelian produknya, yaitu kepuasan nasabah terhadap pembelian jasa bank akan menyebabkan nasabah membeli kembali terhadap jasa yang ditawarkan.
- 3) Membeli lagi produk lain dalam bank yang sama, dalam hal ini nasabah akan memperluas jasa yang ditawarkan makin beragam dalam satu bank.
- 4) Memberikan promosi gratis dari mulut ke mulut. Hal inilah yang menjadi keinginan bank karena pembicaraan tentang kualitas pelayanan bank ke nasabah lain akan menjadi bukti terhadap kualitas jasa yang ditawarkan.²⁵

f. Indikator Kepuasan Nasabah

Kotler dan Keller (2009) menyatakan bahwa kepuasan nasabah adalah perasaan senang seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja produk yang dipersepsikan terhadap kinerja yang diharapkan yang meliputi indikator-indikator yaitu:

- 1) kepuasan nasabah atas kredibilitas dari layanan *m-banking*
- 2) kepuasan nasabah atas akurasi atau keakuratan dari layanan *m-banking*
- 3) kepuasan nasabah atas kecepatan transaksi *m-banking*
- 4) kepuasan nasabah atas keamanan dari layanan *m-banking*.²⁶

²⁵ Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2012), 264.

²⁶ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2009).

2. Kualitas Layanan (*service quality*)

a. Teori Kualitas Layanan secara umum

Menurut Rianto, kualitas layanan adalah perbandingan layanan antara kenyataan dan harapan nasabah, jika kenyataan diterima lebih dari yang diharapkan, maka layanan dapat dikatakan bermutu dan nasabah akan puas sebaliknya, jika kenyataan kurang dari yang diharapkan maka layanan dikatakan tidak bermutu dan nasabah akan kecewa atau tidak puas.²⁷

Menurut Freddy Rangkuti, *service quality* adalah kunci dari faktor yang sangat penting dalam strategi bisnis karena terbukti dapat meningkatkan profitabilitas, sehingga dapat menjadi alat untuk keunggulan bersaing. Kualitas layanan yang baik dapat menciptakan pembelian berulang, *positive word of mouth*, loyalitas pelanggan dan diferensiasi produk yang kompetitif.²⁸

Menurut M.N.Nasution, Joseph Juran mendefinisikan kualitas sebagai kesesuaian penggunaan suatu produk (*fitness for use*) untuk memenuhi tuntutan pelanggan, dan kepuasan pelanggan sebagai kesesuaian dengan spesifikasi.²⁹

Pelayanan menurut Kamsir adalah tindakan atau perbuatan seseorang atau suatu organisasi untuk memberikan kepuasan kepada nasabah, sesama karyawan, dan juga pimpinan. Dalam kamus besar bahasa Indonesia dijelaskan pelayanan sebagai usaha melayani kebutuhan orang lain, sedangkan

²⁷ M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2010), h. 213.

²⁸ Freddy Rangkuti, *Customer Service Satisfaction & Call Center Berdasarkan Iso 9001*, h.44.

²⁹ M. N. Nasution, *Manajemen Mutu Terpadu (Total Quality Management)*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2000), h.3.

melayani adalah membantu menyiapkan dan mengurus apa yang diperlukan seseorang dalam interaksi langsung antara seseorang dengan layanan atau mesin secara fisik, dan menyediakan kepuasan nasabah.³⁰

Pelayanan merupakan rasa yang menyenangkan yang diberikan kepada orang lain disertai keramahan dan kemudahan dalam memenuhi kebutuhan mereka. Pelayanan diberikan sebagai tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada nasabah. Tindakan tersebut dapat dilakukan melalui cara langsung melayani nasabah. Dari definisi tersebut memberi indikasi bahwa tiap perusahaan harus mampu berkompetisi menciptakan barang atau jasa sesuai permintaan atau harapan nasabah. Nasabah adalah orang atau pihak yang dilayanani kebutuhannya, sehingga siapa saja bisa menjadi nasabah tergantung pada situasinya.³¹

b. Teori Kualitas Layanan Menurut Persepektif Islam

Islam merupakan agama yang mengatur segala dimensi kehidupan, islam mengajarkan bila ingin memberikan hasil usaha baik berupa barang ataupun pelayanan/jasa hendaknya memberikan yang berkualitas, jangan memberikan yang buruk atau tidak berkualitas kepada orang lain. Seperti dijelaskan dalam Al-Qur'an surat Al-Baqarah ayat 267.

³⁰ Ahmad Subagio, *Marketing in Business (Usaha Mikro Kecil & Lembaga Keuangan Mikro)*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2010), h. 244.

³¹ Melfi Adela, *Pengaruh Layanan M-Banking terhadap Kepuasan Nasabah (studi kasus pada bank BNI syariah KCP Rajabasa)*, Skripsi: Institut Agama Islam Negeri Metro, (Juli, 2020), h.14, <https://scholar.google.co.id>

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ
 الْأَرْضِ ۖ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِأَخِيذِيهِ إِلَّا أَنْ تُغْمِضُوا فِيهِ ۗ
 وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ حَمِيدٌ - ١٢٦٧

Terjemahannya:

“ Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (di jalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang kami keluarkan dari bumi untuk kamu. Dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu menafkahkan dari padanya, padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memicingkan mata terhadapnya. Dan ketahuilah, bahwa Allah Maha Kaya Lagi Maha Terpuji.”³²

Pentingnya memberikan pelayanan yang berkualitas disebabkan pelayanan (*service*) tidak hanya sekedar mengantarkan dan melayani. *Service* berarti mengerti, memahami, dan merasakan sehingga penyampaiannya pun akan mengenai *heart share* (nilai tambah) konsumen dan pada akhirnya memperkokoh posisi dalam *mind share* (kekuatan produk) konsumen. Dengan adanya *heart share* dan *mind share* yang tertanam, loyalitas konsumen pada produk usaha perusahaan tidak diragukan.

Dalam ibadah, hukum yang berlaku adalah bahwa seseorang dilarang, kecuali yang ada ketentuannya berdasarkan Al-qur'an dan hadits. Sedangkan dalam urusan muamalat, semua diperbolehkan kecuali ada dalil yang melarangnya. Ini berarti ketika suatu transaksi muncul dimana belum dikenal

³² Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahannya* (Jakarta: Sinergi Pustaka Indonesia, 2021), h.56

sebelumnya dalam hukum Islam, transaksi tersebut dapat diterima kecuali terdapat implikasi dari dalil al-quran dan al-hadits yang melarangnya secara implisit maupun ekspilisit. Jadi dalam bidang muamalat semua transaksi diperbolehkan kecuali yang diharamkan.

Perusahaan perbankan khususnya perbankan syariah haruslah selalu memperhatikan kepentingan nasabahnya. Karena bank adalah lembaga yang bergerak dibidang pelayanan jasa keuangan. Walaupun begitu, setiap berhubungan dengan nasabah atau calon nasabah bank harus memperhatikan hukum-hukum islam yang berkaitan dengan akad. Adapun yang harus diperhatikan dalam memberikan layanan atau memasarkan produk yang sesuai dengan syariat islam adalah:

- 1) Setiap transaksi dalam islam harus didasarkan pada prinsip kerelaan antara kedua belah pihak, jadi dalam memasarkan produk atau memberikan pelayanan tidak boleh ada unsur memaksa kepada nasabah atau calon nasabah. Setiap transaksi yang dilakukan nasabah berdasarkan kerelaan dari nasabah sendiri, termasuk saat nasabah melakukan transaksi menggunakan layanan *mobile banking*.
- 2) Setiap berhubungan dengan para nasabah atau calon nasabah harus menjelaskan tentang produk-produk secara detail tanpa menutup-nutupi hal sebenarnya.
- 3) Kejujuran komunikasi, aspek kejujuran komunikasi didasarkan pada data dan fakta. Dalam Al-quran kejujuran diistilakan dengan *amanah*, *ghoir al*

takdzib, shiddiq, dan al-haq. Dengan dasar istilah-istilah tersebut, maka seseorang tidak akan berkomunikasi secara dusta.

- 4) Berbuat adil yaitu dengan cara tidak melampaui batas atau mengambil menguntungkan yang tidak pantas dari kemalangan orang.
- 5) Kebersihan adalah dasar pokok dalam Islam, Islam dan kebersihan tidak dapat dipisahkan. Kebersihan meliputi segala sesuatu baik ucapan maupun perbuatan dan lain sebagainya.³³

c. Dimensi Kualitas Layanan

Penting untuk memahami apa yang termasuk dalam dimensi kualitas setelah mengetahui definisi kualitas. Menurut Garvin (dalam Gasperz, 1997: 3), ada delapan dimensi kualitas yang dapat digunakan untuk mengkaji ciri-ciri kualitas barang, yaitu sebagai berikut:³⁴

- 1) Kemampuan pelanggan untuk memasuki situs web, mencari produk yang dibutuhkan dan informasi terkait produk tersebut, kemudian meninggalkan situs bersangkutan dengan upaya minimal disebut efisiensi (*efficiency*).
- 2) Bagian kedua adalah keistimewaan (*features*), yang meliputi fungsi dasar, meliputi pilihan, dan pengembangannya.
- 3) Kemungkinan bahwa suatu produk akan berkinerja baik selama periode waktu tertentu dan dalam kondisi tertentu disebut sebagai keandalan (*reliability*).

³³ Nurdin, Indah Musyawarah, Nurfitriani, Abdul Jalil, *Pengaruh Pelayanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Palu)*, Jurnal Ilmu Perbankan dan Keuangan Syariah, (2020), Vol. 2, No. 1, h. 102, <https://scholar.google.co.id>

³⁴ Vincent Gasperz, *Manajemen Kualitas Bisnis Total*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 1997), h.6.

- 4) Jumlah kesesuaian produk dengan persyaratan yang ditetapkan berdasarkan keinginan nasabah disebut sebagai kesesuaian (*konformansi*).
- 5) Daya tahan merupakan keawetan suatu produk ditentukan oleh berapa lama ia bertahan.
- 6) *Service ability* (kemampuan pelayanan) adalah sifat atau karakteristik yang terkait dengan kecepatan perbaikan/kesopanan, kompetensi, kenyamanan, dan kebenaran.
- 7) Estetika adalah fitur subjektif keindahan yang terkait dengan individu dan refleksi dari preferensi pribadi atau keputusan.
- 8) *Perceived quality* (kualitas yang dipersepsikan) adalah konsep subjektif yang terkait dengan sentimen pelanggan ketika mereka mengkonsumsi suatu produk, seperti peningkatan harga diri.

Pelanggan menggunakan lima jenis kualitas ketika mengevaluasi kualitas, menurut Berry dan Parasuraman, sebagaimana dikemukakan oleh Donni, berdasarkan delapan dimensi.

- 1) Keandalan didefinisikan sebagai kapasitas untuk menyediakan layanan sesuai dengan janji yang dibuat. Untuk klien dari berbagai bisnis jasa, dimensi ini sering dilihat sebagai yang paling penting.
- 2) Kemampuan untuk merespon dengan cepat dan efisien kepada klien disebut sebagai *responsiveness* (daya tanggap).
- 3) *Assurance* (jaminan) digambarkan sebagai kapasitas untuk mengekspresikan kepercayaan dan keyakinan, yang terdiri dari kemampuan dalam menyajikan informasi, memberikan keamanan dalam

menggunakan layanan yang diberikan, dan menanamkan kepercayaan pada klien perusahaan.

- 4) Empati, atau upaya organisasi untuk memahami aktivitas dan permintaan konsumen, dicontohkan dengan kemudahan pelanggan dapat menghubungi perusahaan, kapasitas pekerja untuk berkomunikasi dengan pelanggan, dan kenyamanan pelanggan dapat menghubungi perusahaan.
- 5) Bangunan fisik, peralatan, staf, dan materi komunikasi merupakan contoh bukti langsung (benda berwujud). Tangible ini dimaknai sebagai wujud tampilan aplikasi mobile banking dalam aplikasi.³⁵

d. Tipe Jasa Layanan

- 1) Dengan menggunakan IVR (*Interactive Voice Response*) atau disebut *Phone banking* karena nasabah harus menelpon untuk kemudian dipandu oleh pesan elektronik didalam memilih menu-menu transaksi lewat telepon.
- 2) Dengan menggunakan SMS (*Short Message Service*), layanan berbasis SMS dipadukan dengan *SIMtolki* dan *sim card* masing-masing operator sehingga akses melalui menu, tidak perlu mengetik perintah melalui SMS.
- 3) Dengan menggunakan WAP (*Wireless Access Protocol*) layanan ini merupakan layanan *m-banking* yang mereplika atau meniru *i-banking* ke dalam sebuah ponsel yang didukung oleh teknologi WAP, layanan yang disediakan mirip dengan *i-banking* hanya saja tampilannya lebih sederhana sehingga dapat ditampilkan pada layar *handphone*.

³⁵ Isroul Khusna, *Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah*, Skripsi : IAIN Manado, (Januari, 2020), h.20.21.

4) Dengan menggunakan aplikasi pihak ketiga misalnya, dengan menggunakan aplikasi berbasis *Java* yaitu aplikasi yang mampu menghubungkan *handphone* berteknologi *Java* dengan pihak bank melalui layanan data.³⁶

e. Manfaat Kualitas Layanan

Kualitas layanan memberikan manfaat sangat besar bagi nasabah, karyawan, maupun bank. Manfaat bagi pelanggan yaitu pemenuhan kebutuhan, penghargaan mendapatkan layanan yang baik, kepercayaan sebagai mitra bisnis dan kepercayaan terhadap perusahaan yang professional. Manfaat bagi karyawan, meningkatkan kepercayaan diri, menumbuhkan kepuasan pribadi dan menumbuhkan semangat bekerja. Manfaat bagi perusahaan yaitu peningkatan citra profesional, kelangsungan usaha terjamin dan meningkatkan laba perusahaan.³⁷

Menurut Atep Adya Brata mengatakan, karena pelayanan merupakan daya tarik yang sangat besar bagi pelanggan, para pelaku bisnis sering memanfaatkannya sebagai teknik promosi untuk menarik klien baru.³⁸

Kegiatan bank dalam rangka memenuhi persyaratan dan keinginan nasabah dalam rangka mencapai kepuasan nasabah dikenal sebagai pelayanan. Secara umum, pelayanan prima mengarah pada kepuasan pelanggan yang tinggi dan pembelian berulang yang lebih sering.

³⁶ Aditya Wardhana, *Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking (M-Banking) Terhadap Kepuasan Nasabah Di Indonesia*, DeReMa Jurnal Manajemen (September 02, 2015), vol. 10(2), h. 275-276.

³⁷ Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra, *Service, Quality & Satisfaction Edisi 3*, (Yogyakarta: Penerbit ANDI, 2011), h. 119.

³⁸ Atep Adya Brata, *Dasar-dasar Pelayanan Prima*, (Jakarta: Elex Media Kompetindo, 2003), h. 36.

3. Teori Pengaruh

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia “Pengaruh adalah daya yang ada atau timbul dari sesuatu (orang atau benda) yang ikut membentuk watak, kepercayaan, kepercayaan atau tindakan seseorang.”³⁹

"Pengaruh adalah kekuatan yang menyebabkan sesuatu terjadi, sesuatu yang dapat membuat atau mengubah sesuatu yang lain, dan tunduk atau mengikuti karena kekuasaan atau kekuasaan orang lain," tulis Badudu dan Zain.⁴⁰

Pengaruh adalah kekuatan yang dimiliki sesuatu (orang, benda) atas karakter, kepercayaan, atau tindakan seseorang. Pengaruh adalah keadaan di mana apa yang dipengaruhi dan apa yang mempengaruhi memiliki hubungan timbal balik atau kausal.

Kekuatan yang menyebabkan sesuatu terjadi, sesuatu yang dapat membuat atau memodifikasi sesuatu yang lain, tunduk atau mengikuti karena kekuatan atau kekuasaan orang lain, dapat disimpulkan dari konsep di atas.

IAIN PALOPO

³⁹ Hasan Alwi, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: Departemen Pendidikan Nasional Balai Pustaka, 2005), h.849.

⁴⁰ Hugiono dan Poerwantana, *Pengantar Ilmu Sejarah* (Jakarta: PT. Bina Aksara, 2000)

4. *Mobile Banking*

Mobile banking merupakan layanan yang memungkinkan nasabah bank melakukan transaksi perbankan melalui ponsel atau *smartphone*.

Excelcom awalnya memperkenalkan *mobile banking* (M-Banking) pada akhir tahun 1995, dengan berbagai reaksi. Menggunakan teknologi adalah salah satu cara untuk melakukannya.

Mobile banking menurut Bank Indonesia (2004) merupakan salah satu layanan bank yang memungkinkan nasabah mendapatkan informasi, berinteraksi, dan melakukan transaksi perbankan melalui internet.⁴¹

Mobile banking merupakan jenis baru dari *delivery channel* layanan bank berkembang yang telah menggeser strategi bisnis perbankan dari mengandalkan manusia teknologi menjadi mengandalkan teknologi informasi.

Layanan *mobile* memiliki fitur-fitur layanan *mobile banking* antara lain layanan informasi (Saldo, mutasi rekening, suku bunga, dan lokasi cabang/ATM terdekat), dan layanan transaksi, seperti transfer, pembayaran tagihan (listrik, air, internet) pembelian pulsa dan berbagai fitur lainnya.⁴²

a. Strategi Keamanan *Mobile banking*

Hal yang perlu diperhatikan untuk keamanan transaksi *mobile banking* adalah sebagai berikut:

- 1) Wajib mengamankan PIN *mobile banking*
- 2) Bebas membuat PIN sendiri, jika merasa diketahui orang lain segera lakukan pergantian PIN.

⁴¹ Fifi Chopipa, *Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking Klik BCA terhadap Kepuasan Nasabah*, Skripsi: UIN Jakarta (2013). <http://repository.uinjkt.ac.id/>

⁴² Shinhan Bank, Pengertian *mobile banking*, <https://www.shinhan.co.id>

3) Bila SIM card GSM anda hilang/dicuri/dipindah tangankan kepada pihak lain, segera beri tahu bank terdekat atau telepon ke *Call Centere* bank tersebut.⁴³

b. Faktor yang Mempengaruhi Sikap terhadap *M-Banking*

Adapun faktor yang mempengaruhi sikap nasabah pada penggunaan *m-banking*. Laporan bank BRI dalam penelitiannya menginventarisir enam faktor yang mempengaruhi sikap nasabah pada *mobile banking* yaitu:

1. Keamanan sistem *m-banking*

Keamanan dalam sistem transaksi keuangan melalui system online merupakan faktor utama yang menjadi prioritas bagi nasabah untuk menggunakan jasa layanan *m-Banking*. Nasabah menuntut kepada pihak penyedia jasa layanan untuk dapat memberikan atau menjamin keamanan transaksi keuangan melalui media *m-banking*.

2. Kemudahan penggunaan layanan

Kemudahan untuk mengakses system layanan secara online melalui media *m-banking* merupakan salah satu faktor yang menentukan kesediaan nasabah untuk menggunakan jasa layanan *m-banking*. Semakin mudah nasabah dalam mengakses layanan perusahaan jasa perbankan secara mobile akan meningkatkan sikap nasabah pada jasa layanan perusahaan serta jasa perusahaan akan menunjang sikap nasabah.

⁴³ Ikatan Bankir Indonesia, *Mengenal Operasi Perbankan I*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2014), h. 59.

3. Privasi pengguna

Dalam sistem layanan perbankan transaksi keuangan secara mobile, nasabah menginginkan privasi yang tinggi. Nasabah tidak mau data dirinya diketahui atau disebarluaskan dengan sengaja oleh perusahaan. Oleh sebab itu, privasi pengguna merupakan salah satu faktor yang menentukan bagi nasabah untuk menggunakan jasa layanan *m-banking*.

4. Keandalan layanan

Transaksi keuangan secara *mobile* memiliki keunggulan tanpa batas waktu. Perusahaan yang mampu memberikan layanan tanpa batas waktu (24 jam sehari) akan lebih diminati nasabah.

5. Kredibilitas perusahaan jasa layanan perbankan

Salah satu faktor menentukan nasabah untuk menggunakan jasa layanan perbankan *m-Banking* adalah kredibilitas perusahaan penyedia jasa layanan. Perusahaan dengan tingkat kredibilitas yang tinggi lebih diminati nasabah untuk digunakan jasa layanan *m-banking* nya.

6. Kecepatan

Nasabah dewasa ini memiliki kebutuhan/tuntutan yang lebih kompleks pada penyedia jasa layanan perbankan secara *mobile*. Salah satu aspek yang harus dipenuhi adalah kecepatan koneksi dalam sistem perbankan secara *mobile*. Meskipun kesalahan ini tidak terdapat pada sistem perbankannya melainkan pada provider yang dipakai oleh nasabah tersebut. Provider jaringan tergantung pada sinyal yang ada pada jaringan,

kesalahan pada koneksi sering terjadi pada tempat yang jauh dari jangkauan sinyal.⁴⁴

c. Cara Kerja *Mobile Banking*

Tampubolon mengatakan bahwa cara menggunakan *mobile banking*, nasabah harus mendaftarkan diri dahulu ke pada pihak bank untuk mendapatkan *password*. Nasabah dapat memanfaatkan layanan dengan cara mengakses menu yang tersedia pada *SIM card* atau aplikasi yang terinstal di ponsel. Apabila nasabah menggunakan *mobile banking* melalui menu yang tersedia pada *sim card* nasabah dapat memilih menu sesuai kebutuhan. Kemudian nasabah akan diminta untuk memasukkan PIN SMS *Banking* saat menjalankan transaksi, sedangkan apabila nasabah menggunakan *mobile banking* melalui aplikasi yang terinstal di ponsel, nasabah harus mengunduh dan menginstal aplikasi pada telepon seluler terlebih dahulu. Pada saat membuka aplikasi tersebut, nasabah harus memasukkan *password* untuk *login*, kemudian nasabah dapat memilih menu transaksi yang tersedia dan diminta memasukkan PIN saat menjalankan transaksi.⁴⁵

d. Manfaat *Mobile banking*

Manfaat yang dapat diperoleh dari penggunaan *mobile banking* yaitu:

- 1) Mudah, untuk melakukan transaksi perbankan, tidak perlu datang langsung ke bank kecuali pada saat mendaftarkan nomor ponsel.

⁴⁴ PT Bank Rakyat Indonesia, *Laporan Keuangan Tahunan Bank Rakyat Indonesia* (Jakarta: PT BRI, 2010), 62.

⁴⁵ Muhammad Vadly Azhar Lubis, *Analisis Minat Nasabah Pada Penggunaan Aplikasi BSI Mobile Dalam Upaya Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Pada Bank BSI KCP Rantauprapat*, Skripsi: Universitas Sumatera Utara, Medan, (2021), h. 19.

- 2) Praktis, setiap nasabah dapat bertransaksi perbankan melalui ponsel setiap saat, dimana saja dan kapan saja.
- 3) Aman, *m-banking* dilengkapi dengan sistem proteksi yang maksimal yang secara otomatis sudah terprogram sejak pendaftaran. Dan juga menggunakan pin yang dapat dipilih sendiri dan nomor ponsel yang didaftarkan, setiap transaksi yang dilakukan juga akan diacak untuk menjamin keamanan para nasabah.
- 4) Penggunaan yang bersahabat, *m-banking* dirancang sedemikian rupa sehingga mudah digunakan oleh siapa saja, nasabah bisa memilih jenis transaksi dari menu yang telah tersedia tanpa harus menghafal kode transaksi yang dilakukan.
- 5) Nyaman, nasabah seperti mempunyai ATM dalam genggamannya, karena berbagai transaksi yang biasa dilakukan di ATM kini dapat dilakukan melalui *m-banking* kecuali penarikan tunai.⁴⁶

e. Kekurangan Layanan *M-Banking*

Ada kelebihan tentu juga ada kekurangan dari layanan ini. Berikut ini beberapa kekurangan *m-banking*.

- 1) Rentan mengalami penipuan "*smishing*", yaitu dihubungi *hacker* yang menyamar sebagai institusi keuangan untuk menanyakan detail rekening bank.
- 2) Dibutuhkan *smartphone* yang canggih untuk mengaksesnya.

⁴⁶ Maryanto Supriyono, *Buku Pintar Perbankan*, h. 114.

- 3) Fitur keamanan melalui koneksi yang terenkripsi bisa di-*hack* jika *smartphone* dicuri atau hilang.
- 4) Nasabah harus memiliki jaringan internet yang kuat untuk bisa mengakses *m-banking*. jika koneksi internet kurang baik, nasabah akan sulit saat mengaksesnya.
- 5) Akan dikenakan biaya SMS untuk mendaftarkan nomor rekening baru untuk transfer.⁴⁷

f. Dampak Penggunaan Mobile Banking

Penggunaan mobile banking menimbulkan dampak yang positif terhadap bank dan nasabah. dampak yang timbul adalah sebagai berikut.

1) Bank

Bank mendapatkan keuntungan, karena nasabah akan semakin bertambah banyak dan bank mendapatkan kepercayaan dari nasabah.

2) Nasabah

Nasabah mendapatkan pelayanan yang lebih dari bank, karena dengan adanya mobile banking akan semakin mempermudah nasabah dalam melakukan transaksi perbankan atau hanya sekedar melakukan pengecekan saldo dimanapun, kapanpun dengan dimensi ruang dan waktu tidak terbatas.⁴⁸

⁴⁷ Bobby, Apa itu mBanking? Ini Penjelasan, Fungsi, dan Cara Kerjanya, Juni 2 2021. <https://lifepal.co.id/media/banyak-digunakan-orang-sudah-tahu-kelebihan-dan-kekurangan-m-banking-ini/>

⁴⁸ Irfan Nurahmadi Harish, *Pengaruh Kepercayaan Nasabah dan Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah*, Skripsi: UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2017), h.17.

g. Resiko Layanan Mobile Banking

Semakin berkembangnya internet dalam pelayanan jasa keuangan perbankan, hal ini menyimpan resiko yang dapat muncul dikemudian hari. Bagi bank penyelenggara secara umum terdapat beberapa resiko spesifik yang terkait dengan penggunaan mobile banking, adalah sebagai berikut:

- 1) *Transaction/Operations Risk*. Resiko yang timbul atau berasal dari fraud, kesalahan dalam proses, gangguan sistem atau kegiatan tidak terduga yang menimbulkan kerugian bagi bank maupun nasabah.
- 2) *Reputation Risk*. Yang berkaitan erat dengan *corporate image* dari bank itu sendiri apabila layanan mobile banking-nya tidak berjalan dengan baik.
- 3) *Outsourcing Risk*. Dimana bank kerap menggunakan jasa pihak ketiga sebagai provider sehingga terdapat kemungkinan layanan pada suatu waktu dapat mengalami gangguan.
- 4) *Credit Risk*. Risiko kredit dapat timbul jika bank memberikan kredit melalui media elektronik misalnya produk kartu kredit.⁴⁹

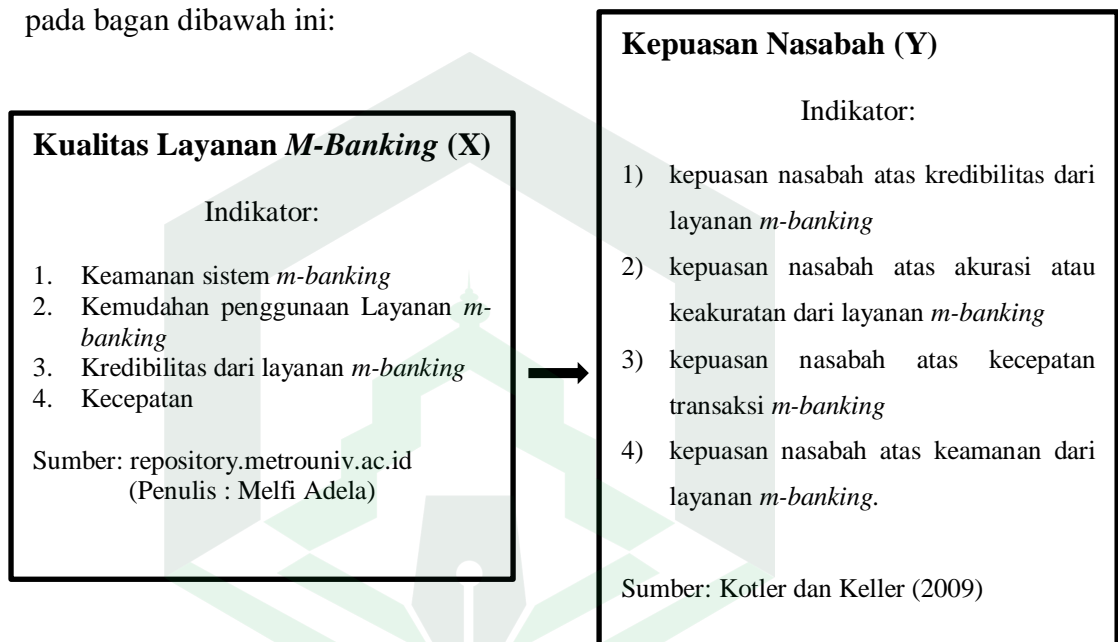
Dalam melaksanakan aktivitas layanan mobile banking, bank akan menghadapi risiko spesifik seperti yang disebutkan diatas akibat penyediaan dan penggunaan teknologi informasi. Oleh karena itu, bank harus melakukan mitigasi atas resiko yang mungkin terjadi dalam layanan *mobile banking*

⁴⁹ Bank Indonesia, *Pedoman Penerapan Manajemen Risiko Dalam Penggunaan Teknologi Informasi Oleh Bank Umum*, Direktorat penelitian dan pengaturan perbankan, (Desember, 2007), h.78.

dengan memperhatikan prinsip pengendalian pengamanan data nasabah dan transaksi *mobile banking*.⁵⁰

C. Kerangka Pemikiran

Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan *mobile banking* terhadap kepuasan nasabah, maka penelitian ini mengacu pada konsep yang tertuang pada bagan dibawah ini:



Gambar 2.1 Kerangka pemikiran

Kotler dan Keller (2009) menyatakan bahwa kepuasan nasabah adalah perasaan senang seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja produk yang dipersepsikan terhadap kinerja yang diharapkan yang meliputi indikator-indikator yaitu:

- 1) kepuasan nasabah atas kredibilitas dari layanan *m-banking*
- 2) kepuasan nasabah atas akurasi atau keakuratan dari layanan *m-banking*

⁵⁰ Melfi Adela, *Pengaruh Layanan M-Banking terhadap Kepuasan Nasabah (studi kasus pada bank BNI syariah KCP Rajabasa)*, Skripsi: Institut Agama Islam Negeri Metro, (Juli, 2020), h.14, <https://scholar.google.co.id>

- 3) kepuasan nasabah atas kecepatan transaksi *m-banking*
- 4) kepuasan nasabah atas keamanan dari layanan *m-banking*.⁵¹

D. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara atau dugaan sementara penelitian terhadap pokok permasalahan yang diteliti. Berdasarkan uraian kerangka pikir diatas maka penulis mencoba merumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₁ : Diduga terdapat pengaruh signifikan layanan *m-banking* terhadap kepuasan nasabah Bank BSI KCP Ratulangi



IAIN PALOPO

⁵¹ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2009).

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif dapat didefinisikan sebagai suatu proses menemukan pengetahuan dengan menggunakan data berupa angka sebagai alat untuk menganalisis keterangan tentang apa yang ingin diketahui. Penelitian ini dilakukan dengan beberapa cara yaitu observasi, penyebaran kuisioner, pengelolaan data, dan analisis data.

B. Waktu dan Lokasi Penelitian

Penelitian dilakukan kurang lebih selama 1 bulan, yaitu dimulai bulan April 2022 s/d Mei 2022 dan penelitian ini dilakukan di Bank BSI KCP Ratulangi Jl. Ratulangi No. 62 A-B, kota Palopo, Sulawesi Selatan.

C. Definisi Operasional Variabel

Menurut Sumardi Suryabrata, definisi operasional variabel adalah sesuatu yang didasarkan atas sifat-sifat hal yang didefinisikan yang dapat diamati (observasi). Uraian yang jelas tentang arah pembahasan judul dapat ditemukan dalam penelitian ini. Penelitian ini harus memperjelas beberapa istilah:

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel

No.	Variabel	Definisi	Indikator
1.	Kualitas Layanan <i>Mobile Banking</i> (Variabel X)	layanan yang memungkinkan nasabah bank melakukan transaksi perbankan melalui ponsel atau <i>smartphone</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keamanan Sistem <i>M-banking</i>. 2. Kemudahan Penggunaan Layanan. 3. Kredibilitas atau kepercayaan sistem <i>M-banking</i>. 4. Kecepatan⁵²
2.	Kepuasan Nasabah (Variabel Y)	kepuasan nasabah adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang di persepsikan produk (atau hasil)	<ol style="list-style-type: none"> 1. kepuasan nasabah atas kredibilitas dari layanan <i>m-banking</i> 2. kepuasan nasabah atas akurasi atau keakuratan dari layanan <i>m-banking</i> 3. kepuasan nasabah atas kecepatan transaksi <i>m-banking</i>.

⁵² Melfi Adela, *Pengaruh Layanan M-Banking terhadap Kepuasan Nasabah (studi kasus pada bank BNI syariah KCP Rajabasa)*, Skripsi: Institut Agama Islam Negeri Metro, (Juli, 2020), h.11

		terhadap ekspektasi mereka. ⁵³	4. kepuasan nasabah atas keamanan dari layanan <i>m-banking</i> . ⁵⁴
--	--	---	---

D. Populasi dan Sampel

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai jumlah dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.⁵⁵ Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah Bank BSI KCP Ratulangi sebanyak 2.215 nasabah.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Jika populasi besar, dan penelitian tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu⁵⁶. Maka penelitian ini menggunakan sampel yang diambil dari populasi. Penentuan pemilihan sampel dalam penelitian ini dengan menggunakan *non-probability sampling* dengan teknik *Accidental sampling*, teknik pengambilan sampel jenis ini menentukan sampel secara tidak sengaja (*accidental*). Penelitian akan mengambil sampel pada orang yang kebetulan ditemuinya pada saat itu yang sesuai dengan karakteristik

⁵³ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 2009), 144.

⁵⁴ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2009).

⁵⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2015), h. 80

⁵⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2015), h. 81

(ciri-cirinya), maka orang tersebut dapat digunakan menjadi sampel (responden).

Gay dan Diehl berpendapat bahwa sampel haruslah sebesar-besarnya. Pendapat ini mengasumsikan bahwa semakin banyak sampel yang diambil maka akan semakin representatif dan hasilnya dapat digeneralisir. Ukuran sampel yang diterima akan sangat bergantung pada jenis penelitiannya.

1. Jika penelitiannya bersifat deskriptif, maka sampel minimumnya adalah 10% dari populasi
2. Jika penelitiannya korelasional, sampel minimumnya adalah 30 subjek.
3. Jika penelitian kausal perbandingan, sampelnya sebanyak 30 subjek per group
4. Jika penelitian eksperimental, sampel minimumnya adalah 15 subjek per group.

Roscoe juga memberikan beberapa panduan untuk menentukan ukuran sampel yaitu:

1. Ukuran sampel lebih dari 30 dan kurang dari 500 adalah tepat untuk kebanyakan penelitian
2. Jika sampel dipecah ke dalam subsample (pria/wanita, junior/senior, dan sebagainya), ukuran sampel minimum 30 untuk tiap kategori adalah tepat
3. Dalam penelitian multivariate (termasuk analisis regresi berganda), ukuran sampel sebaiknya 10x lebih besar dari jumlah variabel dalam penelitian

4. Penelitian eksperimental sederhana dengan control eksperimen yang ketat, penelitian yang sukses adalah mungkin dengan ukuran sampel kecil antara 10 sampai dengan 20.⁵⁷

Untuk menentukan sampel dari seluruh jumlah nasabah yang ada di gunakan rumus Slovin:

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

e = Standar error

Berdasarkan rumus di atas, penelitian ini memiliki sampel sebanyak 2.215 nasabah bank BSI KCP Ratulangi. Hasil ini dibuktikan dengan rumus berikut:

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

$$n = \frac{2.215}{1+2.215(0,1)^2}$$

$$n = \frac{2.215}{1+2.215 (0,01)}$$

$$n = \frac{2.215}{23,15}$$

$$n = 95$$

Hasil dari perhitungan diatas, didapatkan sampel dalam penelitian sebanyak 95 nasabah.

⁵⁷ Ammirullah, *Populasi dan Sampel (pemahaman, jenis, dan teknik)*, Jurnal Metode Penelitian Manajemen, (2015).
https://www.academia.edu/36541375/POPULASI_DAN_SAMPEL_pemahaman_jenis_dan_teknik

E. Instrumen Penelitian

Instrument penelitian adalah perlengkapan ukur untuk mengamati keajaiban alam dan sosial secara khusus, semua hal-hal yang dapat di saksikan merupakan variabel pencarian.

Alat yang dipakai untuk mengerjakan penelitian dengan menyebar kuesioner kepada nasabah untuk di isi atau dianggapi. Kuesioner (angket) yaitu kuesioner yang disajikan dalam bentuk sedemikian rupa sehingga responden diminta untuk memilih satu jawaban yang sesuai dengan karakteristik dirinya dengan memberikan tanda *ceklist* (\checkmark).⁵⁸

Skala pengukuran dalam penelitian ini adalah skala likert, yaitu skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur di jabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan titik tolak untuk menyusun item-item instrument yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan.⁵⁹

Tiap tanggapan nasabah nantinya akan diberikan jumlah menurut skala likert:

Tabel 3.2 Skala Likert

Sangat tidak setuju (STS)	Tidak setuju (TS)	Netral (N)	Setuju (S)	Sangat setuju (SS)
1	2	3	4	5

⁵⁸ Riduwan, *Skala Pengukuran Variabel-variabel Penelitian*, h.27.

⁵⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*, (Bandung: Alfabeta, 2014)

Manfaat memakai skala likert meningkatkan kebutuhan dan peningkatan implementasi adalah keadaan berbagai skor menjadi keputusan dari proses skala 1 sampai 5. Istilah statistik, skala, lima tingkatan 1 sampai 5 memiliki keterbatasan yang tingkat lebih atas dari pada skala tingkat ya atau tidak selain itu, data di dapatkan dengan memakai kuesioner, sehingga di peroleh hasil analisis disajikan dalam bentuk tabel analisis berdasarkan variabel.

F. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan data yang diperoleh melalui:

Angket (kuesioner) adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab.⁶⁰ Nasabah yang akan mengisi kuesioner ini adalah nasabah yang menggunakan aplikasi BSI *Mobile*. Kuesioner dalam penelitian ini akan digunakan untuk mengambil data mengenai pengaruh kualitas layanan *mobile banking* terhadap kepuasan nasabah pada Bank BSI KCP Ratulangi serta mengumpulkan data-data tertulis seperti sejarah berdirinya bank BSI KCP Ratulangi dan visi misi bank BSI KCP Ratulangi.

G. Teknik Analisis Data

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kuantitatif dengan analisis yang meliputi:

⁶⁰ Anak Agung Putu Agung, *Metodologi Penelitian Bisnis*, (Malang: UB Press, 2012).

1. Uji Validitas

Uji validitas merupakan keadaan yang menggambarkan apakah instrument yang kita gunakan mampu mengukur apa yang akan kita ukur. Hasil yang diperoleh dari uji validitas adalah instrument yang valid atau sah. Tingkat validitas yang tinggi adalah yang terbaik. Sebaliknya suatu instrument yang memiliki validitas rendah merupakan instrument yang kurang baik atau tidak direkomendasikan bahkan sebaiknya dikeluarkan dari kelompok indikator. Pengujian validitas dilakukan dengan menghitung korelasi antara masing-masing pernyataan atau indikator dengan skor total menggunakan korelasi *Product Moment* (r).⁶¹ Instrument penelitian dikatakan valid apabila $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ pada taraf signifikan 5%.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah tingkat ketepatan, ketelitian, atau keakuratan sebuah instrumen. Jadi reliabilitas menunjukkan apakah instrument tersebut konsisten memberikan hasil ukuran yang sama tentang sesuatu yang diukur pada waktu yang berlainan.⁶² Kuesioner dapat diandalkan jika tanggapan responden sesuai dengan pernyataan dan tidak berubah-ubah dari sewaktu-waktu. Untuk mempermudah perhitungan, penelitian ini menggunakan uji reliabilitas dengan *spss*. Dalam *spss* disediakan kemudahan untuk menghitung ukuran reliabilitas dengan uji statistic. Adapun untuk menguji reliabilitas digunakan

⁶¹ Sofiyan Siregar, *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif*, (Bumi Aksara, 2014)

⁶² Yeni Anda Dwinurpitasari, *Pengaruh Kualitas Layanan dan Produk Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Pada BRI Syariah KCP Ponorogo*, Skripsi: Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, (Agustus 05, 2019), h.102, <https://scholar.google.co.id>

uji *Cronbach Alpha*. Dimana suatu variabel dinyatakan reliable jika *Cronbach Alpha* $r_{hitung} > 0,6$.

Cronbach Alpha merupakan koefisien reliabilitas yang memperlihatkan sebanyak apa nilai positif titik-titik (elemen) dari suatu himpunan. *Cronbach Alpha* menjumlahkan kolerasi silang antar titik-titik yang menguji rancangan. Makin mendekati *cronbach alpha* ke 1, makin besar konsisten internal. Diketahui tingkat kepercayaan kurang dari 0,60 dianggap buruk, tingkat kepercayaan 0,70 diterima, dan 0,80 tingkat kepercayaan baik.⁶³

H. Teknik Pengolahan Data

Teknik pengolahan data yang bisa dipakai pada penelitian ini yaitu analisis regresi sederhana. Selanjutnya, berakhir dengan uji hipotesis yaitu uji t dan uji koefisien determinasi (R^2).

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas membuktikan nilai residu berdistribusi normal atau tidak. Memiliki nilai residu normal merupakan pola regresi yang baik, oleh karena itu uji normalitas tidak digunakan disetiap variabel namun hanya pada nilai residual. Uji normalitas ini digunakan jika analisis menggunakan metode parametrik, dimana persyaratan normalitas harus terpenuhi, atau dengan kata lain data yang akan dianalisis harus berdistribusi normal.

Kriteria pengujiannya sebagai berikut:

Jika nilai signifikansi $> 0,05$, maka data berdistribusi normal

⁶³ Uma Sekaran, dan Roger Bogue, *Metode Penelitian untuk Bisnis*, Edisi 6, (Jakarta, Salemba 4: 2017), 115.

Jika nilai signifikansi $< 0,05$, maka data tidak berdistribusi normal.⁶⁴

b. Uji Linearitas

Uji Linearitas merupakan analisis yang membutuhkan ikatan antara x dan y dalam suatu populasi linear. Berdasarkan garis regresi yang dibuat, kemudian diuji keberartian koefisien garis regresi linearitasnya. Uji linearitas yang digunakan dalam SPSS ini adalah *Test for Linearity* dengan melihat apabila nilai *deviation from linearity* $> 0,05$ maka terdapat hubungan yang linear, sedangkan jika nilai *deviation from linearity* $< 0,05$ maka tidak terdapat hubungan yang linear.

2. Analisis regresi sederhana

Analisis regresi sederhana dengan menetapkan dasar prakiraan penyaluran data yang muncul sejak variabel kritis y dan variabel predicator x yang mempunyai hubungan linear.⁶⁵ Didasarkan pada hubungan fungsi atau kejadian merupakan regresi sederhana. Regresi linear sederhana untuk persamaan umumnya.⁶⁶

$$Y = a + bx$$

Y = Variabel dependen

a = Konstanta

b = Koefisien variabel X

x = Variabel independen

⁶⁴ Priyatno Duwi, *Mandiri Belajar Analisis Data dengan SPSS*, (Jakarta: PT Buku Seru, 2013) h.34

⁶⁵ Tulus Winarsunu, *Statistika Dalam Penelitian Psikologi Dan Pendidikan*, (Malang: Universitas Muhammadiyah Malang, 2006), 185.

⁶⁶ Sugiyono, *Metode penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi dan R&D, Edisi ke-3* (Bandung, Alfabeta: 2017), 298.300

3. Uji Hipotesis

Untuk menyaksikan ada atau tidaknya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, sehingga hipotesis yang diusulkan dalam penelitian ini. Cara pengujian hipotesis dilakukan dengan sifat perseorangan dan bersamaan.

a. Uji Parsial (Uji T)

Tujuan dari uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen.⁶⁷ Uji t merupakan uji hipotesis yang akan dilakukan dalam penelitian ini untuk mengenal satu dari dua atau lebih variabel independen terhadap dependen. Hipotesis yang digunakan adalah :

H_1 diduga terdapat pengaruh signifikan layanan *m-banking* terhadap kepuasan nasabah Bank BSI KCP Ratulangi.

Pengujian ini menggunakan uji dengan $df = n-2$ ($95 - 2 = 93$) dengan hasil 93 responden, dengan taraf signifikansi 5%. Maka akan diperoleh t_{tabel} 1,985 kemudian, berdasarkan hasil yang diperoleh, akan terbentuk akumulasi:

- 1) Dengan asumsi T_{hitung} lebih besar dari T_{tabel} , H_1 diterima, yaitu ada pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat.
- 2) Jika ruang gerak suatu variabel lebih besar 5% atau 0,05, berarti variabel tersebut tidak kritis.

⁶⁷ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. (Semarang, Universitas Diponegoro: 2016).

3) Pada saat tingkat kesalahan variabel lebih kecil 5% atau 0,05, berarti variabel tersebut tidak signifikan.

b. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi merupakan proporsi variabilitas dalam suatu data yang dihitung berdasarkan model statistic. Dengan kata, lain, koefisien determinasi diartikan dengan seberapa besar variabel independen X menentukan tingkat variabel respon Y dalam suatu model.⁶⁸ Nilai-R menguraikan kualitas pola regresi untuk memprediksi variabel terikat. Koefisien determinasi ditemukan dalam tabel ringkasan model dan di tulis dengan R kuadrat. Jika nilai r^2 kecil maka kekuatan variabel bebas untuk menerangkan variabel terikat secara sedikit.⁶⁹

Koefisien determinasi dapat dijumlahkan menggunakan suatu alat ukur dengan rumus:

$$KD = r^2 \times 100\%$$

KD = Nilai koefisien determinan

r^2 = Nilai koefisien korelasi

IAIN PALOPO

⁶⁸ Robert Kurniawan, *Analisis Regresi Dasar dan Penerapannya dengan R*, 123-124.

⁶⁹ Johan Harlan, *Analisis Regresi Linear*, (Depok: Gunadarma, 2018), 42

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

a. Sejarah Singkat Bank BSI KCP Ratulangi

Berdirinya Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Ratulangi yang telah resmi beroperasi pada 1 Februari 2021, akan menjadi suasana baru bagi perbankan syariah. Pada beberapa tahun terakhir terlihat bahwa adanya peningkatan yang signifikan terhadap produk serta layanan berbasis syariah di Indonesia, membuat pemerintah mencermati hal tersebut. Pemerintah mencermatinya sebagai sebuah momen penting dalam tonggak perekonomian syariah di Indonesia. Dari sikap optimis itulah, yang membuat pemerintah akhirnya memutuskan untuk menggabungkan tiga (3) daftar nama bank syariah BUMN, yakni PT Bank Syariah Mandiri Tbk, PT Bank BNI Syariah Tbk, serta PT Bank BRI Syariah Tbk menjadi suatu identitas baru yang disebut dengan Bank Syariah Indonesia atau BSI.

Pada awalnya, sebelum diresmikannya BSI KCP Ratulangi bank tersebut adalah Bank Mandiri Syariah yang kemudian diubah statusnya menjadi Bank Syariah Indonesia karena telah ditetapkan oleh pemerintah pada tanggal 1 Februari 2021. Penggabungan 3 bank syariah milik pemerintah tersebut diresmikan pada tanggal 1 Februari 2021 oleh presiden Joko Widodo. Ditegaskan pula bahwa pemerintah sangat begitu serius dalam memperhatikan

dari perkembangan layanan yang berbasis syariah yang mampu bertahan di tengah kondisi perekonomian Indonesia yang nampaknya masih bergejolak. Bank Syariah Indonesia akan menjadi bank syariah terbesar di Indonesia dengan total asset sebesar Rp. 239,56 triliun dengan memiliki lebih dari 1.000 kantor cabang serta 20.000 karyawan. Proses merger tiga bank syariah besar di Indonesia akan menjadi salah satu dari tonggak sejarah yang akan membuka banyak peluang-peluang yang baru dalam mendukung perekonomian masyarakat secara nasional. Setiap bank syariah tentunya mempunyai latar belakang dan juga sejarahnya masing-masing sehingga semakin menguatkan posisi BSI kedepannya.

Tujuan dari penggabungan bank syariah yakni untuk mendorong peningkatan bank syariah yang lebih besar sehingga dapat merambat masuk kedalam pasar global serta menjadi katalis pertumbuhan ekonomi syariah di Indonesia. Selain itu, merger bank syariah juga dinilai dapat menjadi lebih efisien dalam hal penggalangan dana, operasional serta belanja. Melalui merger bank syariah tersebut, diharapkan bahwa perbankan syariah akan terus tumbuh dan menjadi energi baru untuk ekonomi nasional serta akan menjadi bank BUMN yang dapat sejajar dengan bank BUMN lainnya sehingga dapat bermanfaat dari sisi kebijakan dan juga transformasi bank.

Adapun Visi dan Misi Bank BSI KCP Ratulangi adalah sebagai berikut:

1) Visi Bank BSI KCP Ratulangi

Visi dari Bank BSI KCP Ratulangi adalah *“Top 10 Global Islamic Bank”*.

2) Misi Bank BSI KCP Ratulangi

a) Memberikan akses solusi keuangan syariah di Indonesia

(Melayani >20 juta nasabah dan menjadi top 5 bank berdasarkan aset (500 + T) dan nilai buku 50 T di tahun 2025)

b) Menjadi bank besar yang memberikan nilai terbaik bagi para pemegang saham (Top 5 Bank yang paling profitable di Indonesia (ROE 18 %) dan valuasi kuat (PB >2)

c) Menjadi perusahaan pilihan dan kebanggaan para talenta terbaik Indonesia (Perusahaan dengan nilai yang kuat dan memberdayakan masyarakat serta berkomitmen pada pengembangan karyawan dengan budaya berbasis kinerja)

b. Produk-Produk Bank BSI KCP Ratulangi

Produk tabungan yang tersedia BSI KCP Ratulangi adalah sebagai berikut:

- 1) Tabungan Valas, yaitu tabungan dengan pilihan akad wadiah yad dhamanah atau mudharabah muthlaqah dalam mata uang dollar yang penarikan dan setorannya dapat dilakukan setiap saat sesuai ketentuan Bank. Keunggulan tabungan ini: setoran awal ringan, biaya administrasi bulanan ringan, dana (USD) aman dan tersedia setiap saat, online

diseluruh cabang Bank Syariah Indonesia dan bebas biaya administrasi bulanan.

- 2) Tabungan Haji Indonesia, yaitu tabungan perencanaan haji dan umroh berlaku untuk seluruh usia berdasarkan prinsip syariah dengan akad wadiah dan mudharabah. Tabungan ini tidak dikenakan biaya administrasi bulanan dan dilengkapi fasilitas kartu ATM dan fasilitas E-Chanel apabila telah terdaftar di Siskohat (mendapat porsi). Keunggulan produk ini: setelah nasabah daftar porsi haji dilengkapi dengan BSI Debit Haji Indonesia sebagai kartu ATM dengan menggunakan provider Visa, Ebanking, pilihan notifikasi melalui SMS, email atau WA, bebas biaya admin, membantu perencanaan ibadah haji dan umroh, memudahkan untuk mendapatkan porsi keberangkatan haji dengan sistem dilakukan secara online dengan Siskohat Kementerian Agama dari minimal usia 12 tahun, bebas biaya penutupan rekening, pelunasan haji dapat dilakukan secara online dan pembukaan rekening online.
- 3) Tabungan Easy Mudharabah, yaitu tabungan dalam mata uang Rupiah yang penarikan dan setorannya dapat dilakukan setiap saat selama jam operasional kas di kantor bank atau melalui ATM. Keunggulan tabungan ini: kemudahan transaksi dengan mobile banking dan net banking, gratis biaya tarik tunai di seluruh ATM Bank Mandiri, dan dapat dibuka melalui pembukaan rekening online.

- 4) Tabungan Pendidikan, yaitu tabungan dengan akad mudharabah yang diperuntukkan bagi segmen perorangan dalam merencanakan pendidikan dengan sistem autodebet dan dapat perlindungan asuransi. Keunggulan tabungan ini: mendapat bagi hasil yang kompetitif setara deposito konter, mendapat perlindungan asuransi syariah sampai dengan 120x setoran bulanan dan pembayaran sisa setoran untuk masa yang belum dijalani, dapat dilakukan top up saldo diluar setoran bulanan, sistem menabung dengan autodebet agar membantu disiplin menabung dan gratis biaya administrasi bulanan.
- 5) Tabungan Bisnis, yaitu tabungan dengan akad mudharabah muthlaqah dalam mata uang rupiah yang dapat memudahkan transaksi segmen wiraswasta dengan limit transaksi harian yang lebih besar dan fitur free biaya RTGS, transfer SKN, dan setoran kliring masuk melalui teller dan net banking. Keunggulan tabungan ini: gratis biaya transfer RTGS dan SKN via Teller dan net banking (min saldo sebelum transaksi 10jt), gratis biaya tipsn kliring via Teller (min saldo sebelum transaksi 10jt), dan limit transaksi lebih kompetitif.
- 6) Tabunganku, yaitu tabungan untuk perorangan dengan persyaratan mudah dan ringan yang diterbitkan secara bersama oleh bank-bank di Indonesia guna menumbuhkan budaya menabung serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Keunggulan produk ini: bebas biaya administrasi bulanan, gratis biaya tarik di seluruh ATM Bank Mandiri, dan fasilitas E-banking.

- 7) Tabungan Pensiun, yaitu tabungan yang diperuntukkan bagi nasabah perorangan yang terdaftar di Lembaga pengelola pensiun yang telah bekerja sama dengan bank. Keunggulan produk ini: kemudahan syarat pembukaan rekening, mendapatkan fasilitas E-banking yaitu BSI Mobile dan BSI debit Co Branding Taspen yang berfungsi sebagai kartu ATM dan debit.
- 8) BSI Tabungan Efek Syariah, yaitu tabungan dengan akad mudharabah muthlaqah merupakan rekening dana nasabah (RDN) yang diperuntukkan untuk nasabah perorangan untuk penyelesaian transaksi di pasar modal. Keunggulan tabungan ini: tidak ada biaya administrasi, tidak ada setoran minimum, dan tidak ada saldo minimum.
- 9) BSI Tabungan Smart, yaitu basic saving account yang merupakan literasi dari OJK dengan persyaratan mudah dan ringan yang diterbitkan secara bersama oleh bank-bank di Indonesia guna menumbuhkan budaya menabung serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Keunggulan produk ini: mendapatkan bonus sesuai kebijakan bank, bebas biaya administrasi bulanan, dan dapat dibuka melalui agen laku pandai.
- 10) BSI Tabungan Prima, yang diperuntukkan bagi segmen nasabah high networth individuals yang memberikan berbagai fasilitas serta kemudahan. Keunggulan produk ini: free executive lounge, fasilitas asuransi jiwa s/d Rp 500 juta, layanan antrian prioritas, limit belanja s/d Rp 500 juta.

- 11) BSI Tapenas Kolektif, yaitu tabungan perencanaan jangka pendek maupun jangka panjang untuk karyawan atau tenaga kontrak pada suatu institusi berdasarkan suatu perjanjian kerjasama. Keunggulan produk ini: mendapat bagi hasil yang kompetitif, sistem menabung dengan autodebet, dan setoran bulanan ringan.
- 12) Tabungan Payroll, tabungan khusus merupakan produk turunan dari tab wadiah/mudharabah regular yang dikhususkan untuk nasabah payroll dan nasabah migran. Keunggulan produk ini: Tabungan Co-Branding, mendapatkan bagi hasil yang kompetitif setiap bulan, dan mendapatkan fasilitas E-Channel.
- 13) BSI Tabungan Mahasiswa, adalah tabungan dengan akad wadiah dari para mahasiswa Perguruan Tinggi Negeri/Perguruan Tinggi Swasta (PTN/PTS) atau Pegawai / Anggota / Perusahaan / Lembaga / Asosiasi / Organisasi profesi yang bekerja sama dengan bank. Keunggulan produk ini: tabungan Co-Branding, mendapatkan bonus setiap bulan sesuai dengan kebijakan bank, dan mendapatkan fasilitas E-Channel.
- 14) Tabungan Junior, yaitu tabungan yang diperuntukkan bagi anak-anak dan pelajar yang berusia dibawah 17 tahun untuk mendorong budaya menabung sejak dini. Keunggulan tabungan ini: mendapatkan bonus, bebas biaya administrasi bulanan, nama anak tertera pada buku tabungan dan ATM atas nama anak.
- 15) Tabungan Simpanan Pelajar, untuk siswa yang diterbitkan secara nasional oleh bank-bank syariah di Indonesia, dengan persyaratan

mudah dan sederhana serta fitur yang menarik dalam rangka edukasi dan inklusi keuangan untuk mendorong budaya menabung sejak dini. Keunggulan tabungan ini: bebas biaya administrasi bulanan, gratis biaya tarik tunai, dan mensukseskan program inklusi keuangan yang diselenggarakan oleh OJK.

- 16) BSI Easy Wadiah, tabungan dalam mata uang rupiah berdasarkan prinsip wadiah yad dhamanah yang penarikan dan setorannya dapat dilakukan setiap saat selama jam operasional kas dikantor bank atau melalui ATM. Keunggulan tabungan ini: bebas biaya administrasi bulanan, gratis biaya tarik tunai di seluruh ATM bank mandiri dan dapat dibuka melalui pembukaan rekening online.
- 17) BSI Tabungan Rencana, tabungan yang diperuntukkan bagi segmen perorangan dalam merencanakan keuangannya dengan sistem autodebet dan gratis perlindungan asuransi. Keunggulan produk: kepastian mencapai target dana, bagi hasil kompetitif, dan gratis perlindungan asuransi syariah.
- 18) Rekening Autosave dan Qurban, yaitu fitur tabungan bank syariah Indonesia yang memudahkan nasabah yang ingin menabung dana qurban secara otomatis via BSI mobile. dilengkapi dengan fitur pembelian hewan qurban melalui penyelenggaraan qurban yang merupakan rekanan bank.

c. Deskripsi Karakteristik Responden

Sebelum melakukan analisis, penelitian ini terlebih dahulu akan menjelaskan data dan sampel nasabah Bank BSI Ratulangi yang menggunakan aplikasi BSI *mobile*. penelitian ini menggunakan 95 responden.

1) Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Deskripsi responden berdasarkan Jenis Kelamin pada penelitian ini berjumlah 95, yang dapat diuraikan pada tabel berikut:

Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden

No.	Jenis kelamin	Jumlah
1	Laki-laki	18
2	Perempuan	77
Jumlah		95

Sumber: data primer diolah, 2022

Sesuai uraian diatas, nasabah Bank BSI Ratulangi digunakan sebagai sampel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 81% responden, tanggapannya didominasi oleh wanita. Selebihnya dijawab oleh responden pria dengan partisipasi 19%. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas nasabah Bank BSI Ratulangi adalah pengguna *mobile banking* (BSI *mobile*).

2) Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Deskripsi responden berdasarkan usia pada penelitian ini dari usia 18 sampai 60 tahun, yang dapat diuraikan pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.2 Umur Responden

No.	Umur	Tanggapan Responden (orang)
1	18 – 20	4
2	21 – 35	90
3	36 – 50	0
4	51 – 60	1
Jumlah		95

Sumber: data primer diolah, 2022

Sesuai uraian pada tabel 4.2, terlihat bahwa usia responden nasabah bank BSI Ratalungi yang digunakan sebagai sampel, yaitu didominasi oleh 90 responden berusia 21 sampai 35 tahun dengan tingkat presentase 94%. Pada usia 18 sampai 20 tahun ada 4 responden dengan persentase 5%. Hingga usia 51 sampai 60 tahun, 1 responden dengan persentase 1%. Kondisi tersebut menandakan bahwa nasabah pengguna *mobile banking* di bank BSI Ratalungi didominasi oleh usia 21 sampai 35 tahun.

3) Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Deskripsi responden berdasarkan pendidikan terakhir pada penelitian akan diuraikan pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.3 Pendidikan Terakhir Responden

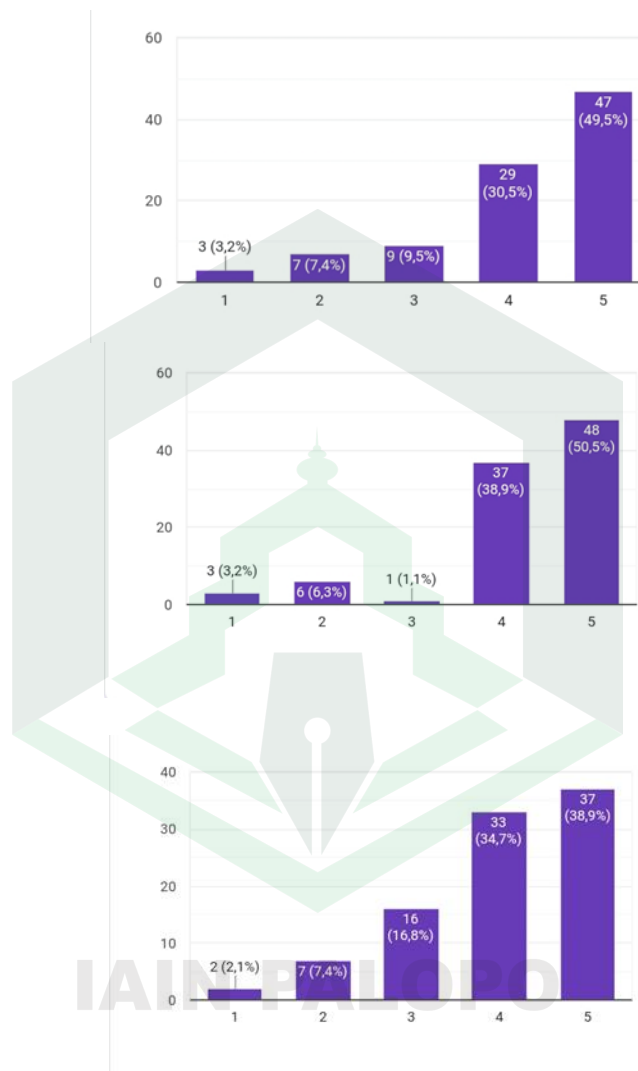
No	Pendidikan Terakhir	Tanggapan Responden (Orang)
1	SMA	76
2	Diploma	3
3	Sarjana	12
4	Lainnya	4
Jumlah		95

Sumber: data primer diolah, 2022

Menurut hasil memperlihatkan nasabah bank BSI Ratulangi yang menjadi responden dengan pendidikan terakhir SMA lebih dominan yakni sebesar 80%, dibandingkan dengan responden dengan pendidikan terakhir diploma sebanyak 3% sarjana sebesar 13%, dan responden dengan jawaban lainnya sebesar 4%.

IAIN PALOPO

Penelitian ini memiliki 4 indikator, untuk melihat tingkat pengaruh (persentase) pada masing-masing indikator, maka dapat dilihat pada gambar diagram dibawah ini.

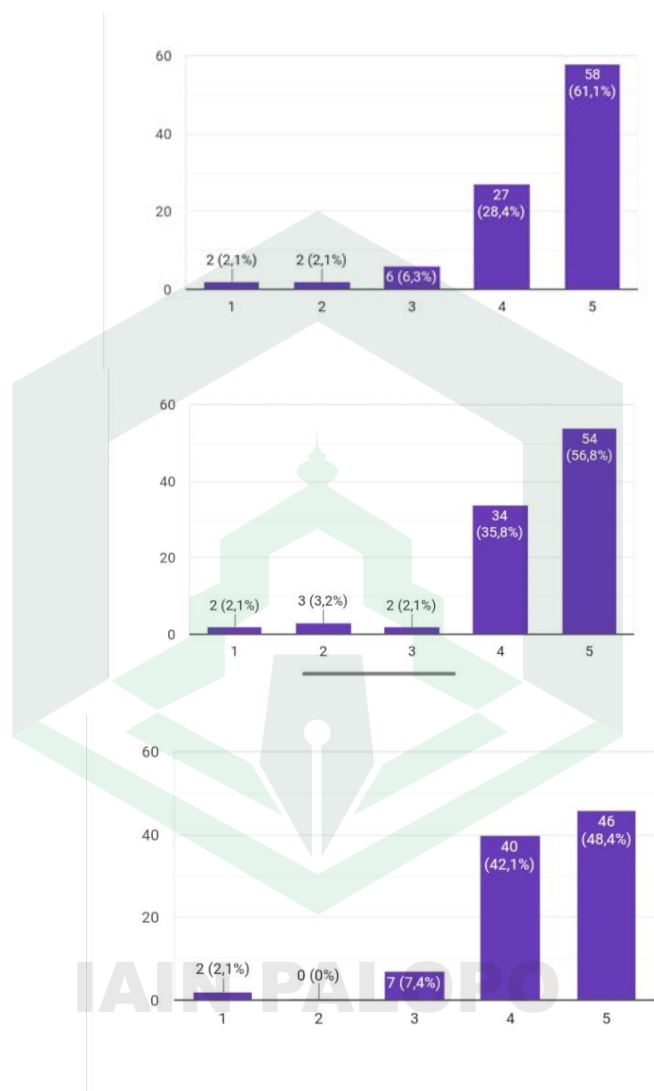


Gambar 4.1 diagram persentase indikator keamanan sistem *M-banking*

(google form kuesioner penelitian)

Pada gambar 4.1 menampilkan persentase indikator keamanan sistem *mobile banking* yang diambil dari hasil penyebaran kuesioner. Indikator keamanan sistem ini memiliki 3 pernyataan, dari ketiga diagram persentase pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa indikator keamanan sistem *mobile*

banking berpengaruh sebanyak 38,9% diambil dari persentase terendah ketiga pernyataan tersebut.

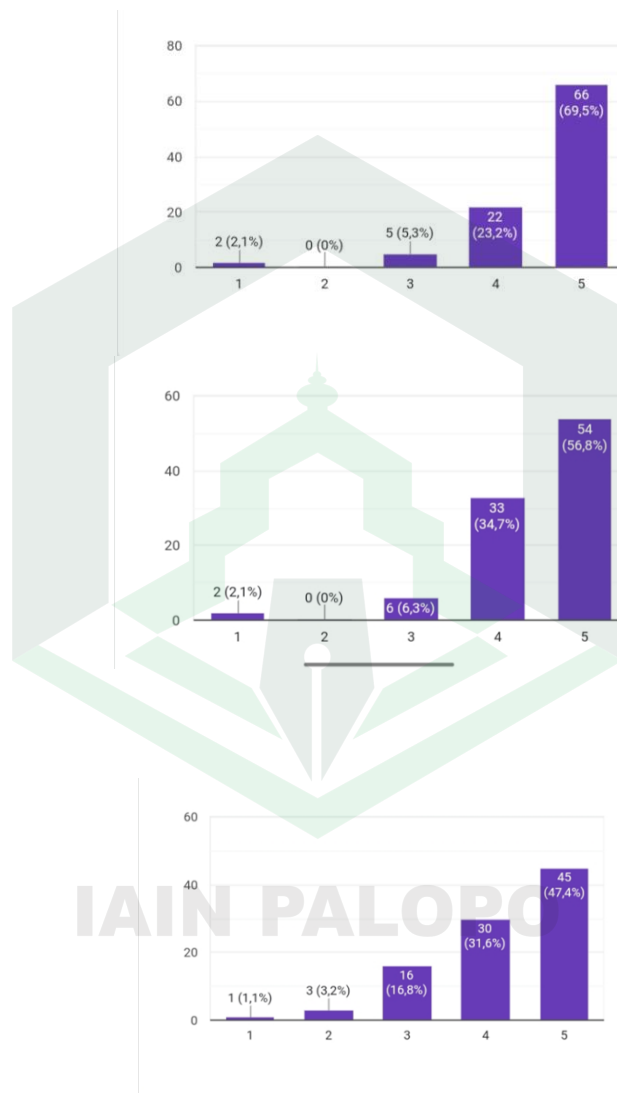


Gambar 4.2 diagram persentase indikator kemudahan penggunaan layanan *M-banking*

(Sumber: google form kuesioner penelitian)

Pada gambar 4.2 menampilkan persentase indikator kemudahan penggunaan layanan *mobile banking* yang diambil dari hasil penyebaran kuesioner. Indikator ini memiliki 3 pernyataan, dari ketiga diagram persentase

pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa indikator kemudahan penggunaan layanan *mobile banking* berpengaruh sebanyak 48,4%, diambil dari persentase ter-rendah ketiga pernyataan.

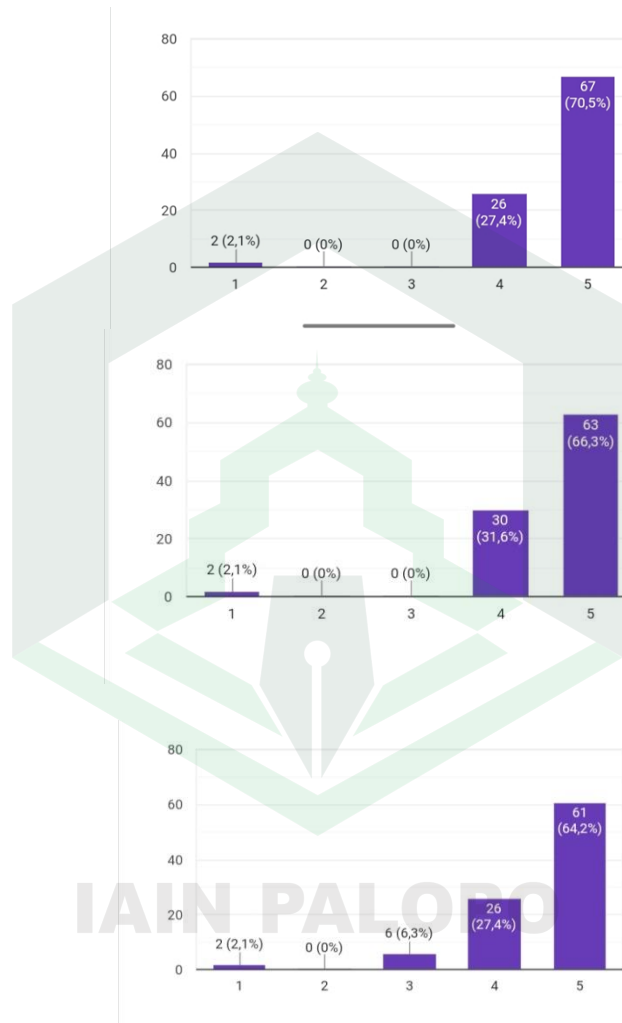


Gambar 4.3 diagram persentase indikator kredibilitas dari layanan *M-banking*

(Sumber: google form kuesioner penelitian)

Pada gambar 4.3 menampilkan persentase indikator kredibilitas dari layanan *mobile banking* yang diambil dari hasil penyebaran kuesioner.

Indikator ini memiliki 3 pernyataan, dari ketiga diagram persentase pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa indikator kredibilitas dari layanan *mobile banking* berpengaruh sebanyak 47,4%, diambil dari persentase ter-rendah ketiga pernyataan.



Gambar 4.4 diagram persentase indikator kecepatan layanan *M-banking*

(Sumber: google form kuesioner penelitian)

Pada gambar 4.4 menampilkan persentase indikator kecepatan layanan *mobile banking* yang diambil dari hasil penyebaran kuesioner. Indikator ini

memiliki 3 pernyataan, dari ketiga diagram persentase pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa indikator kecepatan layanan *mobile banking* berpengaruh sebanyak 64,2%, diambil dari persentase ter-rendah ketiga pernyataan.

2. Uji Validitas

Pengujian validitas dilakukan dengan menghitung korelasi antara masing-masing pernyataan atau indikator dengan skor total menggunakan korelasi *Product Moment* (r).⁷⁰ Instrument penelitian dikatakan valid apabila $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ pada taraf signifikan 5%.

Hasil uji validasi kuesioner variabel X dan variabel Y penelitian adalah sebagai berikut:

Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas

Variabel X (Kualitas Layanan Mobile Banking)			
No. Butir Soal	R_{hitung}	R_{tabel} (5%)	Kriteria
1	0,638	0,202	Valid
2	0,716	0,202	Valid
3	0,636	0,202	Valid
4	0,777	0,202	Valid
5	0,793	0,202	Valid
6	0,693	0,202	Valid
7	0,814	0,202	Valid
8	0,808	0,202	Valid

⁷⁰ Sofiyan Siregar, *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif*, (Bumi Aksara, 2014)

9	0,529	0,202	Valid
10	0,778	0,202	Valid
11	0,777	0,202	Valid
12	0,767	0,202	Valid

Variabel Y (Kepuasan Nasabah)

No. Butir Soal	R _{hitung}	R _{tabel (5%)}	Kriteria
1	0,678	0,202	Valid
2	0,685	0,202	Valid
3	0,732	0,202	Valid
4	0,622	0,202	Valid
5	0,786	0,202	Valid
6	0,736	0,202	Valid
7	0,762	0,202	Valid
8	0,755	0,202	Valid

Sumber : Diolah menggunakan SPSS 22 2022

3. Uji Reliabilitas

Dalam spss disediakan kemudahan untuk menghitung ukuran reliabilitas dengan uji statistic. Adapun untuk menguji reliabilitas digunakan uji Cronbach Alpha. Dimana suatu variabel dinyatakan reliable jika Cronbach Alpha rhitung > 0,6.

Cronbach Alpha merupakan koefisien reliabilitas yang memperlihatkan sebanyak apa nilai positif titik-titik (elemen) dari suatu himpunan. Cronbach Alpha menjumlahkan kolerasi silang antar titik-titik

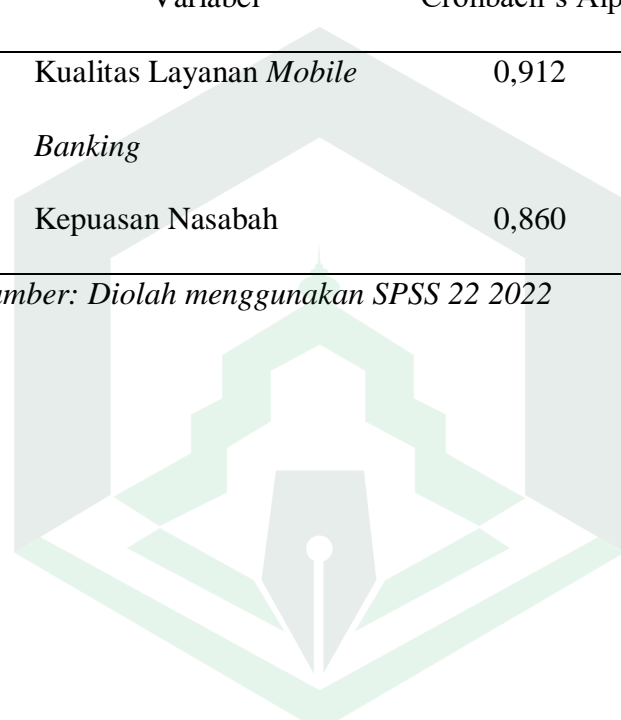
yang menguji rancangan. Makin mendekati Cronbach's Alpha ke 1, makin besar konsistensi internal. Diketahui tingkat kepercayaan kurang dari 0,60 dianggap buruk, tingkat kepercayaan 0,70 diterima, dan 0,80 tingkat kepercayaan baik.

Hasil uji reliabilitas:

Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas

No.	Variabel	Cronbach's Alpha	Kriteria
1	Kualitas Layanan <i>Mobile Banking</i>	0,912	Reliabel
2	Kepuasan Nasabah	0,860	Reliabel

Sumber: Diolah menggunakan SPSS 22 2022



IAIN PALOPO

4. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Dalam Penelitian ini metode yang digunakan untuk uji normalitas data yaitu metode Kolmogorov-smirnov dan Normal P-P Plot of Regression Standarized Residual. Kriteria pengujian Kolmogorov-Smirnov, jika signifikansi $> 0,05$ maka berdistribusi normal dan jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka data tidak berdistribusi normal.

Berikut ini hasil uji normalitas dengan menggunakan SPSS 22

Tabel 4.6 Hasil Uji Normalitas Data

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		95
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	3,04938373
	Absolute	,131
Most Extreme Differences	Positive	,092
	Negative	-,131
Kolmogorov-Smirnov Z		1,273
Asymp. Sig. (2-tailed)		,078

a. Test distribution is Normal.

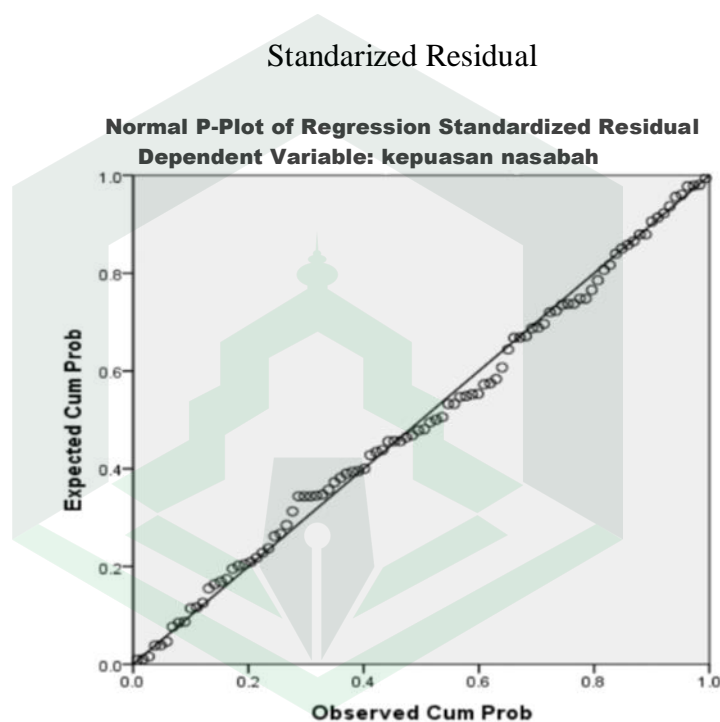
b. Calculated from data.

Sumber : Output SPSS 22 2022

Tabel diatas menunjukkan hasil uji normalitas dengan metode *One Sample Kolmogorov Smirnov*, (Asymp Sig 2-tailed). Nilai signifikansi $> 0,05$ data berdistribusi normal, diketahui hasil uji normalitas data sebesar 0,078. Hal ini menunjukkan nilai signifikansi $0,078 > 0,05$ sehingga kesimpulan data berdistribusi normal.

Hasil Uji Normalitas dengan Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual, jika titik menyebar disekitar garis diagonal, maka dapat disimpulkan bahwa data telah berdistribusi dengan normal. Sebaliknya, jika titik tidak menyebar disekitar garis diagonal, maka data tidak berdistribusi normal.

Gambar 4.5 Hasil Uji Normalitas Dengan Normal P-P Plot of Regression



Sumber: Output SPSS V 20

Pada gambar diatas dapat dilihat bahwa titik-titik menyebar mengikuti Normal P-Plot of Regression Standardized Residual Dependent Variable: kepuasan nasabah garis diagonal, hal ini menunjukkan bahwa data berdistribusi dengan normal.

b. Uji Linearitas

Uji linearitas adalah uji yang digunakan untuk mengetahui hubungan antar variabel dependen dan independen. Uji ini melihat apabila nilai *deviation from linearity* $> 0,05$ maka terdapat hubungan linear. Sebaliknya, apabila nilai *deviation from linearity* $< 0,05$ maka tidak terdapat hubungan yang linear.

Tabel 4.7 Hasil Uji Linearitas

			ANOVA Table				
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
kepuasan nasabah *		(Combined)	1879,811	18	104,434	14,569	,000
Kualitas layanan	Between Groups	Linearity	1550,508	1	1550,508	216,306	,000
Mobile Banking	Deviation from Linearity		329,303	17	19,371	2,702	,418
	Within Groups		544,778	76	7,168		
	Total		2424,589	94			

Sumber: Output SPSS 22 2022

Berdasarkan pengujian yang telah dilakukan, diketahui bahwa nilai *Deviation from Linearity* adalah 0,418. Dengan demikian, terdapat hubungan linear, karena memiliki nilai *Deviation from Linearity* lebih besar dari 0,05 atau $0,418 > 0,05$.

5. Analisis Regresi Linear Sederhana

Untuk menguji apakah variabel (X) berpengaruh pada variabel (Y), dilakukan analisis regresi linear sederhana sebagai berikut:

Tabel 4.8 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	6.769	2.277		2.972	.004
Kualitas Layanan Mobile Banking	.545	.043	.798	12.717	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber: Output SPSS 22 2022

Menurut hasil tabel diatas, maka diperoleh persamaan regresi:

$$Y = a + bx$$

$$= 6,769 + 0,545x$$

Berdasarkan uraian persamaan linear dapat dijelaskan mengenai hasil:

- a. Nilai konstanta sebesar 6,769 artinya, jika nilai kualitas layanan *mobile banking* sebelum di pengaruhi oleh variabel Kepuasan Nasabah adalah positif.
- b. Tingkat koefisien regresi sebesar 0,545 menunjukkan bahwasanya apabila responden positif atas variabel kualitas layanan *mobile banking* dan signifikan artinya, semakin tinggi dan positif nilai koefisien variabel

kualitas layanan *mobile banking* maka semakin kuat pengaruhnya terhadap variabel kepuasan nasabah.

6. Uji Hipotesis

a. Uji signifikansi individual (Uji t-Statistik)

Adapun hasil uji signifikansi individual (uji t-statistik) yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.9 Hasil Uji Parsial (uji t)

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	6.769	2.277		2.972	.004
Kualitas Layanan Mobile Banking	.545	.043	.798	12.717	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber: Output SPSS 22 2022

Pengujian dilakukan dengan menggunakan uji t dengan $df = n-2$ ($95-2 = 93$) atau $df = 93$ orang untuk pengujian, dengan taraf signifikansi 5% atau 0,05. Kemudian diperoleh $t_{tabel} 1,985$.

Berdasarkan tabel *coefficients* diatas dapat diketahui bahwa nilai $t_{hitung} 12,717 > t_{tabel} 1,985$, sehingga dapat dikatakan variabel kualitas layanan *mobile banking* (X) berpengaruh positif terhadap variabel kepuasan nasabah (Y) pada tingkat signifikansi yang diperoleh sebesar 0,000 dimana nilai tersebut lebih kecil dari 0,05 atau $0,000 < 0,05$, sehingga dinyatakan ada pengaruh signifikan secara parsial antara variabel kualitas layanan *mobile*

banking dengan variabel kepuasan nasabah. Oleh karena itu, H_1 diterima yang artinya variabel kualitas layanan *mobile banking* berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan nasabah.

b. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk melihat sejauh mana variabel bebas dapat menjelaskan variabel terikat. Hasil uji koefisien determinasi (r^2) sebagai berikut:

Tabel 4.10 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.798 ^a	.637	.633	3.073

a. Predictors: (Constant), Kualitas Layanan Mobile Banking

b. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber : Output SPSS 22 2022

Melihat r^2 dari output model ringkasan, didapat bahwa nilai r^2 adalah 0,637. Untuk mengetahui pengaruh variabel kualitas layanan *mobile banking* terhadap kepuasan nasabah Bank BSI kcp Palopo maka akan dihitung hasil r^2 dengan menggunakan rumus:

$$\begin{aligned}
 KD &= r^2 \times 100\% \\
 &= 0,637 \times 100\% \\
 &= 63,7\%
 \end{aligned}$$

Berdasarkan tabel dan hasil perhitungan menggunakan rumus di atas, nilai korelasi x dan y adalah 79,8%. Selain itu, variabel kualitas layanan *mobile banking* (x) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah (y) adalah 63,7% dan $100\% - 63,7\% = 36,3\%$ model regresi ini dipengaruhi oleh variabel lain. Besarnya variabel dipengaruhi variabel lain, dikenal dengan error (e).



IAIN PALOPO

B. Pembahasan

Dalam penelitian ini, hasilnya dimaknai untuk pernyataan rumusan masalah yang ada, apakah ada pengaruh kualitas layanan *mobile banking* terhadap kepuasan nasabah. Karena itu, penelitian ini memakai analisis regresi sederhana dan teknik pengumpulan data untuk melakukan penelitian kuantitatif. Dengan menyebarkan kuesioner dan memakai metode *non-probability sampling* dari teknik *accidental sampling*, peneliti memilih sampel secara tidak sengaja orang yang ditemuinya dengan kriteria (ciri-ciri) yang sesuai untuk dijadikan responden, yaitu nasabah Bank BSI KCP Ratulangi.

Penelitian yang dilakukan pada nasabah bank BSI KCP Ratulangi menentukan sampel dengan menggunakan rumus slovin sehingga didapatkan responden sebanyak 95 sampel, setelah penyebaran kuesioner kemudian dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas. Hasilnya dinyatakan valid dan reliable dengan 12 pernyataan untuk variabel kualitas layanan *mobile banking*, dan 8 pernyataan untuk variabel kepuasan nasabah, total pernyataan kuesioner yaitu 20 pernyataan yang telah diuji pada software *IBM SPSS Statistic 22 for window's*. Kuesioner yang valid dan reliabel diberikan kepada 95 responden, berasal dari bank BSI KCP Ratulangi yang memenuhi kriteria yang telah ditetapkan oleh peneliti. Gambaran dari hasil pengujian tersebut adalah uji validitas semua butir soal valid dengan tingkat signifikan 5%, dengan hasil sebesar 0,202. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa uji validitas dinyatakan valid. Kemudian pada uji reliabilitas diketahui variabel kualitas layanan *mobile banking* (X) sebesar 0,912, karena $r_{hitung} > 0,6$ atau $0,912 > 0,6$, maka

variabel ini reliabel. Reliabilitas variabel kepuasan nasabah (Y) adalah $0,860 > 0,6$ maka variabel ini reliabel. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa kedua variabel x dan y dari uji realibilitas pada penelitian ini reliabel.

Karakteristik responden pada penelitian ini terbagi menjadi beberapa bagian, karakteristik berdasarkan jenis kelamin, karakteristik berdasarkan umur, dan karakteristik berdasarkan pendidikan terakhir. Karakteristik berdasarkan jenis kelamin, diketahui dari 95 responden 77 menjawab berjenis kelamin perempuan, sisanya 18 menjawab berjenis kelamin laki-laki jadi dapat disimpulkan bahwa rata-rata nasabah bank BSI Ratulangi didominasi oleh perempuan. Karakteristik berdasarkan umur, hasil yang diperoleh menunjukkan 90 responden berumur 21 – 35 tahun, 4 responden berumur 18 – 20 tahun, 1 responden berumur 51 – 60 tahun, hal ini menunjukkan bahwa responden didominasi oleh umur 21 – 35 tahun. Selanjutnya karakteristik berdasarkan pendidikan terakhir, hasil menunjukkan 76 responden dengan jumlah persentase 80% didominasi oleh responden dengan pendidikan terakhir SMA, 13 % sarjana (12 responden), 3% diploma (3 responden), dan memilih lainnya sebanyak 1% (1 responden).

Analisis yang digunakan pada penelitian ini yaitu uji asumsi klasik yang turunannya dari uji normalitas dan uji linearitas. Hasil uji normalitas diperoleh nilai signifikansi 0,078 yang artinya 0,05 lebih kecil dari 0,078 atau $0,078 > 0,05$. Oleh karena itu, disimpulkan bahwa uji normalitas dalam penelitian ini berdistribusi normal. Kemudian uji linearitas menunjukkan bahwa *Deviation from Linearity Sig* lebih besar dari 0,05 yaitu 0,418 atau

0,418 > 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan linear antara variabel kualitas layanan *mobile banking* dengan variabel kepuasan nasabah.

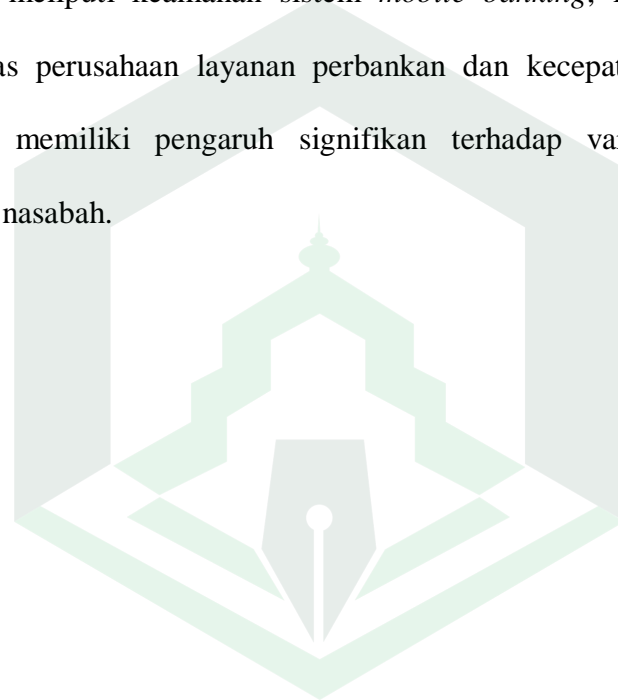
Hasil pengolahan dan analisis yang telah dilaksanakan dalam penelitian ini dengan menggunakan analisis regresi sederhana dan uji parsial, memberitahukan bahwa kualitas layanan *mobile banking* (X), mempengaruhi kepuasan nasabah (Y). Hasil pengujian dari tabel koefisien menunjukkan bahwa $t_{hitung} 12,717 > t_{tabel} 1,985$ yang berarti kualitas layanan *mobile banking* (X) berpengaruh positif terhadap variabel kepuasan nasabah (Y) dengan tingkat signifikansi $0,000 > 0,05$. Akibatnya H_1 diterima. Berdasarkan hasil tersebut, kualitas layanan *mobile banking* merupakan salah satu variabel yang mempengaruhi kepuasan nasabah. Semakin kuat pengaruh kepuasan nasabah maka semakin tinggi nilai kualitas layanan *mobile banking*.

Uji koefisien determinasi (R^2) menunjukkan bahwa nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,637 atau setara dengan 63,7%. Angka ini menyiratkan bahwa variabel bebas memberikan pengaruh kepada variabel terikat sebesar 63,7%. 36,3% sisanya hasil dari $100\% - 63,7\%$, dipengaruhi oleh variabel selain model regresi ini. Besar kecilnya dampak atau pengaruh dari variabel lain ini biasanya dikenal dengan error (e).

Penelitian ini berkaitan dengan penelitian yang dilakukan oleh Yeni Anda Dwinurpitasari, yang menyatakan dalam hasil penelitiannya bahwa terdapat pengaruh signifikan pada variabel kualitas layanan *mobile banking* terhadap kepuasan nasabah pada BRI Syariah KCP Ponorogo. Dengan nilai hasil uji t yang memperoleh nilai sig untuk variabel kualitas layanan *mobile*

banking sebesar $0,000 < 0,05$ ($\text{sig} < \alpha=5\%$) ini menunjukkan bahwa kualitas layanan *mobile banking* berpengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah.⁷¹

Sehingga dapat disimpulkan bahwa penelitian ini dengan menggunakan kualitas layanan *mobile banking* sebagai variabel bebas dengan indikator meliputi keamanan sistem *mobile banking*, kemudahan layanan, kredibilitas perusahaan layanan perbankan dan kecepatan, hasilnya semua indikator memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel terikat yaitu kepuasan nasabah.



IAIN PALOPO

⁷¹ Yeni Anda Dwinurpitasari, *Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Pada BRI Syariah KCP Ponorogo*, Skripsi: Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, (Agustus, 2019), h.177, <https://scholar.google.co.id>

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Sebagaimana ditunjukkan oleh hasil uraian penelitian pada pembahasan sebelumnya, beserta perolehan analisis data telah dilaksanakan, sehingga sampai pada keputusan-keputusan yang menyertainya yaitu, pada uji t parsial di ketahui bahwa kualitas layanan *mobile banking* (X) memiliki nilai signifikan $0,000 < 0,05$, dengan demikian H_1 diterima. Oleh karena itu bisa dijelaskan kualitas layanan *mobile banking* (X) berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah (Y) Bank BSI KCP Ratulangi dengan koefisien regresi t_{hitung} 12,717 dan t_{tabel} 1,985 dengan signifikansi $0,000 < 0,05$. Pada uji koefisien determinasi sebesar 0,637 atau 63,7% yang artinya kualitas layanan *mobile banking* (X) berpengaruh kepada kepuasan nasabah (Y) Bank BSI KCP Ratulangi dalam kategori 63,7% dan sisanya 36,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa layanan *mobile banking* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. dengan demikian diakhir skripsi ini, peneliti memberi pendapat, usul dan saran untuk berbagai pihak yang bersangkutan dalam penelitian ini yaitu, untuk kedepannya perkembangan *mobile banking* bank BSI diharapkan mampu memberikan kemudahan dan keamanan layanan yang lebih baik lagi serta

menambahkan sistem perlindungan atau garansi atas semua transaksi nasabah, karena mayoritas masyarakat masih meragukan keamanan dari sistem transaksi *online*. Kemudian untuk pihak yang ingin meneliti lebih lanjut, dapat menambahkan variabel lain yang dapat mempengaruhi kepuasan nasabah, karena dalam penelitian ini diketahui 36,3% faktor-faktor lain yang mempengaruhi kepuasan nasabah pada layanan *mobile banking*.



IAIN PALOPO

DAFTAR PUSTAKA

- Agung, Anak Agung Putu. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Malang: UB Press. 2012.
- Adya Barata, Atep. *Dasar-dasar Pelayanan Prima*. Jakarta: Elex Media Kompetindo. 2003.
- Arif, M Nur Rianto Al. *Dasar - Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung : Alfabeta. 2010.
- Bank Indonesia. *Pedoman Penerapan Manajemen Risiko Dalam Penggunaan Teknologi Informasi Oleh Bank Umum*. Direktorat Penelitian dan Pengaruh Perbankan. 2007.
- Duwi, Priyatno. *Mandiri Belajar Analisis Data dengan SPSS*. Jakarta: PT Buku Seru. 2013.
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011.
- Harlan, Johan. *Analisis Regresi Linear*. Depok: Gunadarma, 2018
- Kasmir. *Manajemen Perbankan*. Jakarta: Rajawali Pers, 2012
- Kasmir. *Etika Costumer Service*. Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2005.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga, 2009.
- Kurniawan, Robert. *Analisis Regresi Dasar Dan Penerapannya dengan R*. Jakarta: Kencana, 2016.
- Nasution, M. N. *Manajemen Mutu Terpadu (Total Quality Managemen)*. Jakarta: Ghalia Indonesia. 2000.

- Rangkuti, Freddy. *Customer Service Satisfaction & Call Center Berdasarkan Iso 9001*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2013.
- Riduwan. *Skala Pengukuran Variabel-variabel Penelitian*. Bandung: Alfabeta, 2011.
- Sekaran, Uma dan Roger Bogue. *Metode Penelitian untuk Bisnis*. Edisi 6, Jakarta: Salemba 4, 2017.
- Siregar, Sofyan. *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif*. Bumi Aksara, 2014.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Management*. Bandung: Alfabeta, 2014.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2015.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kualitas Kombinasi dan R&D, Edisi ke-3*. Bandung: Alfabeta, 2017.
- Subagio, Ahmad. *Marketing in Business (Usaha Mikro Kecil & Lembaga Keuangan Mikro)*. Jakarta: Mitra Wacana Media, 2010.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2015.
- Supriyono, Maryanto. *Buku Pintar Perbankan*. Yogyakarta: Andi, 2011.
- Tjiptono, Fandy. *Total Quality Manajemen*. Yogyakarta: Andi, 2003.
- Winarsunu, Tunu. *Statistika dalam Penelitian Psikologi dan Pendidikan*. Malang: Universitas Muhammadiyah Malang, 2006.
- Adela, Melfi. "Pengaruh Layanan M-Banking Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Bank BNI Syariah KCP Rajabasa)." *Skripsi. Metro: Program*

Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.(2020),
<https://repository.metrouniv.ac.id>

Ammirullah. "Populasi dan Sampel (pemahaman, jenis, dan teknik)." *Jurnal Metode Penelitian Manajemen*, (2015)
https://www.academia.edu/36541375/POPULASI_DAN_SAMPEL_pemahaman_jenis_dan_teknik

Dwinurpuspitasari, Yeni Anda. "Pengaruh Kualitas Layanan Dan Produk Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Pada BRI Syariah KCP Ponorogo." *Skripsi. Ponorogo: Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ponorogo*, (2019) <https://scholar.google.co.id>.

Hardiyanti, Efa, Jati handayani dan Totok Ismawanto. "Analisis Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk. Kantor Cabang Syariah Balikpapan." *Jurnal Tugas Akhir Mahasiswa Akuntansi Poltekba*, (2019) <https://scholar.google.co.id>

Khusna, Isroul. "Pengaruh Kualitas Layanan *Mobile Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah (studi kasus pada PT. Bank Rakuat Indonesia Syariah KC Manado-Tendean)." *Skripsi. Manado: Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Manado*, (2020) <https://repository.iainmanado.ac.id>

Lubis, Muhammad Vadly Azkar. "Analisis Minat Nasabah Pada Penggunaan Aplikasi BSI Mobile Dalam Upaya Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Pada Bank BSI KCP Rantauprapat." *Skripsi. Medan: Program Studi Ilmu*

Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sumatera Utara, (2021) <https://scholar.google.co.id>.

Musyawah, Nurdin Indah, Nurfitriani dan Abdullah Jalil. "Pengaruh Pelayanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Palu." *Jurnal Ilmu Perbankan dan Keuangan Syariah*, (2020), Vol.2 No 1. <https://scholar.google.co.id>

Nurahmadi Harish, Irfan. "Pengaruh Kepercayaan Nasabah dan Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah". *Skripsi. Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah*, (2017).

Podo, Faisal. "Layanan Dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Mandiri Kota palopo." *Skripsi. Palopo: Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam STAIN Palopo*, (2016).

Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah. "Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai Himpunan." *Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset, (2013).

Wahyuningsih, Nining, dan Nurul Janah. "Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Menggunakan Internet Banking Pada Bank Muamalat." *Jurnal Al - Amwal*, (2018) Vol. 10 No. 2. <http://syekhnurjati.ac.id>

Wardhana, Aditya. "Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking (*M-Banking*) Terhadap Kepuasan Nasabah Di Indonesia". *DeReMa Jurnal Manajemen*, Vol 10 No. 2.

Windarti. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah Pada

PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Utama (KCU)."

Jurnal Ekonomi Dan Informasi Akuntansi (JENIUS), (2012), 2(1) 4.

Boby. 2021. *Apa Itu MBanking? Ini Penjelasan, Fungsi dan Cara Kerjanya.*

<https://lifepal.co.id/media/banyak-digunakan-orang-sudah-tahu-kelebihan-dan-kekurangan-m-banking-ini/>

PT Bank Rakyat Indonesia. 2010. *Laporan Keuangan Tahunan Bank Rakyat*

Indonesia (Jakarta: PT BRI)

Bank Syariah Indonesia. <https://www.bankbsi.co.id>.

Shinhan Bank. *Pengertian Mobile Banking.* <https://www.shinhan.co.id>



IAIN PALOPO



L A M P I R A N

IAIN PALOPO

Lampiran 1 Izin Penelitian



PEMERINTAH KOTA PALOPO
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
Alamat : Jl. R. H.M. Hasyim No 5 Kota Palopo - Sulawesi Selatan Telpn : (0471) 326048

ASLI

IZIN PENELITIAN
NOMOR 599/IP/DPMP/PTSP/VI/2022

DASAR HUKUM :

1. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2019 tentang Sistem Nasional Ilmu Pengetahuan dan Teknologi.
2. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja.
3. Peraturan Mendagri Nomor 3 Tahun 28 tentang Penerbitan Surat Keterangan Penelitian
4. Peraturan Walikota Palopo Nomor 23 Tahun 2016 tentang Penyederhanaan Perizinan dan Non Perizinan di Kota Palopo.
5. Peraturan Walikota Palopo Nomor 34 Tahun 2019 tentang Pen dele gasian Kewenangan Penyelenggaraan Perizinan dan Nonperizinan Yang Menjadi Urusan Pemerintah Kota Palopo dan Kewenangan Perizinan dan Nonperizinan Yang Menjadi Urusan Pemetintah Yang Diberikan Pempwhan Wewenang Walikota Palopo Kepada Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Palopo

MEMBERIKAN IZIN KEPADA

Nama : YUVITA SAVITRI
Jenis Kelamin : Perempuan
Alamat : Jl. Kuala Lumpur Kota Palopo
Pekerjaan : Mahasiswa
NIM : 18 0402 0207

Maksud dan Tujuan mengadakan penelitian dalam rangka penulisan Skripsi dengan Judul :

PENGARUH KUALITAS LAYANAN MOBILE BANKING TERHADAP KEPUASAN NASABAH

Lokasi Penelitian : BANK SYARIAH INDONESIA KCP PALOPO RATULANGI
Lamanya Penelitian : 10 Juni 2022 s.d 10 Juli 2022

DENGAN KETENTUAN SEBAGAI BERIKUT :

1. Sebelum dan sesudah melaksanakan kegiatan penelitian kiranya melapor pada Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Palopo.
 2. Menaati semua peraturan perundang-undangan yang berlaku, serta menghormati Adat Istiadat setempat
 3. Penelitian tidak menyimpang dan maksud izin yang diberikan
 4. Menyerahkan 1 (satu) exemplar foto copy hasil penelitian kepada Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Palopo
 5. Surat Izin Penelitian ini dinyatakan tidak berlaku, bilamana pemegang izin ternyata tidak menaati ketentuan-ketentuan tersebut di atas
- Demikian Surat Izin Penelitian ini diterbitkan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Diterbitkan di Kota Palopo
Pada tanggal 10 Juni 2022
Kepala Dinas Penanaman Modal dan PTSP
Kepala Bidang Pengkajian dan Pemrosesan Perizinan PTSP
ERICK K. SIGA, S.Sos
Pangreh Penata-Tk I
NIP. 19830414 200701 1 005

Tembusan

1. Kepala Badan Kelembang Univ. Sul-Sel
2. Walikota Palopo
3. Dandim 1403 SWU
4. Kaprovis Palopo
5. Kepala Badan Penelitian dan Pengembangan Kota Palopo
6. Kepala Badan Kelembang Kota Palopo
7. Instansi terkait tempat dilaksanakan penelitian

Lampiran 2 Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN**PETUNJUK PENGISIAN**

1. Pilihlah salah satu jawaban yang sesuai dengan pendapat bapak/ibu/saudara/i.

adapun kriteria jawabannya sebagai berikut:

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

N : Netral

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

2. Dan diharapkan tidak ada satu nomor pun yang terlewatkan dalam mengisi skala ini.

3. Gunakan tanda (\checkmark) untuk jawaban yang anda pilih.

BAGIAN I (Identitas Responden)

1. Nama :

2. Jenis Kelamin :

3. Umur :

4. Pendidikan Terakhir :

5. Apakah anda Nasabah Bank BSI KCP Ratulangi ?

Ya

Tidak

6. Apakah anda Pengguna aplikasi BSI Mobile ?

Ya

Tidak

BAGIAN II**Variabel X (Kualitas Layanan *Mobile Banking*)**

Keamanan Sistem <i>Mobile Banking</i>						
No.	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1.	Dengan menggunakan BSI <i>Mobile</i> nomor rekening dan password nasabah akan terjamin keamanannya					
2.	BSI <i>Mobile</i> memberikan keamanan transaksi yang dilakukan					
3.	BSI <i>Mobile</i> lebih aman dibandingkan dengan layanan bank lainnya					
Kemudahan Penggunaan Layanan <i>Mobile Banking</i>						
No.	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1.	BSI <i>Mobile</i> dapat dilakukan kapanpun dan dimanapun					
2.	Kemudahan transaksi menggunakan BSI <i>Mobile</i> sangat baik					
3.	BSI <i>mobile</i> menyediakan informasi yang nasabah perlukan secara lengkap dan cukup jelas					
Kredibilitas dari Layanan <i>Mobile Banking</i>						

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1.	BSI <i>mobile</i> tidak mengandung unsur penipuan dalam melakukan transaksi					
2.	BSI <i>mobile</i> memberikan keamanan data transaksi yang dilakukan					
3.	Bank menanggung dan merespon kerugian nasabah apabila terjadi kesalahan pada layanan BSI <i>mobile</i>					
Kecepatan Layanan <i>Mobile Banking</i>						
No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1.	Menggunakan BSI <i>mobile</i> dapat menghemat waktu transaksi					
2.	Dengan menggunakan BSI <i>mobile</i> kebutuhan transaksi yang mendesak dapat teratasi					
3.	BSI <i>mobile</i> dapat diakses dengan cepat					

Variabel Y (Kepuasan Nasabah)

No.	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1.	Saya percaya dengan teknologi yang digunakan bank dalam layanan <i>mobile banking</i> -nya					
2.	Saya merasa puas dengan keakuratan					

	layanan <i>mobile banking</i> dalam memberikan informasi yang sesuai dengan yang saya inginkan					
3.	Saya merasa puas dengan kecepatan dan kemudahan saat bertransaksi menggunakan aplikasi <i>mobile banking</i>					
4.	Aplikasi <i>mobile banking</i> sangat menjaga keamanan data transaksi saya					
5.	Aplikasi <i>mobile banking</i> memberikan jaminan keamanan tidak adanya manipulasi informasi yang diterima nasabah					
6.	Saya merasa puas dengan ketepatan aplikasi <i>mobile banking</i> dalam memberikan catatan transaksi saya					
7.	Saya merasa puas dengan segala layanan yang ada di aplikasi <i>mobile banking</i>					
8.	Aplikasi <i>mobile banking</i> ini sesuai dengan harapan saya					

Lampiran 3 Data Responden

Variabel X (Kualitas layanan *Mobile Banking*)

No.	Butir. 1	Butir. 2	butir. 3	butir 4	Butir 5	butir 6	butir 7	butir 8	butir 9	butir 10	butir 11	butir 12	total
1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	58
2	3	4	3	5	4	4	4	3	3	4	4	4	45
3	5	5	4	5	5	5	5	5	3	5	5	5	57
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	49
5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	49
6	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	52
7	5	5	4	4	4	3	4	4	4	5	5	5	52
8	2	2	2	4	2	5	5	5	4	5	5	4	45
9	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	59
10	4	4	3	5	4	4	4	4	4	5	5	5	51
11	5	5	3	5	5	4	5	4	3	5	5	4	53
12	5	5	4	5	5	5	5	5	3	5	5	5	57
13	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	5	49
14	3	4	4	5	4	3	4	4	4	5	4	4	48
15	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	58
16	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	58
17	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	57
18	4	5	3	5	4	5	5	5	5	5	5	5	56
19	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	45
20	3	4	4	5	5	4	5	5	3	5	5	5	53
21	5	4	3	5	4	5	4	4	4	5	5	4	52
22	3	5	3	5	5	5	5	3	3	4	4	4	49
23	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12
24	4	5	4	5	5	4	5	4	3	5	5	5	54
25	4	4	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	44
26	4	4	5	5	4	4	4	4	3	5	5	4	51
27	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	50
28	5	5	3	4	4	4	4	4	5	5	5	5	53
29	4	4	4	5	5	4	5	5	3	5	5	5	54
30	1	1	2	1	1	1	1	1	3	1	1	1	15
31	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
32	5	5	3	5	5	5	5	5	4	5	5	5	57
33	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
34	4	4	4	4	5	3	4	4	3	4	4	4	47
35	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	59
36	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	56

78	2	2	2	4	5	5	5	4	3	5	5	3	45
79	2	2	2	2	2	5	5	5	5	5	5	5	45
80	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
81	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	57
82	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	47
83	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	56
84	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	55
85	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
86	2	2	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	53
87	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
88	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
89	2	2	3	4	5	4	5	5	4	5	5	5	49
90	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	58
91	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	56
92	1	1	1	2	2	5	5	5	5	5	5	5	42
93	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	56
94	3	3	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	54
95	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60

Variabel Y (Kepuasan Nasabah)

No.	Butir.13	Butir.14	Butir.15	Butir 16	Butir 17	Butir 18	Butir 19	Butir 20	total
1	4	5	5	4	5	5	5	4	37
2	4	4	5	5	4	4	3	4	33
3	3	5	4	5	4	3	5	5	34
4	4	4	5	5	5	5	5	5	38
5	4	4	4	4	4	4	4	4	32
6	5	4	4	5	4	4	5	4	35
7	3	4	5	5	4	4	5	5	35
8	2	2	4	5	4	4	5	5	31
9	5	5	5	5	5	5	5	5	40
10	4	4	5	5	3	3	5	5	34
11	5	5	4	5	3	5	5	4	36
12	5	5	5	4	4	5	5	5	38
13	3	4	4	4	3	4	5	5	32
14	2	4	5	4	3	4	5	5	32
15	5	5	4	5	5	4	5	5	38
16	5	4	4	5	5	4	5	5	37
17	3	4	4	4	3	5	5	5	33
18	4	5	4	5	4	4	5	5	36
19	4	4	4	3	3	4	4	4	30

Lampiran 4 Hasil Output SPSS Versi 22 Uji Penelitian

Hasil Uji Analisis Regresi Linear Sederhana

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	6.769	2.277		2.972	.004
Kualitas Layanan Mobile Banking	.545	.043	.798	12.717	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Hasil Uji Statistik (Uji-t)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	6.769	2.277		2.972	.004
Kualitas Layanan Mobile Banking	.545	.043	.798	12.717	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.798 ^a	.637	.633	3.073

a. Predictors: (Constant), Kualitas Layanan Mobile Banking

b. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

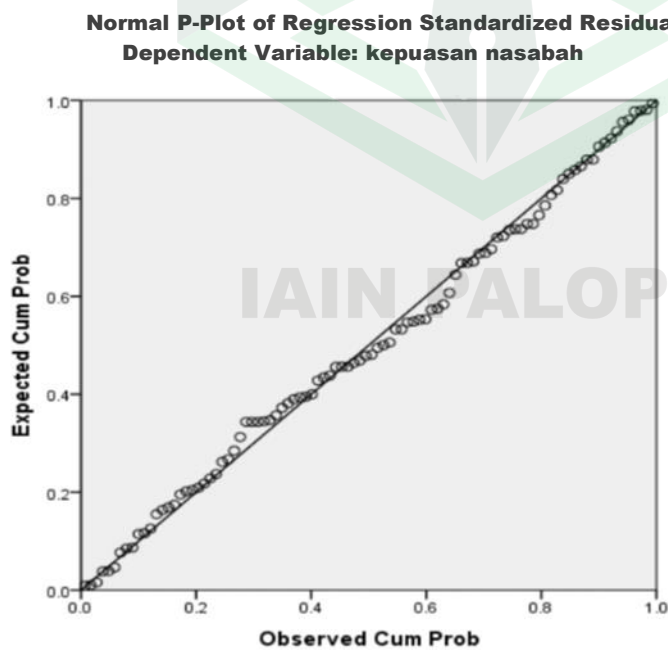
Hasil Uji Normalitas Data

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		95
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	3,04938373
	Absolute	,131
Most Extreme Differences	Positive	,092
	Negative	-,131
Kolmogorov-Smirnov Z		1,273
Asymp. Sig. (2-tailed)		,078

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Hasil Uji Normalitas Dengan Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Hasil Uji Linearitas

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
kepuasan nasabah *	(Combined)		1879,811	18	104,434	14,569	,000
Kualitas layanan	Between Groups	Linearity	1550,508	1	1550,508	216,306	,000
Mobile Banking	Within Groups	Deviation from Linearity	329,303	17	19,371	2,702	,418
Total			2424,589	94	7,168		

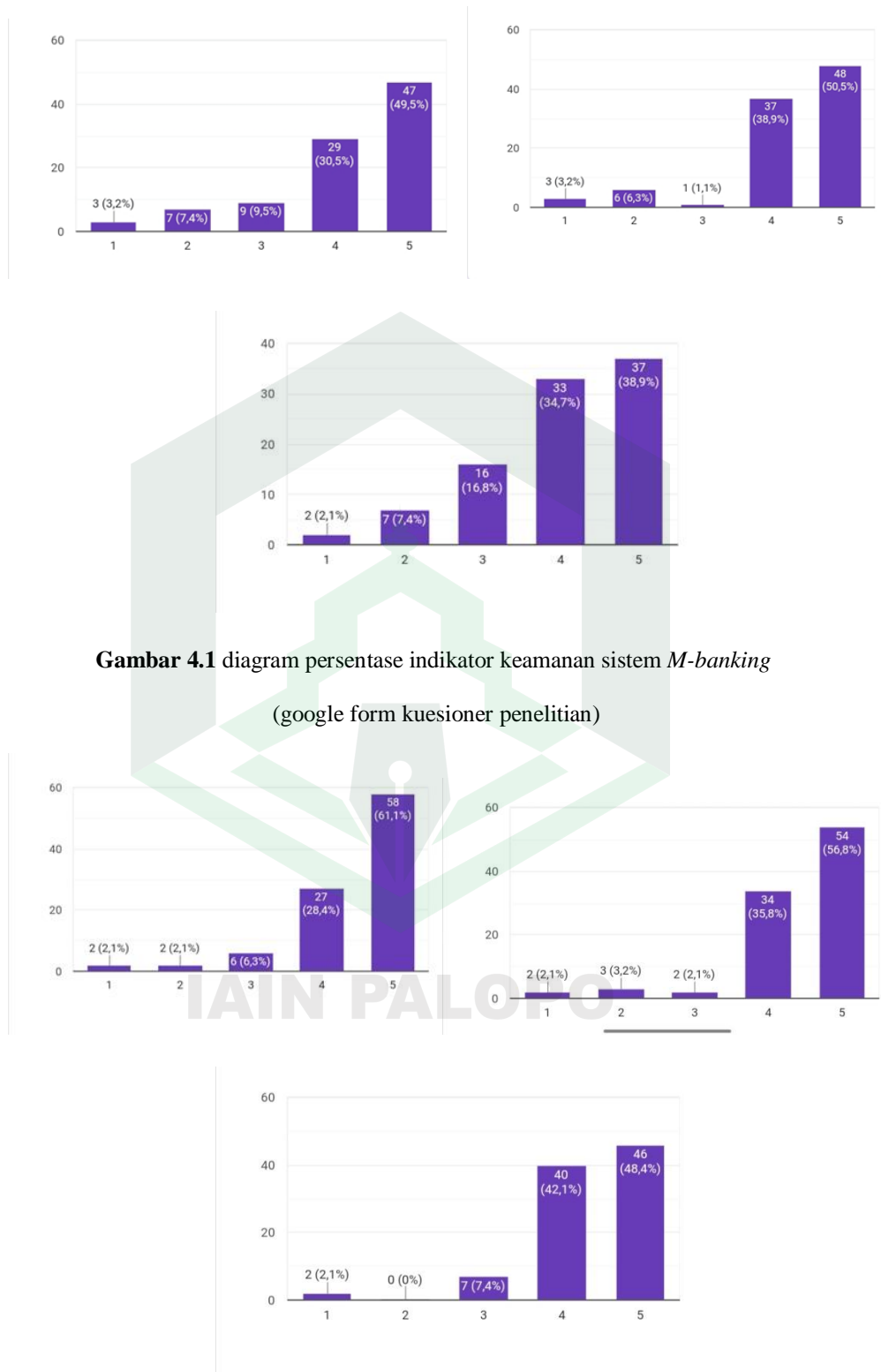


IAIN PALOPO

Lampiran 5 Titik Persentase Distribusi T (df = 81 – 120) Yang Digunakan Pada Uji Parsial (Uji T)

Pr df	0.25 0.50	0.10 0.20	0.05 0.10	0.025 0.050	0.01 0.02	0.005 0.010	0.001 0.002
81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135
84	0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327
91	0.67720	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731
97	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639
98	0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549
99	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17460
100	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374
101	0.67693	1.28999	1.66008	1.98373	2.36384	2.62539	3.17289
102	0.67690	1.28991	1.65993	1.98350	2.36346	2.62489	3.17206
103	0.67688	1.28982	1.65978	1.98326	2.36310	2.62441	3.17125
104	0.67686	1.28974	1.65964	1.98304	2.36274	2.62393	3.17045
105	0.67683	1.28967	1.65950	1.98282	2.36239	2.62347	3.16967
106	0.67681	1.28959	1.65936	1.98260	2.36204	2.62301	3.16890
107	0.67679	1.28951	1.65922	1.98238	2.36170	2.62256	3.16815
108	0.67677	1.28944	1.65909	1.98217	2.36137	2.62212	3.16741
109	0.67675	1.28937	1.65895	1.98197	2.36105	2.62169	3.16669
110	0.67673	1.28930	1.65882	1.98177	2.36073	2.62126	3.16598
111	0.67671	1.28922	1.65870	1.98157	2.36041	2.62085	3.16528
112	0.67669	1.28916	1.65857	1.98137	2.36010	2.62044	3.16460
113	0.67667	1.28909	1.65845	1.98118	2.35980	2.62004	3.16392
114	0.67665	1.28902	1.65833	1.98099	2.35950	2.61964	3.16326
115	0.67663	1.28896	1.65821	1.98081	2.35921	2.61926	3.16262
116	0.67661	1.28889	1.65810	1.98063	2.35892	2.61888	3.16198
117	0.67659	1.28883	1.65798	1.98045	2.35864	2.61850	3.16135
118	0.67657	1.28877	1.65787	1.98027	2.35837	2.61814	3.16074
119	0.67656	1.28871	1.65776	1.98010	2.35809	2.61778	3.16013
120	0.67654	1.28865	1.65765	1.97993	2.35782	2.61742	3.15954

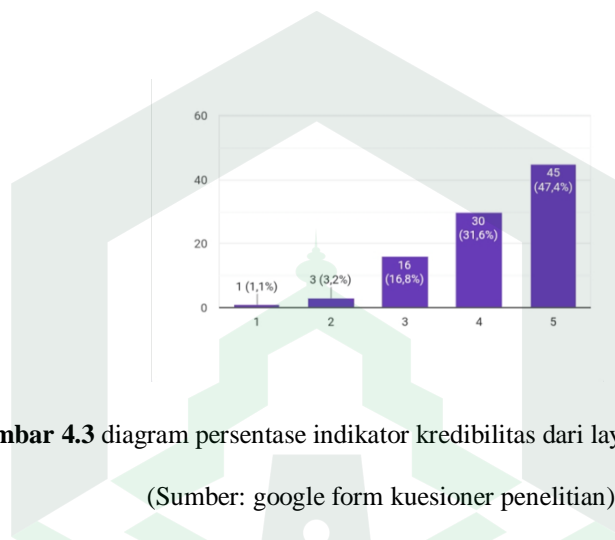
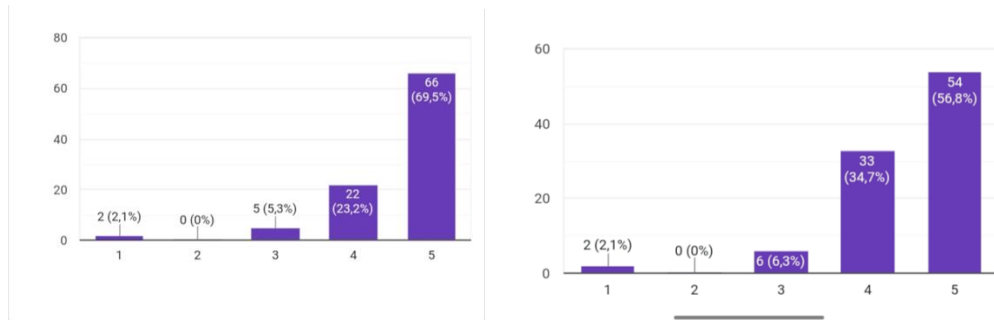
Lampiran 6 Diagram Persentase Pengaruh Tiap Indikator



Gambar 4.1 diagram persentase indikator keamanan sistem *M-banking* (google form kuesioner penelitian)

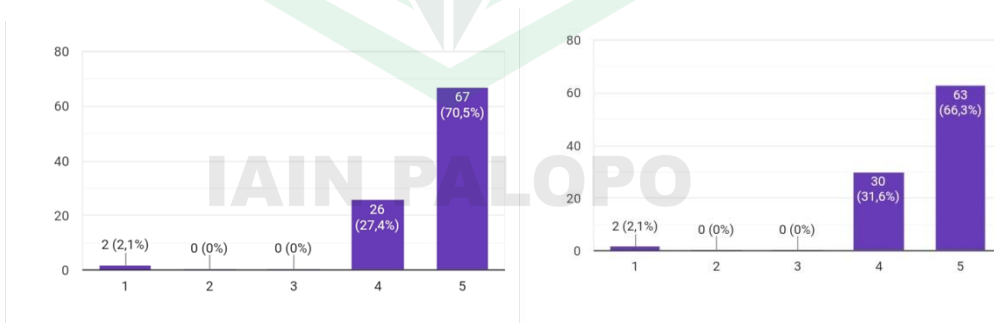
Gambar 4.2 diagram persentase indikator kemudahan penggunaan layanan *M-banking*

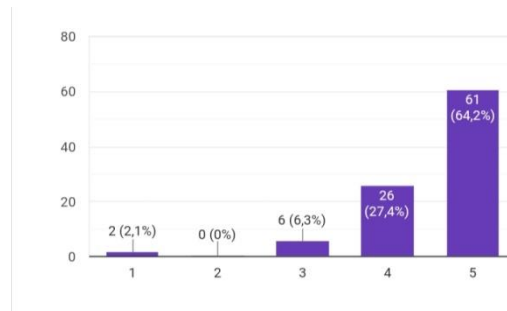
(Sumber: google form kuesioner penelitian)



Gambar 4.3 diagram persentase indikator kredibilitas dari layanan *M-banking*

(Sumber: google form kuesioner penelitian)





Gambar 4.4 diagram persentase indikator kecepatan layanan *M-banking*

(Sumber: google form kuesioner penelitian)



IAIN PALOPO

RIWAYAT HIDUP



Yuvita Savitri, lahir di Wonorejo pada tanggal 20 Mei 2000. Penulis merupakan anak pertama dari 3 bersaudara dari pasangan seorang ayah bernama Sriono dan Ibu bernama Elis Sunarya. Saat ini penulis bertempat tinggal di Desa Wonorejo Timur, Kec. Mangkutana, Kab. Luwu Timur. Pendidikan dasar penulis di SDN 147 Wonorejo, diselesaikan pada tahun 2012 kemudian di Tahun yang sama menempuh pendidikan di SMPN 1 Mangkutana, hingga tahun 2015. Kemudian pada tahun 2015 melanjutkan pendidikan di SMAN 4 Luwu Timur dengan mengambil jurusan IPA. Setelah lulus ditahun 2018 penulis melanjutkan pendidikan di Bidang yang ditekuni yaitu di Prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo.

Contact Person Penulis : yuvitasavitri20@gmail.com