

SKRIPSI

**ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN M-BANKING BRIMO
DALAM BERTRANSAKSI DI E-COMMERCE SHOPEE
(STUDI PADA MAHASISWA PERBANKAN
SYARIAH IAIN PAREPARE)**



OLEH:

**AHMAD FAUZAN SULWAN
19.2300.025**

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

2024

HALAMAN JUDUL

**ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN M-BANKING BRIMO
DALAM BERTRANSAKSI DI E-COMMERCE SHOPEE
(STUDI PADA MAHASISWA PERBANKAN
SYARIAH IAIN PAREPARE)**



OLEH:

**AHMAD FAUZAN SULWAN
NIM: 19.2300.025**

Skripsi sebagai Salah Satu Syarat untuk Memenuhi Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)
pada Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut
Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare

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

2024

PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING

Judul Skripsi : Analisis Kepuasan Pelanggan M-Banking
BRIMO dalam bertransaksi di E-Commerce
Shopee (Studi Pada Mahasiswa Perbankan
Syariah IAIN Parepare)

Nama Mahasiswa : Ahmad Fauzan Sulwan

NIM : 19.2300.025

Program Studi : Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam

Dasar Penetapan Pembimbing : Surat Penetapan Pembimbingan Skripsi Fakultas
Ekonomi Dan Bisnis Islam

Nomor : B.3359In.39/FEBI.04/PP.00.9/06/2023

Disetujui Oleh:

Pembimbing Utama : Bahtiar, S.Ag., M.A.

(..........)

NIP : 1972050519988031004

Pembimbing Pendamping : Nurfitriani, M.M.

(..........)

NIP : 199104032019032025

Mengetahui:

Dekan,

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam



Muhammadan, M.Ag.

NIP: 19710208 200112 2 002

PENGESAHAN KOMISI PENGUJI

Judul Skripsi : Analisis Kepuasan Pelanggan M-Banking BRIMO dalam Bertransaksi di E-Commerce Shopee (Studi pada Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Parepare)

Nama Mahasiswa : Ahmad Fauzan Sulwan

Nomor Induk Mahasiswa : 19.2300.025

Program Studi : Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dasar Penetapan Pembimbing : Surat Penetapan Pembimbingan Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Nomor B.3359In.39/FEBI.04/PP.00.9/06/2023

Tanggal Kelulusan : 30 Januari 2024

Disahkan oleh Komisi Penguji

Bahtiar, S.Ag., M.A.	(Ketua)	(.....)
Nurfitriani, M.M.	(Sekretaris)	(.....)
Dr. Andi Bahri S., M.E, M.Fil.I.	(Anggota)	(.....)
I Nyoman Budiono, M.M.	(Anggota)	(.....)

Mengetahui:

Dekan,
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Muzdalqal Muhammadun, M.Ag.
NIP 19710208 200112 2 002

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

إِنَّ الْحَمْدَ لِلَّهِ نَحْمَدُهُ وَنَسْتَعِينُهُ وَنَسْتَغْفِرُهُ، وَنَعُوذُ بِاللَّهِ مِنْ شُرُورِ أَنْفُسِنَا وَمِنْ سَيِّئَاتِ أَعْمَالِنَا، مَنْ يَهْدِهِ اللَّهُ فَلَا مُضِلَّ لَهُ وَمَنْ يَضِلَّ فَلَا هَادِيَ لَهُ أَشْهَدُ أَنْ لَا إِلَهَ إِلَّا اللَّهُ وَحْدَهُ لَا شَرِيكَ لَهُ، وَأَشْهَدُ أَنَّ مُحَمَّدًا عَبْدُهُ وَرَسُولُهُ

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT. Atas berkat rahmat, hidayah, dan taufik-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tulisan ini sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studinya dan mendapatkan Sarjana Ekonomi (S.E) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Parepare.

Penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada dua insan yang tak tergantikan dalam hidup penulis, yaitu Bapak Sultarwi dan Ibu Mariani Tercinta. Terima kasih atas cahaya petunjuk, kebijaksanaan, dan semangat juang yang selalu menginspirasi setiap langkah penulis dan terima kasih atas doa-doa tulus, kasih sayang tanpa batas, dan dukungan tak henti. Tak lupa pula penulis mengucapkan terima kasih kepada semua keluarga yang telah memberikan motivasi, dukungan, serta doanya yang senantiasa menyertai, dan semoga Allah membalas kebaikan kalian semua.

Pada kesempatan ini, penulis juga mengucapkan banyak terimakasih kepada Bapak Bahtiar, S.Ag., M.A. dan Ibu Nurfitriani, M.M. selaku pembimbing I dan pembimbing II, atas segala bimbingan dan bantuan yang telah diberikan selama penulisan skripsi ini, penulis ucapkan banyak-banyak terima kasih.

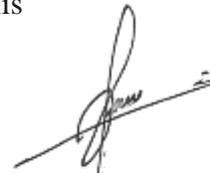
Penulis juga menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Hannani, M.Ag. sebagai Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare yang telah bekerja keras mengelola pendidikan di IAIN Parepare.

2. Ibu Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam atas pengabdianya telah menciptakan suasana pendidikan yang positif bagi mahasiswa di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare.
3. Bapak I Nyoman Budiono, M.M. selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah (PS) atas segala pengabdianya yang selama ini memberikan nasehat berupa masukan kepada penulis.
4. Ibu Dr. Syahriyah Semaun, S.E, M.M. selaku Dosen Penasehat Akademik yang senantiasa memberikan support dan motivasi kepada penulis dalam proses penyusunan skripsi.
5. Terkhusus kepada seluruh Bapak/Ibu Dosen Program Studi Perbankan Syariah (PS) dan juga staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah mendidik, membimbing dan memberikan ilmu untuk masa depan penulis.
6. Pegawai dan staf IAIN Parepare yang telah memberikan layanan akademik kepada penulis.
7. Teman-teman Program Studi Perbankan Syariah seperjuangan pada masa kuliah saya di IAIN Parepare terkhusus kepada Haswadi, Firman, Iftar, Lutfi & Calu.
8. Kepada Sumra yang telah kebersamai pada hari hari yang tidak mudah dan terimakasih telah menjadi bagian dari perjalanan saya hingga saat ini.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang terlibat, semoga Allah swt berkenan menilai segala kebajikan sebagai amal jariyah dan memberikan rahmat serta pahala-Nya. Akhirnya penulis menyampaikan kepada pembaca untuk memberikan saran konstruktif demi kesempurnaan skripsi ini.

Parepare, 28 Desember 2023
Penulis



AHMAD FAUZAN SULWAN
19.2300.025

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Mahasiswa yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ahmad Fauzan Sulwan

Nim : 19.2300.025

Tempat/tanggal lahir : Parepare, 23 September 2001

Program Studi : Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Judul Skripsi : Analisis Kepuasan Pelanggan M-Banking BRIMO dalam bertransaksi di E-Commerce Shopee (Studi pada mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Parepare)

Menyatakan dengan sebenarnya dan penuh kesadaran bahwa skripsi ini benar merupakan hasil dari karya diri sendiri. Apabila ada dikemudian hari terbukti dan dapat dibuktikan bahwa sebagian atau keseluruhan skripsi ini merupakan duplikat, tiruan, plagiat, atau hasil karya oleh orang lain kecuali tulisan sebagai bentuk acuan atau kutipan dengan mengikuti tata penulisan karya ilmiah yang lazim, maka saya bersedia menerima saksi atas perbuatan tersebut.

Parepare, 28 Desember 2023

Penulis



AHMAD FAUZAN SULWAN
19.2300.025

ABSTRAK

Ahmad Fauzan Sulwan, *Analisis Kepuasan Pelanggan M-Banking BRIMO dalam bertransaksi di E-Commerce Shopee (Studi pada mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Parepare)* (dibimbing oleh Bahtiar, S.Ag., M.A. dan Nurfitriani, M.M.)

Kepuasan merupakan perasaan senang atau kecewa yang dirasakan seseorang setelah membandingkan antara persepsi/kesan terhadap kinerja suatu layanan beserta harapan-harapannya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tingkat kepuasan pelanggan terhadap layanan M-Banking BRIMO ketika digunakan untuk bertransaksi di platform E-Commerce Shopee, khususnya pada mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah di IAIN Parepare.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, fokus pada analisis kepuasan pelanggan M-Banking BRIMO dalam bertransaksi di E-Commerce Shopee, khususnya pada mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah di IAIN Parepare..

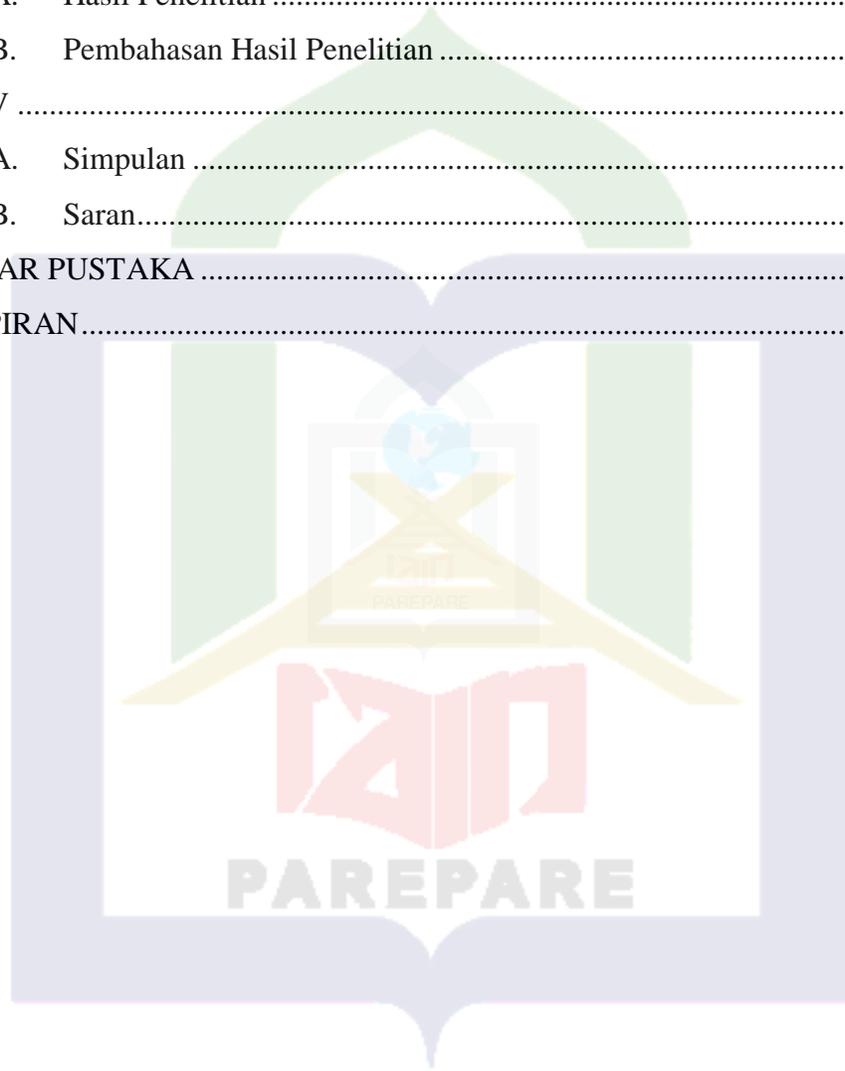
Hasil penelitian menunjukkan bahwa Mahasiswa Perbankan Syariah di IAIN Parepare merasa puas dengan layanan M-Banking BRIMO untuk bertransaksi di E-Commerce Shopee. Fasilitas seperti transfer, pembayaran, dan setor tunai mendapat respon baik. Penggunaan layanan M-Banking BRIMO dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti kualitas layanan, biaya transaksi, keamanan layanan, kemudahan bertransaksi. Kepuasan Mahasiswa ini diukur melalui indikator seperti rasa senang berdasarkan pengalaman, sesuai harapan, Senang dengan keputusannya dan persepsi kinerja layanan.

Kata kunci: Kepuasan, Indikator Kepuasan Pelanggan, M-Banking BRIMO, Shopee.

DAFTAR ISI

	Halaman
SKRIPSI.....	i
HALAMAN JUDUL	i
PENGESAHAN KOMISI PENGUJI	iii
KATA PENGANTAR	iv
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	v
ABSTRAK.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	x
TRANSLITERASI DAN SINGKATAN.....	xii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar belakang masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Kegunaan Penelitian.....	6
BAB II.....	8
TINJAUAN PUSTAKA	8
A. Tinjauan Penelitian Relevan	8
B. Tinjauan Teori.....	10
C. Kerangka Konseptual.....	30
BAB III.....	34
METODE PENELITIAN.....	34
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	34
C. Lokasi dan Waktu Penelitian	35
D. Fokus Penelitian.....	35
E. Jenis dan Sumber Data.....	36

F. Teknik Pengumpulan Data.....	37
G. Uji Keabsahan Data.....	39
H. Teknik Analisis Data.....	40
BAB IV	43
A. Hasil Penelitian	43
B. Pembahasan Hasil Penelitian	55
BAB V	65
A. Simpulan	65
B. Saran.....	67
DAFTAR PUSTAKA	68
LAMPIRAN.....	72



DAFTAR GAMBAR

No. Tabel	Judul Tabel	Halaman
1.1	Gambar Bagan Kerangka pikir	33



DAFTAR LAMPIRAN

No. Lampiran	Judul Lampiran	Halaman
1.	Surat Penetapan Pembimbing Skripsi	73
2.	Surat Izin Penelitian Dari IAIN Parepare	74
3.	Surat Izin Penelitian Dari Dinas Penanaman Modal Dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Parepare	75
4.	Surat Selesai Meneliti	76
5.	Daftar Nama-nama Narasumber	77
6.	Pedoman Wawancara	78
7.	Surat Keterangan Wawancara	81
8.	Dokumentasi	89
9.	Biodata Penulis	94

TRANSLITERASI DAN SINGKATAN

A. Transliterasi

1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lain lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda.

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf Latin:

Huruf	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Tsa	Ts	te dan sa
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Dzal	Dz	de dan zet
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Shad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Dhad	ḍ	de (dengan titik dibawah)

ط	Ta	ṭ	te (dengan titik dibawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik dibawah)
ع	‘ain	‘	koma terbalik ke atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	’	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

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

2. Vokal

- a. Vokal tunggal (monoftong) bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
أ	Fathah	A	A
إ	Kasrah	I	I
أ	Dhomma	U	U

- b. Vokal rangkap (diftong) bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf transliterasinya berupa gabungan huruf yaitu:

c. Tan	Nama	Huruf Latin	Nama
--------	------	-------------	------

da			
دَا	Fathah dan Ya	Ai	a dan i
دَاو	Fathah dan Wau	Au	a dan u

Contoh :

كَيْفَ : Kaifa

حَوْلَ : Haula

3. Maddah

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

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
اَ / نَا	Fathah dan Alif atau ya	A	a dan garis di atas
إِي	Kasrah dan Ya	I	i dan garis di atas
أُو	Kasrah dan Wau	U	u dan garis di atas

Contoh :

مَاتَ : māta

رَمَى : ramā

قِيلَ : qīla

يَمُوتُ : yamūtu

4. Ta Marbutah

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua:

- Ta marbutah yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah dan dammah, transliterasinya adalah [t].
- Ta marbutah yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang terakhir 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 الْجَنَّةِ	: <i>rauḍah al-jannah</i> atau <i>rauḍatul jannah</i>
الْمَدِينَةُ الْفَاضِلَةُ	: <i>al-madīnah al-fāḍilah</i> atau <i>al-madīnatul fāḍilah</i>
الْحِكْمَةُ	: <i>al-hikmah</i>

5. Syaddah (Tasydid)

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

رَبَّنَا	: <i>Rabbanā</i>
نَجَّيْنَا	: <i>Najjainā</i>
الْحَقُّ	: <i>al-haqq</i>
الْحَجُّ	: <i>al-hajj</i>
نُعَمُّ	: <i>nu‘ima</i>
عُدُّوْ	: <i>‘aduwwun</i>

Jika huruf ي bertasydid diakhir sebuah kata dan didahului oleh huruf kasrah (يِ), maka ia litransliterasi seperti huruf *maddah* (i). Contoh:

عَرَبِيٌّ	: ‘Arabi (bukan ‘Arabiyy atau ‘Araby)
عَلِيٌّ	: ‘Ali (bukan ‘Alyy atau ‘Aly)

6. Kata Sandang

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

الْشَّمْسُ	: <i>al-syamsu</i> (bukan <i>asy- syamsu</i>)
الزَّلْزَلَةُ	: <i>al-zalzalāh</i> (bukan <i>az-zalzalāh</i>)

الْفَلْسَفَةُ : *al-falsafah*

الْبِلَادُ : *al-bilādu*

7. Hamzah

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

تَأْمُرُونَ : *ta’murūna*

النَّوْعُ : *al-nau’*

شَيْءٌ : *syai’un*

أُمِرْتُ : *Umirtu*

8. 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 pembendaharaan bahasa Indonesia, atau sudah sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya kata *Al-Qur’an* (*dar Qur’an*), *Sunnah*. Namun bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka mereka harus ditransliterasi secara utuh. Contoh:

Fī zilāl al-qur’an

Al-sunnah qabl al-tadwin

Al-ibārat bi ‘umum al-lafz lā bi khusus al-sabab

9. Lafz al-Jalalah (الله)

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

دِينُ اللَّهِ

Dīnullah

بِاللَّهِ

billah

Adapun ta *marbutah* di akhir kata yang disandarkan kepada *lafz al-jalālah*, ditransliterasi dengan huruf [t]. Contoh:

هُم فِي رَحْمَةِ اللَّهِ *Hum fī rahmatillāh*

10. Huruf Kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga berdasarkan pada 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-*). Contoh:

Wa mā Muhammadun illā rasūl
Inna awwala baitin wudi 'a linnāsi lalladhī bi Bakkata mubārakan
Syahru Ramadan al-ladhī unzila fih al-Qur'an
Nasir al-Din al-Tusī
Abū Nasr al-Farabi

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

Abū al-Walid Muhammad ibnu Rusyd, ditulis menjadi: *Ibnu Rusyd*, *Abū al-Walīd Muhammad* (bukan: *Rusyd*, *Abū al-Walid Muhammad Ibnu*)

Naṣr Ḥamīd Abū Zaid, ditulis menjadi: *Abū Zaid*, *Naṣr Ḥamīd* (bukan: *Zaid*, *Naṣr Ḥamīd Abū*)

B. Singkatan

Beberapa singkatan yang dibakukan adalah:

swt. = *subḥānahū wa ta'āla*

saw.	=	<i>ṣallallāhu ‘alaihi wa sallam</i>
a.s.	=	<i>‘alaihi al- sallām</i>
H	=	Hijriah
M	=	Masehi
SM	=	Sebelum Masehi
l.	=	Lahir tahun
w.	=	Wafat tahun
QS .../...: 4	=	QS al-Baqarah/2:187 atau QS Ibrāhīm/ ..., ayat 4
HR	=	Hadis Riwayat

Beberapa singkatan dalam bahasa Arab:

ص	=	صفحة
دم	=	بدون
صلعم	=	صلى الله عليه وسلم
ط	=	طبعة
بن	=	بدون ناشر
الخ	=	إلى آخرها / إلى آخره
ج	=	جزء

Beberapa singkatan yang digunakan secara khusus dalam teks referensi perlu dijelaskan kepanjangannya, diantaranya sebagai berikut:

- ed. : Editor (atau, eds. [dari kata editors] jika lebih dari satu orang editor). Karenadalam bahasa Indonesia kata “editor” berlaku baik untuk satu atau lebih editor, maka ia bisa saja tetap disingkat ed. (tanpa s).
- et al. : “Dan lain-lain” atau “dan kawan-kawan” (singkatan dari *et alia*). Ditulis dengan huruf miring. Alternatifnya, digunakan singkatan dkk. (“dan kawan-kawan”) yang ditulis dengan huruf biasa/tegak.
- Cet. : Cetakan. Keterangan frekuensi cetakan buku atau literatur sejenis.

- Terj. : Terjemahan (oleh). Singkatan ini juga digunakan untuk penulisan karya terjemahan yang tidak menyebutkan nama penerjemahnya.
- Vol. : Volume. Dipakai untuk menunjukkan jumlah jilid sebuah buku atau ensiklopedi dalam bahasa Inggris. Untuk buku-buku berbahasa Arab biasanya digunakan kata juz.
- No. : Nomor. Digunakan untuk menunjukkan jumlah nomor karya ilmiah berkala seperti jurnal, majalah, dan sebagainya.



BAB I PENDAHULUAN

A. Latar belakang masalah

Teknologi terus berkembang sesuai zaman yang didasarkan pada kebutuhan manusia. Berkembangnya teknologi informasi dan komunikasi saat ini juga berpengaruh pada perkembangan ekonomi, gaya hidup, dan promosi. Teknologi informasi dan komunikasi yang terus berkembang sesuai kebutuhan manusia memiliki peran penting yang mampu menyediakan dunia yang tanpa batas, jarak, ruang dan waktu. Manusia yang bisa mengikuti perkembangan teknologi dengan baik, hidupnya akan lebih produktif, praktis, ekonomis dan lebih efisien.¹

Pada era globalisasi saat ini, pertumbuhan ekonomi dengan cepat melakukan inovasi dan memberi dampak besar pada seluruh aspek kehidupan, seperti pada industri perbankan syariah, fungsi operasional bank ditransformasikan menjadi layanan berbasis digital atau sering juga disebut dengan *digital banking*, guna untuk meningkatkan daya saing industri dan menjangkau pangsa pasar yang lebih luas di tengah pergeseran pola hidup masyarakat. Internet banking, SMS banking, *mobile banking*, *automatic teller machine*, *electronic data capture* adalah sejumlah layanan untuk mempermudah nasabah dalam bertransaksi sehingga *fee based income* bertambah, industri perbankan berkembang dan biaya transaksi berkurang. Dalam era digital yang terus berkembang, *Mobile Banking* telah menjadi komponen krusial dalam strategi perbankan global. Ini merupakan respon terhadap perubahan perilaku konsumen yang semakin mengadopsi teknologi *mobile* dalam aktivitas sehari-hari mereka. Di Indonesia, pertumbuhan *Mobile Banking* telah menjadi sorotan utama dalam industri perbankan, dengan bank-bank terkemuka bersaing untuk memperluas pangsa pasar mereka. Kecepatan dan kenyamanan transaksi yang ditawarkan oleh layanan telah membuatnya menjadi pilihan utama bagi banyak nasabah.

¹ Badan Komunikasi dan Informatika, Perkembangan Ekonomi Digital di Indonesia Strategi dan Sektor Potensial (Jakarta: Puslitbang Aptika dan IKP, 2019).

Mobile Banking (M-Banking) diluncurkan pertama kali oleh Excelcom pada akhir 1995 dan respon yang didapat juga beragam. Latar belakang dari kemunculan Mobile banking ini juga disebabkan oleh bank-bank yang saat ini ingin mendapat kepercayaan dari setiap nasabahnya. Dan salah satu cara yang dilakukan yaitu dengan pemanfaatan teknologi. *Mobile Banking* atau yang sering disebut sebagai M-banking, merupakan inovasi dalam dunia perbankan yang memungkinkan para nasabah untuk melakukan transaksi keuangan menggunakan perangkat mobile, khususnya ponsel atau smartphone. Mobile Banking bertujuan meningkatkan pelayanan kepada nasabah, memenuhi keinginan pasar, memberi kemudahan kepada nasabah untuk melakukan transaksi. Ada beberapa layanan yang digunakan nasabah dalam mobile banking antara lain untuk mengirim uang (transfer) antar rekening bank, untuk membayar tagihan telepon rumah, listrik, angsuran kredit rumah, mobil, motor, atau pinjaman apapun setiap bulan atau asuransi jiwa, asuransi mobil, dan transaksi non-finansial lainnya.² Dalam perkembangannya, layanan berbasis internet ini pun ikut dimanfaatkan oleh bank-bank syariah maupun konvensional. Beberapa diantaranya adalah, Bank Muamalat, Bank Syariah Indonesia, BNI Syariah, BRI Syariah, BCA Syariah, Bank Mega Syariah dan yang lainnya. Perbankan syariah kian berlomba menyediakan fasilitas layanan ini sehingga menyebabkan ketatnya persaingan dalam mendapatkan nasabah dan mempertahankan kesetiaan untuk menggunakan layanan Mobile Banking.

Teknologi yang tumbuh dengan pesat, harus dimanfaatkan secara cermat dan tepat. Berbagai teknologi menyediakan terobosan baru yang dapat digunakan oleh bank dalam usahanya untuk selalu meningkatkan kualitas layanan yang ada. Sehingga dari situlah bank-bank yang ada diseluruh dunia membuat suatu inovasi baru dengan meluncurkan Mobile Banking. Contohnya di Indonesia, baik bank pemerintah maupun bank swasta nasional berlomba-lomba untuk meluncurkan teknologi Mobile Banking.

² Ismail, Perbankan Syariah (Jakarta: Prenada Media Group, 2013).

Mobile banking memberikan kemudahan kepada nasabahnya untuk melakukan transaksi non tunai seperti cek saldo, *transfer* dan berbagai fitur menarik lainnya, yang artinya metode manual yang biasanya dilakukan nasabah dengan cara datang ke kantor cabang terdekat untuk bertransaksi, jika nasabah ingin melakukan transaksi seperti transfer antar bank maupun beda bank nasabah diwajibkan mengisi blangko transfer dan menunggu antrian untuk mendapatkan pelayanan. Cara tersebut umum dilakukan di perbankan, akan tetapi cara ini tidak efisien mengingat perlu waktu yang cukup lama hanya untuk sekali transaksi, kini dengan adanya *mobile banking* nasabah dapat melakukan transfer hanya hitungan menit tanpa biaya apapun. Bagi nasabah manfaat yang dirasakan diantaranya memberikan kemudahan dan kecepatan, transaksi di mana saja dan kapan saja dapat dilakukan hemat biaya dan waktu, transaksi non tunai dapat dilakukan tanpa harus keluar rumah ataupun datang ke bank.

Pada umumnya fitur pada layanan *Mobile Banking* tidak dapat melakukan penarikan tunai tanpa kartu ATM. Penarikan tunai tanpa kartu ATM adalah penarikan tabungan yang dilakukan melalui mesin anjungan tunai mandiri atau yang biasa disebut dengan mesin ATM tetapi tidak menggunakan kartu ATM, melainkan penarikan yang menggunakan layanan *Mobile Banking*.

Data Otoritas Jasa Keuangan (OJK) berpendapat bahwa pengguna *Mobile Banking* mengalami peningkatan yang sangat drastis, dimana transaksi *mobile banking* mengalami peningkatan lebih dari 30% pada tahun 2016 sampai bulan Agustus 2021. Deputi Pengawasan Perbankan mengungkapkan bahwa rincian internet banking meningkat sebesar 50% dan berdasarkan survei yang dilakukan oleh OJK transaksi uang elektronik pada tahun 2015-2020 meningkat dengan angka 47% yaitu dari 5,28 triliun menjadi 204,9 triliun, peningkatan itu dilihat dari jumlah akun kepemilikan rekening sampai 337 juta ditahun 2020. Perkembangan *Mobile Banking* di Indonesia tidak dapat dilepaskan dari perkembangan bisnis handphone atau telepon

genggam/seluler. Dari sisi penggunaan seluler, tahun 2012 lalu tingkat penetrasi seluler di negara kita mencapai 110%, sementara ditingkat global 86%.

Mobile Banking berkembang seiring dengan munculnya *e-commerce* dan *marketplace* di Indonesia seperti Shopee, Tokopedia, Bukalapak dan lain-lain. Alat pembayaran produk/jasa yang ingin dibeli konsumen dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja menggunakan ponsel genggam berbasis android, hanya dengan mengisi/ *top-up* saldo dari *electronic wallet*. Setiap *e-commerce* memiliki wadah untuk *top up* saldo nya, seperti ShoppePay, Gopay. Bank bank juga telah membuka platform *electronic wallet* nya dan bekerja sama dengan *e-commerce* tertentu agar mampu melakukan transaksi pembayaran tanpa potongan biaya, seperti DANA (Pembayaran TIX ID Tiket bioskop) yang bekerjasama dengan Bank BCA, Mandiri.³

Mobile banking berperan penting bagi perkembang *e-commerce*, tanpa adanya *mobile banking* transaksi pada *e-commerce* tidak akan berjalan. Banyak platform *e-commerce* yang bekerjasama dengan *mobile banking* untuk kemudahan transaksi, misalnya BRI Mobile dengan Tokopedia, Shopee, Blibli, Bukalapak dan masih banyak lagi.

E-commerce dapat diartikan sebagai proses pembelian, penjualan, mentransfer atau bertukar produk serta jasa atau informasi yang didorong dari jaringan internet dan penggunaan *mobile banking* yang terus meningkat. Bentuk *e-commerce* ini layaknya pasar tradisional pada umumnya dengan memanfaatkan jejaring sosial media melalui internet yang memungkinkan lebih banyak lagi orang untuk bisa mengakses berbagai platform berbelanja online, seperti aplikasi toko online, *marketplace* dan lain sebagainya. Platform *e-commerce* menjadi wadah bagi produsen untuk menawarkan produknya dan wadah konsumen untuk mencari barang yang mereka butuhkan, konsumen tidak perlu menghabiskan tenaga untuk berbelanja online hanya dengan melihat *e-commerce* melalui handphone dan dapat langsung melakukan pembayaran. Belanja dengan website *ecommerce* semakin menarik minat

³ Widia Septia Ningrum, "Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis," Perbanas Institute Jambura: Vol 5. No 1. 2022.

masyarakat untuk keuntungan yang didapatkan seperti barang yang lebih murah dan lingkungan belanja di mana kebutuhan mereka terpenuhi dan itu adalah tempat yang menyenangkan untuk dikunjungi. Oleh sebab itu penjualan online melalui website terus meningkat terbukti dapat meningkatkan perilaku pembelian impulsif, bahkan beberapa website jual beli online atau aplikasi marketplace hanya mengandalkan strategi mendorong aktivasi pembelian impulsif dalam upaya peningkatan pendapatannya. Adapun beberapa kategori pada *e-commerce* mengalami peningkatan pada tahun 2020 jika dibandingkan dengan tahun sebelumnya, hal ini dapat diketahui dari penelitian Salsabila dan Suyanto yang menjelaskan bahwa industri *e-commerce fashion* dan kecantikan mengalami peningkatan pada tahun 2020 dari tahun 2019 sebesar 50,7% dari pengeluaran masyarakat pada industri tersebut. Hal ini tentu saja seiring dengan meningkatnya pengeluaran masyarakat untuk keperluan konsumtif sebesar 23% pada tahun 2018 jika dibandingkan dengan tahun 2017. Penggunaan *e-commerce* ini juga didorong dari internet dan mobile banking yang terus meningkat, hal tersebut memungkinkan lebih banyak orang lagi untuk bisa mengakses berbagai platform berbelanja online, seperti website toko online, aplikasi *marketplace*, media sosial dan banyak lagi.

Berdasarkan observasi awal, sebagian mahasiswa perbankan syariah angkatan 19 IAIN Parepare lebih cenderung memilih M-Banking BRIMO sebagai e-wallet utama untuk bertransaksi di platform *e-commerce* Shopee. Hal ini disebabkan oleh kemudahan akses, fungsionalitas yang komprehensif, tingkat keamanan yang diberikan, serta berbagai promosi dan diskon yang tersedia. Di sisi lain, ada pula sejumlah mahasiswa yang lebih memilih untuk menggunakan aplikasi mobile banking lain daripada M-Banking BRIMO. Dapat kita lihat bahwa ada persepsi berbeda antar mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Parepare dalam memilih mobile banking yang ingin digunakan dalam bertransaksi di *e-commerce*.

Dari Latar Belakang diatas, maka peneliti ingin melakukan penelitian dengan judul Analisis Pengalaman Pengguna M-Banking BRIMO dalam bertransaksi di E-Commerce Shopee (Studi Pada Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Parepare).

B. Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang telah di jelaskan sebelumnya, maka rumusan masalah yang akan digali dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana kepuasan mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Parepare menggunakan M-Banking BRIMO dalam bertransaksi di E-Commerce Shopee?
2. Apa yang menjadi indikator kepuasan mahasiswa dalam menggunakan M-Banking BRIMO dalam bertransaksi di E-Commerce Shopee ?

C. Tujuan Penelitian

Dalam suatu penelitian, tentunya seorang peneliti mempunyai tujuan yang ingin di capai dalam penelitian tersebut. Tujuan yang ingin di capai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui Bagaimana kepuasan mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Parepare menggunakan M-Banking BRIMO dalam bertransaksi di E-Commerce Shopee.
2. Untuk mengetahui apa saja indikator kepuasan mahasiswa Perbankan Syariah IAIN dalam menggunakan M-Banking BRIMO dalam bertransaksi di E-Commerce Shopee.

D. Kegunaan Penelitian

Adapun manfaat yang dapat diperoleh dalam penelitian adalah:

1. Bagi penulis dan mahasiswa, umumnya untuk menambah pengetahuan dan wawasan tentang kepuasan pelanggan M-Banking BRIMO dalam bertransaksi di platform e-commerce Shopee.
2. Bagi jurusan perbankan syariah, diharapkan dapat memperluas informasi dalam rangka menambah serta meningkatkan pengetahuan, khususnya yang berkaitan

dengan Analisis Pengalaman Pengguna M-Banking BRIMO dalam bertransaksi di E-Commerce Shopee.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Penelitian Relevan

Mendasari bahwa tidak menutup kemungkinan pasti dalam penulisan skripsi ini terdapat persamaan maupun perbedaan yang dilakukan oleh para peneliti sebelumnya. Adapun judul penelitian sebelumnya menjadi perbandingan dalam penelitian ini yaitu dimana membahas tentang Analisis Kepuasan Pelanggan M-Banking BRIMO dalam bertransaksi di E-Commerce Shopee (Studi Pada Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Parepare).

1. Penelitian yang dilakukan oleh Delila Sari dengan judul “Analisis Penggunaan Mobile Banking bagi Nasabah Bank Syariah Mandiri (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan)”. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui penggunaan Mobile Banking bagi Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan angkatan 2017. Hasil skripsi penelitian ini Penelitian ini mengindikasikan bahwa Mobile Banking Bank Syariah Mandiri adalah alat yang efektif dalam memudahkan, mempercepat, dan menyediakan respons real-time dalam transaksi keuangan bagi sebagian mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Prodi Perbankan Syariah IAIN Padangsidimpuan angkatan 2017. Namun, ada potensi untuk meningkatkan penggunaan dan pemahaman tentang layanan ini di kalangan mahasiswa yang belum menggunakannya. Adapun perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Delila Sari yaitu memfokuskan penelitian terhadap Penggunaan *Mobile Banking* bagi Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan angkatan 2017, sedangkan penulis membahas tentang Analisis Kepuasan Pelanggan M-Banking BRIMO dalam bertransaksi di *E-Commerce* Shopee (Studi Pada Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Parepare). Adapun persamaannya yaitu jenis penelitian yang sama-sama membahas mengenai

Mobile Banking dan juga sama-sama menggunakan Metode Penelitian Kualitatif.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Aulia Try Rahmawati dengan judul “Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan BSI *Mobile* dalam Transaksi *E-Commerce*”. Tujuan daripada Penelitian ini adalah mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan BSI *Mobile* dalam bertransaksi *E-Commerce*. Hasil dari Penelitian ini yaitu menunjukkan bahwa variabel harapan kinerja, pengaruh sosial, motivasi hedonis, dan kebiasaan memiliki pengaruh signifikan terhadap penggunaan BSI *Mobile* dalam transaksi e-commerce, sementara variabel harapan usaha dan kondisi fasilitas tidak memiliki pengaruh signifikan. Adapun penelitian yang ditulis oleh Aulia Try Rahmawati perbedaannya yaitu membahas mengenai Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan BSI *Mobile* dalam Transaksi *E-Commerce*, sedangkan penulis membahas mengenai Analisis Kepuasan Pelanggan M-Banking BRIMO dalam bertransaksi di *E-Commerce* Shopee (Studi Pada Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Parepare). Adapun persamaanya yaitu sama-sama membahas tentang penggunaan *Mobile Banking* dalam bertransaksi *E-Commerce*.
3. Penelitian yang dilakukan oleh Fika Ayu Widyanita dengan judul “Analisis Pengaruh kualitas Pelayanan *E-Commerce* Shopee terhadap Kepuasan Konsumen Shopee Indonesia pada Mahasiswa FE UII Pengguna Shopee”. Tujuan daripada penelitian ini yaitu Menganalisis pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada *E-commerce* Shopee dan juga Menganalisis pengaruh dimensi kualitas pelayanan elektronik Efisiensi, Reabilitas, *Fullfillment*, Privasi, *Responsivness*, Kompensasi, dan Kontak terhadap kepuasan konsumen dalam pemakaian Shopee. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa platform ini telah berhasil menyediakan lingkungan yang aman, efisien, dan nyaman bagi pengguna m-banking yang ingin berbelanja secara online. Integrasi yang mulus, dukungan pelanggan yang baik, dan inisiatif promosi m-

banking adalah beberapa faktor kunci yang telah menghasilkan pengalaman pengguna yang positif di Shopee. Ini memungkinkan Shopee untuk terus menjadi salah satu pemimpin dalam industri *e-commerce* di Indonesia. Adapun perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Fika Ayu Widyanita yaitu penelitian ini lebih fokus terhadap Analisis pengaruh kualitas Pelayanan *E-Commerce* Shopee terhadap Kepuasan Konsumen Shopee Indonesia pada Mahasiswa FE UII Pengguna Shopee. Adapun persamaan penelitian yaitu sama-sama membahas mengenai *E-Commerce*.

B. Tinjauan Teori

1. Kepuasan

a. Pengertian Kepuasan

Kepuasan adalah suatu sikap yang diputuskan berdasarkan pengalaman yang didapatkan. Kepuasan merupakan penilaian mengenai ciri atau keistimewaan produk, jasa, atau produk itu sendiri, yang menyediakan tingkat kesenangan konsumen berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan konsumsi. Kepuasan konsumen dapat diciptakan melalui kualitas, pelayanan dan nilai.⁴ Kunci untuk menghasikan kesetiaan pelanggan adalah memberikan nilai pelanggan yang tinggi. Penelitian ini penting dilakukan agar dapat mengukur seberapa baik pelayanan yang telah diberikan, serta mengetahui sejauh mana pelayanan yang diberikan selama ini, yang akan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggannya. Dengan demikian diharapkan perusahaan dapat mengetahui serta mengantisipasi secara jelas tentang apa yang dibutuhkan dan diinginkan konsumen, sehingga perusahaan dapat menerapkan strategi yang tepat untuk menangani keluhan pelanggan, meningkatkan layanannya secara lebih baik, serta dapat bersaing dalam segmentasi pasar yang ada, agar tujuan perusahaan tercapai dan dapat berkembang di masa mendatang.

Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan Kinerja atau hasil yang dirasakan dengan harapannya. Apabila kinerja memaparkan bahwa

⁴ Lovelock, Cristopher, and Jochen Wirtz, "Service Marketing, People, Tecnology & Strategy", New Jersey, 2015.

kualitas pelayanan adalah kesesuaian dan derajat kemampuan untuk digunakan dari keseluruhan karakteristik produk dan jasa yang disediakan dalam pemenuhan kebutuhan dan harapan yang dikehendaki konsumen dengan atribut atau faktor yang meliputi: bukti langsung, perhatian pribadi dari karyawan kepada konsumen, daya tanggap, keandalan dan jaminan. akan kecewa. Bila kinerja sesuai harapan, pelanggan akan puas. Harapan pelanggan dapat dibentuk oleh pengalaman masa lampau, komentar dari kerabatnya serta janji dan informasi pemasar dan saingannya. Pelanggan yang puas akan setia lebih lama, kurang *sensitive* terhadap harga dan memberi komentar yang baik tentang perusahaan.⁵

b. Pengukuran Kepuasan

Pengukuran kepuasan adalah proses untuk mengukur sejauh mana seseorang atau kelompok orang merasa puas dengan suatu produk, layanan, atau pengalaman tertentu. Dalam konteks bisnis, pengukuran kepuasan sering kali dilakukan untuk mendapatkan wawasan tentang bagaimana pelanggan atau karyawan menilai kualitas atau keberhasilan suatu aspek tertentu yang terkait dengan produk, layanan, atau lingkungan kerja. Menurut Kenedy dan Youn, kepuasan dapat diukur dengan tiga indikator, diantaranya sebagai berikut:⁶

- a. Menyampaikan hal positif berkenaan pelayanan yang diberikan perusahaan ke orang lain.
- b. Melakukan penggunaan jasa perusahaan secara kontinyu. Pengalaman yang baik dan citra positif dari perusahaan atas pelayanan yang didapat oleh nasabah akan berdampak pada sikap kesetiaan kepada perusahaan.
- c. Merekomendasikan perusahaan ke orang lain. Pengukuran terhadap kepuasan nasabah akan terbentuk dari sikap nasabah yang mengajak teman-temannya untuk ikut bergabung pada perusahaan yang telah memberikan layanan yang menjadi suatu pengalaman dari nasabah.

⁵ Hutasoit, Pelayanan Publik Teori & Aplikasi. Jakarta, 2013.

⁶ Supranto, Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar (Jakarta: Rineka Cipta, 2014).

c. Indikator Kepuasan

Minkiewicz menggunakan beberapa indikator untuk mengukur kepuasan konsumennya atau pelanggan, yaitu antara lain sebagai berikut:⁷

1. Rasa senang berdasarkan pengalaman

Rasa senang berdasarkan pengalaman menjadi salah satu indikator utama kepuasan pelanggan. Ini mencerminkan tingkat kebahagiaan dan kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan selama atau setelah berinteraksi dengan suatu produk atau layanan. Ketika pelanggan merasakan kegembiraan, kepuasan, dan kenyamanan selama pengalaman mereka, ini menciptakan rasa senang yang menjadi tolok ukur positif terhadap tingkat kepuasan. Indikator ini dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk kualitas produk atau layanan, tingkat pelayanan pelanggan, kemudahan penggunaan, dan sejauh mana produk atau layanan memenuhi atau bahkan melampaui harapan pelanggan. Rasa senang pelanggan adalah hasil langsung dari interaksi positif mereka dengan bisnis atau merek, dan peran pentingnya dalam membentuk loyalitas pelanggan dan rekomendasi positif tidak dapat diabaikan. Oleh karena itu, memahami dan meningkatkan rasa senang berdasarkan pengalaman menjadi fokus utama dalam upaya meningkatkan kepuasan pelanggan.

2. Sesuai dengan harapan

Kepuasan yang sesuai dengan harapan menjadi indikator kunci dalam mengevaluasi keberhasilan suatu produk atau layanan. Ini mengacu pada sejauh mana produk atau layanan memenuhi atau bahkan melampaui harapan yang telah diakui atau diantisipasi oleh pelanggan. Dalam konteks indikator kepuasan, sesuai dengan harapan menunjukkan bahwa produk atau layanan memberikan nilai yang dijanjikan atau diharapkan. Pelanggan merasa puas ketika pengalaman mereka sejalan dengan harapan mereka, menciptakan rasa kepuasan dan kepercayaan terhadap merek atau bisnis. Faktor-faktor seperti

⁷ Minkiewicz, "Corporate Image In The Leisure Services Sector", Journal Of Services Marketing (2011).

kualitas produk, keandalan layanan, dan kemudahan penggunaan berperan penting dalam mencapai kepuasan pelanggan yang sesuai dengan harapan. Meningkatkan kepuasan pelanggan pada level ini dapat menghasilkan loyalitas pelanggan yang tinggi dan rekomendasi positif, karena pelanggan merasa bahwa investasi mereka sebanding dengan nilai yang diterima. Oleh karena itu, memahami dan memenuhi harapan pelanggan menjadi strategi yang efektif dalam mencapai tingkat kepuasan yang optimal.

3. Senang dengan keputusannya.

Senang dengan keputusan dalam indikator kepuasan pelanggan merujuk pada perasaan positif yang dialami oleh pelanggan terkait dengan keputusan yang mereka ambil, khususnya terkait dengan pembelian atau penggunaan suatu produk atau layanan. Ketika pelanggan merasa senang dengan keputusan mereka, itu menunjukkan bahwa pengalaman mereka dengan produk atau layanan tersebut memenuhi atau bahkan melampaui harapan mereka. Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi perasaan senang ini meliputi kualitas produk, kinerja layanan, keandalan, dan kepuasan pengguna secara keseluruhan. Jika produk atau layanan memberikan manfaat yang diinginkan dan memberikan pengalaman positif, pelanggan cenderung merasa puas dan senang dengan keputusan mereka.

Perasaan senang dengan keputusan adalah indikator penting karena dapat menjadi pemicu loyalitas pelanggan. Pelanggan yang senang dengan keputusan mereka cenderung menjadi pelanggan setia, melakukan pembelian berulang, dan mungkin memberikan rekomendasi positif kepada orang lain. Oleh karena itu, menciptakan pengalaman yang memuaskan dan memastikan pelanggan merasa senang dengan keputusan mereka adalah tujuan penting dalam upaya meningkatkan kepuasan pelanggan.

4. Persepsi kinerja layanan

Persepsi kinerja layanan adalah penilaian subjektif dari pelanggan terhadap kualitas dan efektivitas layanan yang diberikan oleh suatu perusahaan atau organisasi. Dalam konteks ini, pelanggan membentuk pandangan mereka berdasarkan sejauh mana layanan memenuhi harapan dan kebutuhan mereka. Faktor-faktor yang berpengaruh termasuk kemudahan penggunaan, kecepatan dan efisiensi, ketersediaan fitur dan fungsi, ketersediaan informasi, resolusi masalah, kualitas komunikasi, serta kesesuaian dengan harapan.

Persepsi kinerja layanan yang positif memiliki dampak langsung pada kepuasan pelanggan dan dapat membentuk hubungan jangka panjang antara perusahaan dan pelanggan. Jika pelanggan merasa bahwa layanan tersebut memenuhi atau bahkan melampaui ekspektasi mereka, hal itu dapat menghasilkan tingkat kepuasan yang tinggi, loyalitas, dan potensial rekomendasi positif kepada orang lain. Oleh karena itu, peningkatan dan pemahaman mendalam terhadap aspek-aspek yang memengaruhi persepsi kinerja layanan menjadi kunci untuk mencapai kepuasan pelanggan yang optimal serta membangun hubungan yang berkelanjutan dengan pelanggan.

2. Mobile Banking

a. Pengertian Mobile Banking

Mobile Banking adalah layanan aplikasi yang memungkinkan nasabah bank untuk menjalankan transaksi melalui handphone atau smartphone. Layanan yang ada pada mobile banking mencakup pembayaran, transfer, riwayat, dan lainnya. Penggunaan layanan Mobile Banking pada smartphone memungkinkan nasabah untuk mengatur operasional perbankannya dengan lebih mudah dengan melakukan aktifitas perbankannya tanpa batasan ruang dan waktu. Dengan hadirnya layanan M-

Banking diharapkan dapat memudahkan nasabah untuk mengakses bank tanpa harus datang langsung ke bank.⁸

Mobile Banking merupakan salah satu hasil layanan bank yang banyak diminati oleh para nasabah karena layanan ini membuat nasabah suatu bank mampu melakukan transaksi perbankan serta melihat informasi tentang rekeningnya dengan menggunakan handphone jenis apapun.⁹ Mobile Banking adalah jenis layanan perbankan yang menggunakan perangkat seluler untuk komunikasi (seperti telepon) dan fitur yang mirip dengan ATM, selain kemampuan untuk menarik uang tunai. Selain itu, disebutkan bahwa mobile banking adalah jenis perbankan saluran nirkabel. Mobile banking adalah bagian dari perbankan elektronik yang memanfaatkan teknologi ponsel. Ada dua jenis mobile banking: sms-banking yang menggunakan pesan teks untuk mengirim pembayaran dan wap-banking, layanan internet seluler yang menggunakan koneksi gprs. Mobile banking populer karena mudah digunakan, praktis, lebih aman (berdasarkan nomor ponsel), ramah, dan sehat.¹⁰ Mobile banking adalah layanan perbankan yang dapat diakses langsung melalui telepon seluler / handphone GSM (*global for mobile communication*) dengan menggunakan SMS (*short message service*).¹¹

Mobile Banking kini telah tersebar ke seluruh dunia, tak hanya dinikmati oleh Negara peluncur sistem Mobile Banking saja, seluruh dunia pun telah menikmati kemudahan akses perbankan yang ditawarkan bank melalui Mobile Banking dimana saja melalui perangkat mobile seperti Handphone. Dengan adanya Mobile Banking, pihak bank berusaha mempermudah akses para nasabahnya dalam melakukan transaksi perbankan. Para nasabah bank tidak perlu lagi pergi ke ATM untuk melakukan transaksi, cukup dengan menggunakan telepon seluler.

⁸ Ahmad Syarif Iskandar, Tadjuddin, "Mobile Banking System." Jurnal Ilmiah Manajemen, Vol. 8. No. 2. 2020.

⁹ Wiji Nurastuti, Teknologi Perbankan, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2017).

¹⁰ Teti Anggita Safitri, "Pengaruh Manfaat Dan Kemudahan Terhadap Kepuasan Nasabah Mobile Banking Di Bank Bri Syariah," Jurnal Lentera Bisnis 12, no. 1 (31 Januari 2023).

¹¹ Ikatan Bankir Indonesia, Memahami Bisnis Bank, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2013).

Dari waktu ke waktu, makin banyak bank yang menyediakan layanan atau jasa Internet Banking yang diatur melalui Peraturan Bank Indonesia No. 9/15/PBI/2007 Tahun 2007 tentang Penerapan Manajemen Risiko Dalam Penggunaan Teknologi Informasi Oleh Bank Umum. Penyelenggaraan Internet Banking merupakan penerapan atau aplikasi teknologi informasi yang terus berkembang dan dimanfaatkan untuk menawab keinginan nasabah perbankan yang menginginkan service cepat, aman, nyaman, murah dan tersedia setiap saat (24 jam) dan dapat diakses dari mana saja baik itu dari HP, Komputer, Laptop/Notebook, PDA, dan sebagainya. Bukti nyata bahwa Mobile banking juga tersebar diseluruh dunia yaitu dapat dilihat dari perkembangan Mobile Banking yang ada di negara-negara Eropa khususnya Jerman dan juga negara Amerika Serikat yang mmerupakan negara-negara besar Pengguna Mobile Banking.

Cara kerja M-banking sebenarnya tidak jauh berbeda dengan pengiriman SMS biasa yang sering dilakukan. Nasabah mengirimkan SMS kepada nomor yang telah disediakan oleh pihak bank dengan isi pesan berupa kode tertentu. Selain itu, setiap kali mengirimkan sebuah SMS, di dalam pesan yang dikirimkan ikut serta di dalamnya adalah PIN untuk mengakses M-banking tersebut. Apabila kode dan PIN yang dimasukkan benar maka permintaan transaksi akan diterima. Sebaliknya, apabila salah satu isi pesan, baik kode pesan maupun PIN tidak sesuai maka permintaan transaksi akan ditolak.¹² Dengan adanya kerjasama antara bank dan operator seluler serta nasabah maka transaksi dapat dilakukan dengan mudah di mana saja yang disebut dengan mobile banking. Bila seseorang melakukan transaksi maka bank akan membuat konfirmasi bahwa pada jam, hari, tanggal, tahun tertentu telah terjadi transaksi. Bila nasabah tidak merasa melakukan transaksi maka berhak membatalkan transaksi tersebut.

Jadi dapat disimpulkan bahwa, Mobile Banking merupakan layanan yang memungkinkan nasabah bank melakukan transaksi perbankan melalui ponsel atau

¹² Vyctoria, Bongkar Rahasia E-Banking Security dengan Teknik Hacking dan Carding, (Yogyakarta: 2013)

smartphone. Layanan mobile banking dapat digunakan dengan menggunakan menu yang sudah tersedia melalui aplikasi yang dapat diunduh dan diinstal oleh nasabah. Mobile banking menawarkan kemudahan jika dibandingkan dengan SMS banking karena nasabah tidak perlu mengingat format pesan SMS yang akan dikirimkan ke bank dan juga nomor tujuan SMS banking.

b. Indikator Mobile Banking

Mobile Banking (M-Banking) adalah suatu layanan perbankan yang diberikan oleh pihak bank untuk mendukung kelancaran dan kemudahan kegiatan di perbankan yang berkaitan dengan transaksi non tunai. Indikator penggunaan mobile banking menurut Davis dibagi menjadi lima indikator yaitu sebagai berikut;¹³

1. Aplikasi Mudah Digunakan.

Mobile banking yang mudah digunakan memiliki antarmuka yang simpel, pendaftaran yang cepat, navigasi yang mudah dimengerti, dan transaksi yang jelas. Pengaturan akun bisa dilakukan dengan mudah, notifikasi memberikan informasi berguna, dan panduan pengguna tersedia jika diperlukan. Desain yang konsisten, optimalisasi untuk berbagai perangkat, dan kecepatan responsif

2. Layanan dapat dijangkau dari mana saja (Fleksibel)

Mobile banking menawarkan kelebihan dalam hal fleksibilitas dengan memungkinkan pengguna mengakses layanan perbankan dari berbagai lokasi. Fleksibilitas ini mempermudah pengguna untuk melakukan transaksi atau mengelola keuangan pribadi tanpa terikat oleh lokasi fisik tertentu. Dengan kata lain, pengguna dapat dengan mudah menggunakan layanan perbankan ini dari mana saja, menambah kenyamanan dan aksesibilitas dalam mengelola aspek keuangan mereka.

3. Murah.

merujuk pada biaya atau transaksi yang rendah atau bahkan gratis. Aplikasi mobile banking yang menawarkan layanan dengan biaya rendah atau tanpa

¹³ Badaruddin, Risma, "Pengaruh Fitur Layanan dan Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking (Studi Pada Masyarakat Desa Rantau Rasau Kecamatan Berbak)" Jurnal Margin Vol.1 No.1 (2021).

biaya tambahan dapat memberikan nilai tambah bagi pengguna. Ini berarti pengguna dapat melakukan transaksi, seperti transfer dana atau pembayaran tagihan, tanpa harus membayar biaya yang signifikan.

4. Aman.

Keamanan dalam aplikasi mobile banking diwujudkan melalui otentikasi kuat, enkripsi data, perlindungan terhadap serangan siber, pemantauan aktivitas mencurigakan, pemberitahuan transaksi, kepatuhan terhadap standar keamanan industri, logout otomatis, dan pembaruan sistem berkala. Ini bertujuan untuk melindungi informasi keuangan dan data pribadi pengguna dengan memberikan lapisan keamanan yang optimal. Keamanan aplikasi juga memerlukan partisipasi aktif dari pengguna dalam menjaga kerahasiaan informasi login dan menerapkan praktik keamanan yang disarankan.

5. Dapat Diandalkan (*Reliable*)

Keandalan aplikasi mobile banking melibatkan ketersediaan layanan yang tinggi, stabilitas sistem, waktu respon cepat, pemulihan cepat dari kegagalan, pemeliharaan terjadwal, pemberitahuan gangguan, sinkronisasi akurat, dan dukungan pelanggan yang responsif. Ini menciptakan lingkungan yang dapat diandalkan bagi pengguna, memastikan pengalaman transaksi yang lancar dan konsisten. Keandalan aplikasi mobile banking sangat penting agar pengguna dapat mempercayai layanan ini dalam aktivitas keuangan mereka.

c. Keunggulan dan Kelemahan Mobile Banking

Keunggulan Mobile Banking yaitu nasabah dapat melakukan transaksi dimana saja dan kapan saja tanpa dibatasi waktu. Layanan pada Mobil Banking meliputi: transaksi finansial, transaksi non finansial, transfer dana, cek saldo dan pembayaran tagihan yang dilakukan lewat telepon seluler.¹⁴ Mobile banking pada dasarnya digunakan untuk mempermudah nasabah yang ingin melakukan transaksi tanpa

¹⁴ Miftahuddin, Hendarsyah Decky, "Analisis Perbandingan Fasilitas Aplikasi Mobile Banking Bank Syariah Mandiri KCP. Bengkalis Dengan Bank Mandiri KC. Bengkalis," *Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita* 8, no. 1 (19 Juni 2019).

melalui teller atau ATM. Nasabah bisa melakukan transaksi seperti cek saldo, membayar tagihan listrik, membeli pulsa, *transfer*, dan lain sebagainya hanya dengan menggunakan *mobile banking*. Dengan memanfaatkan *mobile banking* banyak keuntungan yang diperoleh nasabah terutama apabila dilihat dari banyaknya waktu dan tenaga yang dapat dihemat karena *mobile banking* jelas bebas antrian dan dapat dilakukan dari mana saja sepanjang nasabah memiliki sarana pendukung untuk melakukan layanan *mobile banking*. *Mobile banking* bisa diakses melalui satu tahap yaitu: melalui SMS Toolkit. Nasabah bisa menggunakan *mobile banking* melalui menu dari SIM Card, tergantung dari *provider* yang nasabah gunakan. Setiap *provider* mempunyai menu *mobile banking* yang berbeda. Untuk bisa menggunakan *mobile Banking*, nasabah harus mendaftar ke bank untuk mendapatkan *password* agar bisa mengakses layanan ini. Sama dengan layanan Bank lainnya, pada dasarnya, *mobile banking* juga memiliki sejumlah keunggulan dan kekurangannya.¹⁵

Berikut Kelebihan menggunakan *mobile banking* menurut Otoritas Jasa Keuangan dapat dirinci sebagai berikut yaitu:¹⁶

- 1) Mudah diakses meskipun koneksi internet lambat.
- 2) Jangkauan koneksi lebih luas dibandingkan dengan menggunakan internet banking.
- 3) Fitur yang ditampilkan lebih mudah dipahami dan sederhana.
- 4) Biaya yang dikenakan relative lebih rendah dibandingkan menggunakan internet banking.
- 5) Aman dan meminimalisasi risiko penipuan.
- 6) Memudahkan nasabah dalam menjangkau bank.
- 7) Dapat diakses 24 jam sehari.

¹⁵ Annisa Fitri Iriani, "Minat Nasabah Dalam Penggunaan Mobile Banking Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Kota Palopo" *DINAMIS:Journal of Islamic Management and Bussines*, Vol.2, No. 2 (Oktober 2018).

¹⁶ Dwi Mutiara Sari, Muhammad Iqbal Fasa, Suharto, "Manfaat Dan Risiko Penggunaan Layanan Perbankan Melalui Aplikasi Mobile Banking," *Al-Infaq: Jurnal Ekonomi Islam* 12, no. 2 (29 Desember 2021).

Berikut kekurangan dan kelemahan *Mobile Banking*:

- 1) Dengan menggunakan *Mobile Banking*, nasabah bisa bertransaksi keuangan dengan mudah dan praktis dimanapun nasabah tersebut berada.
- 2) Jika dari sisi keamanan, transaksi keuangan menggunakan *Mobile Banking* lebih terjaga dikarenakan data-data bisa dengan mudah dapat dihapus.
- 3) Kurang fleksibel akibat terbatasnya pengelolaan transaksi keuangan sehingga tidak bisa membuat transaksi keuangan yang banyak dalam satu waktu sekaligus.
- 4) Relatif lebih mahal saat pemakaian *mobile banking* karena terkadang terjadi penambahan biaya administrasi lainnya untuk transaksi-transaksi tertentu.
- 5) Kekurangan lainnya dalam penggunaan *mobile banking* yaitu dimana ketika nasabah harus menghafalkan setiap kode yang dibutuhkan untuk melakukan masing-masing transaksi. Dimana setiap transaksi yang dilakukan menggunakan kode yang berbeda-beda, oleh sebab itu jika nasabah lupa dengan nomor kode yang dibutuhkan, maka nasabah tidak akan bisa melakukan transaksi.
- 6) Setiap transaksi yang terjadi maka selalu ada pemotongan biaya administrasi sebesar 500 rupiah hal inilah yang menjadi alasan kenapa tidak semua nasabah menggunakan atau meminati layanan *mobile banking*.¹⁷

3. Transaksi

Transaksi adalah setiap aktivitas yang terjadi diantara dua atau lebih pihak yang dapat menimbulkan perubahan terhadap posisi keuangan dan kepemilikan kekayaan di antara dua pihak tersebut. Transaksi biasanya berkaitan erat dengan urusan keuangan dan juga kepemilikan produk (baik barang maupun jasa). Transaksi dapat dilaksanakan baik oleh organisasi kelompok maupun oleh perorangan. Transaksi juga

¹⁷ Annisa Fitri Iriani, "Minat Nasabah Dalam Penggunaan Mobile Banking Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Kota Palopo" *DINAMIS: Journal of Islamic Management and Bussines*, Vol.2, No. 2 (Oktober 2018).

dapat berlangsung antar pihak dalam organisasi maupun dengan pihak luar organisasi/perorangan.

Transaksi merupakan sebuah kegiatan yang dilakukan oleh 2 orang atau lebih yang merubah sebuah objek benda, harta dan keuangan yang dimiliki menjadi objek yang bertambah maupun berkurang, dalam hal ini contoh dari kegiatan transaksi yang dilakukan meliputi jual beli, membayar hutang, serta yang berhubungan dengan kegiatan ekonomi. Dalam kegiatan transaksi tentunya atas kerelaan dua belah pihak. Transaksi ini telah dijelaskan dalam ayat al quran yaitu QS Al-Baqarah ayat 254

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَنْفِقُوا مِمَّا رَزَقْنَاكُمْ مِنْ قَبْلِ أَنْ يَأْتِيَكُمْ يَوْمٌ لَا بَيْعَ فِيهِ وَلَا خُلَّةً وَلَا شَفَاعَةً ۗ وَالْكَافِرُونَ هُمُ الظَّالِمُونَ ﴿٢٥٤﴾

Terjemahnya:

Wahai orang-orang yang beriman, infakkanlah sebagian dari rezeki yang telah Kami anugerahkan kepadamu sebelum datang hari (Kiamat) yang tidak ada (lagi) jual beli padanya (hari itu), tidak ada juga persahabatan yang akrab, dan tidak ada pula syafaat. Orang-orang kafir itulah orang-orang zalim.¹⁸

Transaksi merupakan sebuah peristiwa pada lingkup bisnis yang di dalamnya tidak hanya ada proses jual dan beli serta pembayaran juga penerimaan uang, tetapi dalam hal ini juga mementingkan sebuah kehilangan, arus, peristiwa buruk juga peristiwa lainnya yang saling berkaitan yang kemudian dinilai dengan menggunakan uang.¹⁹

Berdasarkan pengertian-pengertian tersebut dapat kita simpulkan bahwa transaksi adalah aktivitas yang melibatkan dua pihak atau lebih dan dapat

¹⁸ Departemen Agama RI, *Al-Quran dan terjemahannya*, (Jakarta: Lajnah Pentashihan mushaf Al-Qur'an Gedung Bayt Al-Qur'an & Museum Istiqlal Jalan Raya Taman Mini Indonesia Indah Pintu)

¹⁹ Qanitah Nabila, Nafisah Maulidia Chusma, Cindy Nurul Aulia Putri, Fitri Nur Latifah, "Implementasi etika bisnis islam dalam transaksi jual beli online pada E-Commerce Popular di Indonesia." *Jurnal Perbankan Syariah Darussalam*, Vol. 1. No. 2. 2021.

menyebabkan perubahan dalam posisi keuangan serta kepemilikan aset di antara mereka, seringkali berkaitan dengan urusan keuangan dan kepemilikan barang atau jasa. Transaksi dapat dilakukan oleh individu, kelompok, atau organisasi, baik dalam maupun luar konteks organisasi. Ini mencakup berbagai kegiatan seperti jual beli, pembayaran, dan aspek ekonomi lainnya. Secara umum, transaksi adalah peristiwa ekonomi dan keuangan yang melibatkan upaya bersama dua orang atau lebih, melibatkan elemen peminjaman dan pinjaman, serta memperhitungkan peraturan hukum yang berlaku. Dalam bisnis, transaksi tidak hanya terbatas pada jual-beli, pembayaran, dan penerimaan uang, melainkan juga mempertimbangkan kerugian, arus kas, serta peristiwa terkait lainnya yang saling terkait dan dinilai dalam konteks nilai uang.

4. E-Commerce Shopee

a. E-Commerce

Perjalanan e-commerce di Indonesia dimulai pada tahun 1999 yang menjadi awal mula lahirnya ecommerce di Indonesia, Forum KASKUS menjadi cikal bakal toko online di Indonesia yang didirikan oleh Andrew Darwis disusul oleh Bhinneka.com yang juga menjadi tempat jual-beli secara online di Indonesia, perkembangan e-commerce yang pesat merupakan dampak dari masyarakat yang mulai mengenal internet secara luas. Kesadaran pemerintah akan potensi dari efek perdagangan elektronik membuat pemerintah untuk menyusun Undang-Undang terkait hal tersebut, hal ini beriringan dengan semakin tumbuhnya ecommerce di Indonesia ditandai dengan munculnya startup - startup situs jual-beli seperti TokoBagus pada tahun 2005, Bukalapak dan situs-situs marketplace lainnya antara tahun 2007 sampai dengan puncak persaingan marketplace pada tahun 2015. Masyarakat Indonesia mulai beralih dari model jual-beli konvensional ke jual-beli online diakibatkan dari berkembangnya teknologi yang mempermudah manusia dalam menjalankan segala kegiatannya termasuk dalam kegiatan ekonomi. E-commerce mempunyai manfaat bagi masyarakat, dimana ecommerce memungkinkan orang untuk bekerja di dalam

rumah dan tidak harus keluar rumah untuk berbelanja, memungkinkan sejumlah barang dagangan dijual dengan harga lebih murah dan memungkinkan orang di wilayah pedesaan untuk dapat menikmati beragam produk dan jasa yang akan susah mereka dapatkan tanpa e-commerce. Di Indonesia pertumbuhan e-commerce sangat pesat, terutama 4 tahun terakhir, peningkatannya mencapai 500 persen, ini juga dibuktikan dari hasil riset google dan termasuk dalam laporan e-ConomySEA 2018 yang menunjukkan bahwa transaksi e-commerce Indonesia mencapai US\$ 27 miliar atau setara dengan Rp 391 triliun.²⁰

E-Commerce adalah suatu sistem atau paradigma baru dalam dunia bisnis, yang menggeser paradigma perdagangan tradisional menjadi *electronic commerce* yaitu dengan memanfaatkan teknologi ICT (*Information and Communication Technology*). *E-Commerce* dapat diartikan sebagai bisnis yang dilakukan secara elektronik yang melibatkan aktivitas-aktivitas bisnis berupa B2B (*Business to Business*), B2C (*Business to Consumer*), C2B (*Consumer to Business*), ataupun C2C (*Consumer to Consumer*) melalui teknologi internet.²¹ *E-commerce* telah dikembangkan untuk mengubah bisnis tradisional menjadi lebih efisien, mudah dan lebih cepat diterapkan. Asal mula konsep *e-commerce* adalah EDI (*Electronic Data Interchange*) yang memungkinkan perusahaan untuk melakukan kegiatan bisnis tanpa hardcopy berupa kertas ataupun proses manual lainnya. Oleh karena sifat *e-commerce* tersebut, maka perkembangan *e-commerce* selalu tergantung pada perkembangan teknologi dan Undang-Undang yang berlaku di suatu negara.²²

E-Commerce merupakan aktivitas penjualan barang dan jasa yang dilakukan oleh perusahaan menyediakan aplikasi tertentu sehingga proses jual beli barang/jasa yang dilakukan berlangsung lancar tidak mengalami hambatan, meskipun para pihak yang melakukan transaksi lokasinya sangat berjauhan dan tidak saling bertemu fisik. Selain itu, perdagangan secara online juga memudahkan pembeli dalam bertransaksi,

²⁰ Rahayu, *Pertumbuhan E-Commerce Pesat di Indonesia*, 2019.

²¹ S. Haryanti, Irianto, "Rancang Bangun Sistem Informasi ECommerce untuk Usaha Fashion Studi Kasus Omah Mode Kudus," *J. Speed - Sentra Penelit. Eng. dan Edukasi*, vol. 3, no. 1, 2013.

²² M. Pradana, "Klasifikasi Bisnis E-Commerce Di Indonesia," *Modus*, vol. 27, no. 2, 2015.

dan telah menjadi cara baru yang sangat diminati oleh konsumen.²³ Untuk mendukung kegiatan jual beli barang/jasa tersebut maka bagi para pihak yang akan melakukan penggunaan mobile commerce ini, harus didukung dengan peralatan elektronik seperti portabel/mobile: telepon genggam HP berbasis Android, Note book, komputer. Ketika pihak pembeli memesan barang/jasa kepada pihak pengelola mobile commerce dengan menggunakan komputer wajib menggunakan internet sehingga kegiatan transaksi jual beli tersebut dapat dilakukan. Perubahan aktivitas penjualan dari manual ke mobile commerce membutuhkan persiapan dan kemampuan manajerial.²⁴

1) Latar Belakang munculnya E-Commerce

terdapat tiga factor utama munculnya *e-commerce* di era digital ini, ketiga faktor tersebut adalah:

- a) Perkembangan internet, ini menjadi landasan utama bagi munculnya E-Commerce. Internet memberikan platform global yang memungkinkan orang untuk terhubung dan berkomunikasi tanpa batasan geografis. Dengan semakin banyak orang yang memiliki akses internet, potensi untuk melakukan transaksi online menjadi lebih besar.
- b) Kemajuan dalam teknologi informasi dan telekomunikasi memainkan peran kunci. Perangkat *mobile*, komputer, dan konektivitas yang semakin baik memungkinkan orang mengakses internet dengan lebih mudah, memfasilitasi pertumbuhan E-Commerce.
- c) Perubahan pola pikir dan gaya hidup manusia di era digital, terutama yang terkait dengan kesibukan dan mobilitas, mendorong kebutuhan akan solusi belanja yang lebih efisien. E-Commerce memberikan fleksibilitas kepada konsumen untuk berbelanja kapan saja dan di mana saja.

²³ Andi Bahri S, Muzdalifah Muhammadun, and Nurul Qisti Al Ihfa, "Literasi Jualan Online untuk Meningkatkan Pemasaran Hasil Kerajinan pada Komunitas Industri Kreatif Cangkang Di Kota Parepare", JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri) 6, no. 2 (2022): 1369.

²⁴ Paramitha, Tinjauan Pustaka Tinjauan Pustaka, (Tegal : 2017)

- d) Keamanan dan kepercayaan, Perkembangan teknologi keamanan online meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap transaksi online. Sistem keamanan yang lebih baik, termasuk enkripsi data dan metode pembayaran yang aman, membantu mengurangi risiko pencurian informasi.
- e) Kemudahan berbisnis, e-commerce memberikan peluang kepada perusahaan, terutama yang berskala kecil dan menengah, untuk memulai bisnis dengan biaya yang lebih rendah dibandingkan dengan membuka toko fisik.

2) Jenis-Jenis E-Commerce

E-commerce dibedakan menjadi tujuh jenis berdasarkan kepada siapa saja pelaku (penjual dan pembeli) yang terlibat di dalamnya, bagaimana interaksi antara pembeli dan penjual, serta proses yang terjadi di dalamnya. Tujuh jenis *e-commerce* tersebut adalah:

a) *E-commerce Business To Business (B2B)*

Yaitu transaksi elektronik yang dilakukan antar organisasi. Misalnya perusahaan pemasok bahan kimia bertransaksi dengan perusahaan pembuat cat tembok.

b) *E-commerce Retail Atau Business To Customer (B2C)*

Tipe *e-commerce* ini biasa disebut dengan e-tailing karena transaksi yang terjadi adalah antara perusahaan penjual dengan seorang pelanggan langsung, atau pembeli retail.

c) *E-commerce Customer To Business (C2B)*

Yaitu transaksi elektronik dimana seorang individu menggunakan internet untuk menjual barang/jasa kepada sebuah perusahaan.

d) *E-commerce Customer To Customer (C2C)*

Yaitu transaksi elektronik dimana seorang individu menjual barang atau jasa kepada individu lain.

e) *E-commerce Business To Government (B2G)*

Yaitu pemerintah bekerja sama dengan pihak bisnis (perusahaan swasta) dalam bentuk penyediaan regulasi (aturan yang disepakati bersama), penyediaan media untuk aplikasi abgi pemerintah dan dunia bisnis, serta pemberian akreditasi bagi website *e-commerce* yang digunakan oleh pihak atau kelompok bisnis (perusahaan swasta) untuk kegiatan *e-commerce business to government* ini.

f) *E-commerce Government To Business (G2B)*

Merupakan transaksi penjualan *online* berbasis web dan mobile yang dilakukan pemerintah kepada perusahaan. Contohnya lelang sejumlah asset pemerintahan (peralatan kantor, gedung, tanah dan barang sitaan) untuk kemudian digunakan sebagai tambahan biaya pembangunan, serta tender proyek yang melibatkan perusahaan swasta akan bekerja sama dengan pemerintah untuk mewujudkan proyek yang bersangkutan.

g) *E-commerce Government To Citizen (G2C)*

Merupakan *e-commerce* yang melibatkan pemerintah (pemerintah pusat dan daerah) dengan masyarakat umum (pribadi maupun kelompok tetapi bukan perusahaan) . Sebagai contoh pemerintah suatu wilayah melelang sejumlah peralatan kantor dan beberapa gedung kepada masyarakat umum, serta penyediaan layanan transaksi *online* pembayaran pajak, layanan *online* pembayaran sertifikat, akta, dan lain-lain.

3) Kelebihan dan kekurangan *E-Commerce*

Dibawah ini merupakan beberapa keuntungan dan kekurangan yang dapat diperoleh ketika suatu bisnis memutuskan untuk menggunakan internet dalam bertransaksi.

Kelebihan *E-Commerce* :

- a) Memiliki jangkauan yang luas, bahkan global (*world wide*). Dengan jangkauan yang luas suatu bisnis dapat diketahui oleh calon pelanggan

dari tempat manapun, perusahaan juga dapat mendapatkan pelayanan dari pemasok dengan harga terbaik walaupun berjarak sangat jauh dari kantor pusat perusahaan.

- b) Mempermudah perusahaan untuk menerapkan metode JIT (*Just in Time*) dalam manajemen persediaan. Dengan menerapkan *e-commerce*, perusahaan tidak perlu menyetok barang persediaan hal ini dikarenakan transaksi pesanan dari pelanggan dapat langsung direspon cepat oleh perusahaan. kemudian perusahaan langsung meneruskan pesanan tersebut kepada pemasok. Pemasok akan mengirimkan langsung barang kepada pelanggan. Hal tersebut dapat meminimalkan jumlah barang persediaan yang ada di perusahaan serta mengurangi biaya pengiriman barang.
- c) Mengurangi biaya operasional seperti biaya pemasaran, gaji karyawan, sewa kantor showroom dan pemeliharaan persediaan. hal tersebut disebabkan perusahaan cukup menerima pesanan melalui situs yang telah dibangun. Dalam situs tersebut menampung katalog produk yang dijual, prosedur pemesanan, metode pembayaran dan pilihan pengiriman yang dapat dipilih langsung oleh pelanggan.
- d) Pelayanan lebih cepat kepada pelanggan, hal ini disebabkan karena pelanggan dapat langsung memberikan pertanyaan, keluhan, maupun saran melalui portal yang sudah disediakan oleh perusahaan bahkan perusahaan biasanya dapat langsung merespon melalui fitur percakapan langsung.

E-Commerce, meskipun memberikan banyak manfaat dan kemudahan, juga memiliki beberapa kekurangan yang perlu diperhatikan:

- a) Keamanan Transaksi

Masalah keamanan transaksi online menjadi perhatian utama, termasuk risiko pencurian identitas, penipuan kartu kredit, dan serangan siber terhadap

data pelanggan. Keamanan informasi yang kurang dapat merugikan pelanggan dan mengurangi kepercayaan terhadap platform E-Commerce.

b) Keterbatasan Pengalaman Berbelanja

Beberapa konsumen lebih suka pengalaman berbelanja tradisional di toko fisik, di mana mereka dapat melihat, merasakan, dan mencoba produk secara langsung. E-Commerce belum sepenuhnya dapat mereplikasi pengalaman ini, terutama dalam sektor produk yang memerlukan pengalaman fisik.

c) Biaya Pengiriman dan Pengembalian

Biaya pengiriman dan pengembalian barang dapat menjadi faktor penghambat, terutama jika biayanya tinggi. Beberapa pelanggan mungkin enggan melakukan pembelian online jika biaya pengiriman diperlukan atau jika proses pengembalian tidak efisien.

d) Tidak Dapat Dilihat Secara Langsung

Pelanggan tidak dapat melihat atau meraba produk secara langsung sebelum pembelian. Ini dapat menjadi hambatan, terutama untuk produk seperti pakaian atau barang-barang fashion di mana aspek visual dan sentuhan memiliki peran penting.

e) Tantangan Logistik

Penanganan logistik, terutama dalam hal pengiriman produk yang cepat dan efisien, dapat menjadi tantangan. Hal ini bisa mempengaruhi kepuasan pelanggan jika pengiriman tidak sesuai dengan harapan atau terdapat keterlambatan.

f) Isu Privasi

Pengumpulan data pelanggan dan privasi online dapat menjadi isu sensitif. Pelanggan khawatir tentang bagaimana data mereka digunakan dan dijamin keamanannya.

b. Shopee

Salah satu marketplace yang saat ini sangat diminati di kalangan millennial adalah Shopee.co.id. Shopee adalah platform perdagangan elektronik yang diluncurkan pada tahun 2015 dibawah naungan SEA Group yang berkantor pusat di Singapura. Hingga saat ini Shopee telah memperluas jangkauannya ke Malaysia, Thailand, Taiwan, Indonesia, Vietnam, dan Filipina.²⁵ Shopee merupakan marketplace *online* yang dimiliki oleh PT. Garena Indonesia untuk proses jual beli melalui ponsel dengan konsep sosial media *shopping*. Shopee menawarkan berbagai macam produk-produk mulai dari produk fashion sampai dengan produk untuk kebutuhan sehari-hari. Shopee hadir dalam bentuk aplikasi mobile untuk memberikan kemudahan pada penggunanya dalam melakukan kegiatan belanja online tanpa harus membuka *website* melalui perangkat komputer. Shopee merupakan platform web sekaligus aplikasi mobile, Marketplace Shopee ini merupakan wadah belanja online yang sangat mudah diakses oleh kaum millennial, hal ini dikarenakan Shopee lebih fokus pada aplikasi mobile daripada platform web yang dimilikinya, sehingga masyarakat lebih mudah melakukan berbagai transaksi melalui ponselnya saja. Selain proses transaksi jual beli yang sangat mudah dan kekinian, Shopee juga memberikan berbagai fitur yang sangat menarik pada aplikasi mobile Shopee, seperti 9.9 sale, serba 10 ribu, flash sale, gratis ongkir minimal belanja Rp.0, cashback & voucher, Shopee games, ShopeePay, serta yang terbaru adalah ShopeePayLater, dan masih banyak lagi.

Shopee merupakan salah satu *e-commerce* termuda yang berkembang dengan pesat dalam pasar jual beli online. *Marketplace* berbasis mobile ini secara resmi masuk ke Indonesia pada tahun 2015 dan pada 2018 telah meraih 1,5 juta transaksi dalam waktu 24 jam hal ini merupakan rekor baru bagi *marketplace e-commerce* Shopee merupakan salah satu *e-commerce* termuda yang berkembang dengan pesat dalam pasar jual beli online. *Marketplace* berbasis mobile ini secara resmi masuk ke

²⁵ Riyadi, Implementasi E-Commerce sebagai Media Penjualan Online (Studi Kasus pada Toko Pastbrik Kota Malang), 2016.

Indonesia pada tahun 2015 dan pada 2018 telah meraih 1,5 juta transaksi dalam waktu 24 jam hal ini merupakan rekor baru bagi *marketplace e-commerce* di Indonesia. di Indonesia.

Shopee merupakan “Jual beli online berbasis aplikasi *mobile*, yang sedang berkembang di negara Indonesia”. Secara resmi shopee mulai masuk ke negara Indonesia pada tahun 2015. Shopee memfasilitasi fitur-fitur dimana pengguna dapat menjual dan membeli berbagai produk, serta adanya penawaran yang menarik dengan harga yang relatif murah dan gratis ongkos kirim ke wilayah Indonesia.²⁶

C. Kerangka Konseptual

Penelitian ini berjudul “Analisis Kepuasan Pelanggan M-Banking BRIMO dalam bertransaksi di E-Commerce Shopee (Studi Kasus : Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Parepare).”, dan agar lebih memahami lebih dalam penelitian ini maka penulis memberikan keterangan dan penjelasan dari beberapa kata yang mungkin dianggap perlu agar setidaknya dapat dipahami.

1. Analisis Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya.²⁷ Dari definisi di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa kepuasan pelanggan yang ditinjau dari sisi pelanggan yaitu mengenai apa yang telah dirasakan pelanggan atas pelayanan yang telah diberikan dibandingkan dengan apa yang mereka inginkan. Sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil yang diinginkan tidak memenuhi harapan. Kepuasan pelanggan terhadap suatu produk ataupun jasa, sebenarnya sesuatu yang sulit untuk didapat jika perusahaan jasa atau industri tersebut tidak benar-benar mengerti apa yang diharapkan oleh konsumennya.

²⁶ Widya Sastika, “Analisis Kualitas Layanan Dengan Menggunakan E-Service Quality Untuk Mengetahui Kepuasan Pelanggan Belanja Online Shoppe (Studi Kasus : Pelanggan Shopee Di Kota Bandung 2017),” *Jurnal Sosial dan Humaniora*, Vol.2 No.2 (Juli 2018).

²⁷ Kotler, P dan Keller, Manajemen Pemasaran, PT. Inseks Jakarta, 2016.

2. Mobile Banking BRIMO

Mobile Banking (M-Banking) diluncurkan pertama kali oleh Excelcom pada akhir 1995 dan respon yang didapat juga beragam. Latar belakang dari kemunculan *Mobile banking* ini juga disebabkan oleh bank-bank yang saat ini ingin mendapat kepercayaan dari setiap nasabahnya. Dan salah satu cara yang dilakukan yaitu dengan pemanfaatan teknologi. Teknologi yang tumbuh dengan pesat, harus dimanfaatkan secara cermat dan tepat. Berbagai teknologi menyediakan terobosan baru yang dapat digunakan oleh bank dalam usahanya untuk selalu meningkatkan kualitas layanan yang ada. Sehingga dari situlah bank-bank yang ada diseluruh dunia membuat suatu inovasi baru dengan meluncurkan *Mobile Banking*. Contohnya di Indonesia, baik bank pemerintah maupun bank swasta nasional berlomba-lomba untuk meluncurkan teknologi *Mobile Banking*.

Mobile banking BRIMO adalah layanan perbankan yang dapat diakses melalui perangkat mobile, seperti smartphone ataupun tablet. Dengan *mobile banking* BRIMO, pengguna dapat melakukan sejumlah aktivitas perbankan, termasuk cek saldo, transfer dana, membayar tagihan, *top up*, dan bahkan berbelanja secara online. Layanan ini memberikan kenyamanan kepada pengguna dengan memungkinkan mereka mengakses rekening dan melakukan transaksi kapan saja dan dimana saja menggunakan perangkat mobile para pengguna.

Mobile banking merujuk pada pemeriksaan dan pemahaman tentang bagaimana pengguna merasa dan berinteraksi dengan layanan *mobile banking* BRIMO saat berbelanja dan melakukan transaksi di *E-Commerce* Shopee. Peran *mobile banking* BRIMO adalah sebagai subjek inti yang ingin diteliti. Ini berfokus pada pemahaman bagaimana pengguna berinteraksi, mengalami dan merespon layanan *mobile banking* BRIMO saat berbelanja di shopee. *Mobile banking* BRIMO menjadi pusat perhatian untuk mengidentifikasi kepuasan pengguna, retensi pengguna, respon pengguna dan umpan balik pengguna. Dengan demikian, *Mobile banking* BRIMO menjadi objek penting yang dapat membantu dalam menggali pengalaman pengguna.

Untuk melakukan transaksi M-Banking BRIMO di E-Commerce, pastikan pengguna telah memiliki user BRIMO, setelah itu ketika berbelanja di e-commerce cukup dengan memilih menu pembayaran BRIMO E-payment di halaman Checkout pembayaran, lalu login menggunakan user ID BRIMO, Verifikasi OTP dan Transaksi selesai.

3. E-Commerce Shopee

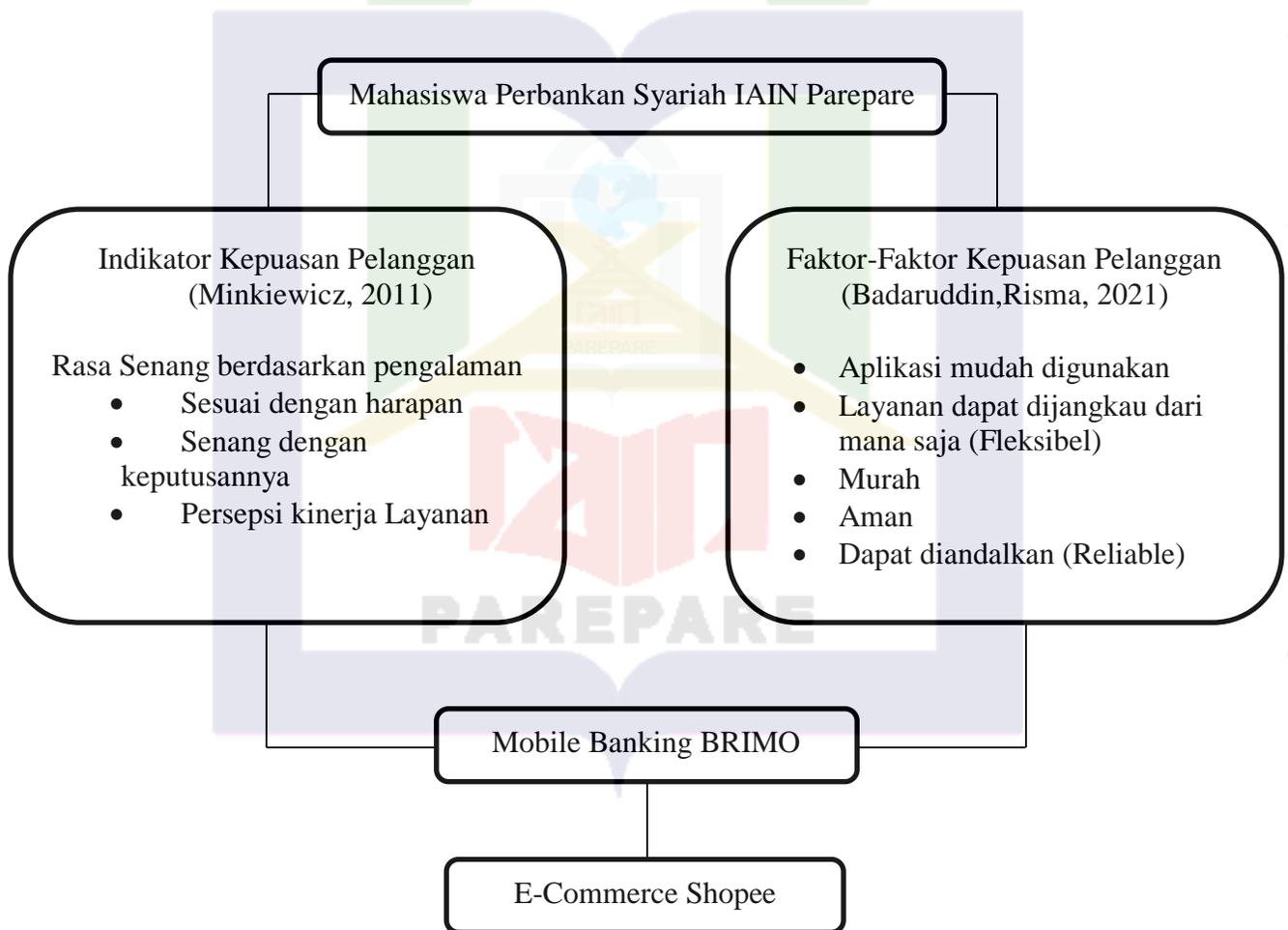
E-Commerce Shopee adalah sebuah *platform* belanja online atau situs web yang memungkinkan pengguna untuk membeli berbagai produk dan layanan secara elektronik. Shopee menyediakan berbagai kategori produk, seperti pakaian, benda elektronik, makanan dan masih banyak lagi yang dapat dibeli dan dijual oleh pengguna. Platform ini memfasilitasi transaksi online, pembayaran elektronik dan berbagai fitur *E-Commerce* lainnya, membuat shopee menjadi salah satu *marketplace* terkemuka di Asia Tenggara.

Peran *E-Commerce* adalah sebagai lingkungan tempat terjadinya interaksi nyata antara pengguna *mobile banking* BRIMO dan pengalaman pengguna. Shopee menyediakan data transaksi, konteks transaksi, dan sumber daya yang penting untuk menggali bagaimana *mobile banking* BRIMO mempengaruhi pengalaman pengguna ketika berbelanja dan bertransaksi. Ini juga memungkinkan untuk mengevaluasi efektivitas *mobile banking* BRIMO sebagai alat pembayaran dan manajemen transaksi di platform *E-Commerce*, serta memahami interaksi sehari-hari pengguna dengan layanan tersebut di lingkungan praktis.

D. Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir merupakan suatu dasar pemikiran yang mencakup penggabungan antara teori, fakta, observasi, serta kajian pustaka, yang nantinya dijadikan landasan dalam melakukan menulis karya tulis ilmiah. Karena menjadi dasar, kerangka berpikir ini dibuat ketika akan memaparkan konsep-konsep dari penelitian.

Kerangka berpikir juga bisa dikatakan sebagai visualisasi dalam bentuk bagan yang saling terhubung. Dengan bagan itu dapat dikatakan bahwa kerangka berpikir merupakan suatu alur logika yang berjalan dalam suatu penelitian. Jadi secara umum contoh kerangka berpikir adalah alur dari suatu permasalahan yang ingin dipaparkan di dalam penelitian, mulai dari awal sampai akhir. Penelitian ini adalah penelitian yang menggunakan metode penelitian kualitatif dengan judul penelitian tentang “Analisis Pengalaman Pengguna M-Banking BRIMO dalam bertransaksi di *E-Commerce* Shopee (Studi Pada Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Parepare)”. Untuk lebih jelasnya dapat kita lihat pada gambar dibawah ini.



Gambar 2.1 Bagan Kerangka Pikir

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Berdasarkan pada judul yang diangkat oleh peneliti, yang berjudul tentang Analisis Kepuasan Pelanggan M-Banking BRIMO dalam bertransaksi di E-Commerce Shopee (Studi Pada Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Parepare) sehingga dalam penelitian ini diperlukan penelitian kualitatif. penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang tidak dapat dicapai dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau cara-cara lain dari kuantifikasi (pengukuran).²⁸

Penelitian ini termasuk penelitian kualitatif deskriptif, karena penelitian ini bertujuan memberikan gambaran lengkap tentang keadaan objek yang diteliti. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan (field research) yaitu penelitian survei dengan cara menyebarkan pertanyaan dalam bentuk kuesioner kepada responden sebagai instrumen penelitian.

Berdasarkan pada judul yang diangkat oleh peneliti, maka dari penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif, yaitu dimana penelitian yang bertujuan agar menjelaskan suatu fenomena social atau kejadian serta peristiwa. Penelitian ini termasuk penelitian lapangan (*field research*), yaitu meneliti peristiwa ataupun kejadian yang ada pada lingkungan sebagaimana adanya.²⁹ Hal tersebut sesuai dengan prosedur penelitian yang mewujudkan data-data deskriptif, seperti kata-kata yang tertulis dan perkataan dari setiap seseorang maupun pada yang diamati. Pada penelitian deskriptif tidak diartikan untuk mempelajari hipotesis tertentu, tetapi hanya untuk mengilustrasikan apa adanya tentang suatu variabel, keadaan ataupun gejala.

²⁸ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2020).

²⁹ Rifka Agustiani, *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif* (TOHAR MEDIA, 2022).

Metode penelitian kualitatif merupakan sebagai tata cara atau prosedur penelitian yang mendapatkan data deskriptif seperti kata dan lisan dari orang-orang yang berperilaku dapat diamati pada pendekatan tersebut ditujukan pada dasar dan individu secara holistik atau menyeluruh, sehingga pada variabel dan juga hipotesis, namun sangat perlu diperhatikan sebagai bagian dari suatu keutuhan.

B. Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah Angkatan 19 IAIN Parepare berjumlah 120 mahasiswa. Teknik pengambilan subjek yang digunakan adalah Purposive Sampling, sehingga jumlah sampel 8 orang dari jumlah populasi.

C. Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi penelitian

Lokasi penelitian yang akan dijadikan tempat untuk melaksanakan penelitian yang berkaitan dengan masalah yang diangkat dalam penelitian ini adalah di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare. Alasan peneliti memilih lokasi tersebut di karenakan lokasinya dekat dari tempat tinggal peneliti dan juga objek yang diteliti ada pada IAIN Parepare.

2. Waktu Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan selama 1 Bulan (d disesuaikan waktu peneliti), dimana peneliti akan melakukan wawancara dan mengumpulkan dokumen yang dapat digunakan sebagai referensi atau pendukung hasil penelitian.

D. Fokus Penelitian

Fokus penelitian merupakan pemusatan konsentrasi terhadap tujuan yang sedang dilakukan, atau dengan kata lain ialah garis besar dari pengamatan penelitian. Penelitian ini difokuskan kepada Analisis Kepuasan Pelanggan M-Banking BRIMO dalam bertransaksi di E-Commerce Shopee (Studi Pada Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Parepare).

E. Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Data

Jenis data yang digunakan oleh peneliti adalah data kualitatif yang dimana data kualitatif tersebut berbentuk kalimat deskriptif dan bukan berupa bentuk angka. Selain itu, data kualitatif diperoleh dari hasil wawancara, observasi, serta dokumen-dokumen lainnya yang mendukung penelitian.

2. Sumber Data

Sumber data adalah subjek dari mana data diperoleh. Data adalah kumpulan hasil pengukuran terhadap variabel yang berisi informasi tentang karakteristik variabel.³⁰ Sumber data yang digunakan yaitu:

a. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh dari sumber pertama baik dari individu atau perseorangan seperti wawancara atau hasil pengisian kuesioner. Dalam penelitian ini, data primer diperoleh dari hasil wawancara dan observasi kepada narasumber yaitu Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Parepare. Dari sumber data primer ini akan didapatkan melalui wawancara dengan subjek penelitian dan dengan menggunakan observasi atau pengamatan secara langsung ditempat tersebut. Kelebihan dari data primer yaitu data lebih mencerminkan kebenaran berdasarkan dengan apa yang dilihat dan didengar langsung oleh peneliti sehingga unsur-unsur kebohongan dari sumber yang fenomenal dapat dihindari. Sedangkan kekurangannya terdapat pada waktu yang relatif lama serta biaya yang dikeluarkan relatif besar. Pada penelitian ini data primer seperti catatan hasil dari wawancara dan dari hasil pengamatan langsung dilapangan yang didapatkan dari hasil wawancara dengan Mahasiswa perbankan syariah IAIN Parepare.

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data primer yang telah diolah lebih lanjut dan disajikan oleh pihak pengumpul data primer atau oleh pihak lain misalnya dalam

³⁰Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2012).

bentuk table-tabel maupun diagram.³¹ Data sekunder merupakan sumber data penelitian yang peroleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara (diperoleh dan dicatat oleh pihak lain).³²

Data sekunder yaitu data yang sumbernya tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data yang diperoleh secara tidak langsung atau juga dari media perantara, bukti yang telah ada atau arsip baik yang dipublikasikan ataupun yang tidak dipublikasikan secara umum. Dengan kata lain, teknik pengumpulan data dari peneliti ini dengan cara berkunjung ke perpustakaan pusat kajian, pusat arsip atau membaca banyak hal yang berhubungan dengan penelitiannya. Pada sumber data ini yaitu sekunder difungsikan sebagai pendukung suatu informasi dari sumber data primer dari hasil wawancara dengan nasabah.

F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian yaitu mendapatkan data. Pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai setting, berbagai sumber dan berbagai cara.³³ jika dilihat dari pengertian dari metode pengumpulan data menurut ahli metode pengumpulan data berupa suatu pernyataan tentang sifat, keadaan, kegiatan tertentu dan sejenisnya. Adapun metode pengumpulan data yang diperlukan penulis dalam penelitian ini yaitu:

1. Observasi (Pengamatan)

Observasi (pengamatan) merupakan suatu pengamatan secara langsung dengan sistematis terhadap gejala-gejala yang hendak diteliti. Dengan menggunakan metode observasi, peneliti melakukan pengamatan secara langsung mengenai kegiatan dan

³¹ Umar Husein, *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis*, (Jakarta: Rajawali, 2013).

³² Indriantoro, Nur, dan Supomo Bambang, *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi Dan Manajemen*, (Yogyakarta: BPF, 2013).

³³ Sugiyono, *Metodologi Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*, (Bandung: CV. Alfabeta, 2019), h 18.

kondisi tempat penulis melakukan penelitian pada Mahasiswa Perbankan syariah IAIN Parepare.³⁴

2. Interview (Wawancara)

Metode *Interview* atau wawancara adalah teknik yang dilakukan dengan cara pengumpulan data yang menggunakan pertanyaan secara lisan kemudian dijawab kepada subjek peneliti.³⁵ Wawancara langsung ditujukan pada Mahasiswa Perbankan syariah IAIN Parepare.

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan suatu cara yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi dalam bentuk buku, arsip, dokumen, tulisan angka dan gambar yang berupa laporan serta keterangan yang dapat mendukung penelitian.³⁶ Pada teknik pengumpulan data dengan cara dokumentasi, peneliti tersebut dapat mencari informasi namun bukan dari orang sebagai narasumber, tetapi mereka yang mendapatkan informasi dari beberapa sumber yang tertulis ataupun dari dokumen yang ada di pemberi informasi.

Teknik dokumentasi pada penelitian kualitatif adalah pelengkap dari penggunaan metode observasi wawancara. Dokumentasi yaitu mengumpulkan dokumen dan data-data yang dibutuhkan dalam permasalahan penelitian kemudian ditelaah kepercayaan dan pembuktian suatu kejadian. Hasil dari observasi dan wawancara akan lebih kredibel atau dapat dipercayai jika didukung dengan dokumen yang membahas tentang fokus penelitian.

Penelitian ini dokumentasinya diperoleh dari nasabah yang dapat diwawancarai berupa data, foto, screenshot ataupun segala bentuk dokumentasi yang dapat merekam aktivitas di IAIN parepare.

³⁴ Harbani, Pasolong, *Kepemimpinan Birokrasi*, (Bandung: CV.Alfabeta, 2013).

³⁵ Sanusi Anwar, *Metodologi Penelitian Bisnis*, (Jakarta: Penerbit Salemba Empat, 2014).

³⁶ Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*, (Bandung: Alfabeta, 2015), h 329.

G. Uji Keabsahan Data

Uji keabsahan data merupakan derajat kepercayaan atas data penelitian yang diperoleh dan bisa dipertanggung jawabkan kebenarannya.³⁷ Dalam uji keabsahan data dilakukan untuk memastikan bahwa apakah penelitian yang dilakukan betul-betul merupakan penelitian ilmiah sekaligus menguji data yang diperoleh. Ada beberapa poin yang dilakukan dalam uji keabsahan data dalam penelitian meliputi uji *creadibility, transferability, dependability, dan confirmability*.

Pemeriksaan pada keabsahan data pada dasarnya, selain digunakan untuk menyanggah baik yang dituduhkan kepada penelitian kualitatif yang mengatakan tidak ilmiah, tentunya juga sebagai unsur yang tidak terpisahkan dari tubuh pengetahuan penelitian kualitatif.

Agar nantinya data dalam penelitian ini dapat dipertanggungjawabkan sebagai penelitian ilmiah maka perlu dilakukan uji keabsahan datanya, berikut uji keabsahan data yang dapat dilakukan:

1. Triangulasi

Triangulasi adalah teknik pengumpulan data yang sifatnya menggabungkan berbagai data dan sumber yang telah ada.³⁸ Triangulasi merupakan pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai waktu. Hal ini dilakukan dalam pengujian kredibilitas atau uji kepercayaan, dengan demikian terdapat triangulasi sumber, triangulasi teknik pengumpulan data dan waktu. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan triangulasi teknik untuk menguji kredibilitas data, hal ini dilakukan untuk mengecek data kepada sumber data dengan teknik yang berbeda. Contohnya untuk mengecek data bisa melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Apabila teknik uji kredibilitas data yang dilakukan dan hasil yang didapatkan berbeda maka peneliti dapat melakukan didkusi lebih lanjut dengan sumber data untuk memastikan bahwa data mana yang dianggap benar.

³⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2015), h 92.

³⁸ Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2015), h 83.

2. Menggunakan bahan referensi

Referensi merupakan pendukung untuk membuktikan data yang telah ditemukan oleh peneliti. Dalam laporan penelitian, sebaiknya data-data yang dikemukakan perlu dilengkapi dengan foto-foto atau dokumen autentik, sehingga menjadi lebih dapat dipercaya.

H. Teknik Analisis Data

Analisis data digunakan sering kali dalam pengambilan data pada sebuah penelitian. Penelitian dapat menganalisis setiap data yang telah terkumpul dilapangan melalui teknik ini serta mengelola data dan menarik kesimpulan berdasarkan dari data-data yang telah didapatkan serta memberinya gambaran yang adapada lokasi penelitian.

Pada dasarnya analisis data ialah sebuah proses untuk mengatur urutan data dan mengorganisasikannya kedalam suatu pola, kategori dan satuan urutan dasar yang sehingga dapat ditentukan tema dan rumusan kerja seperti yang telah disarankan oleh data itu sendiri. Pekerjaan menganalisis data dalam hal mengatur, mengurutkan, mengelompokkan, memberi kode serta mengkategorikan data yang telah terkumpul, baik itu dari catatan lapangan, suatu gambar, foto dan dokumen yang berupa isi laporan. Analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung terus menerus sampai tuntas. Penelitian ini adalah penelitian kualitatif, sehingga analisis data yang akan di terapkan adalah analisis kualitatif. Analisis ini menggunakan analisis data model miles dan huberman yang meliputi reduksi data, display data, dan penarikan kesimpulan dan verifikasi.³⁹

Pengumpulan data merupakan kegiatan yang menguraikan atau mempertemukan semua keseluruhan data yang telah didapatkan dari tinjauan lapangan secara langsung baik itu berupa hasil observasi, wawancara, ataupun data-data yang telah terbentuk suatu dokumen tanpa terkecuali. Penyajian data, mengupayakan menerangkan sebuah data untuk dilihat dari gambaran keseluruhan atau bagian-bagian tertentu dari

³⁹ Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2015), h 246.

penelitian tersebut. Untuk lebih jelasnya deskripsi dalam proses analisis data kualitatif ini, maka perlu ditentukan beberapa tahapan dan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Pengumpulan Data

Pengumpulan data adalah langkah awal dari penelitian. Data yang telah dikumpulkan merupakan data yang mempunyai kaitan dengan penelitian sehingga dapat menjawab permasalahan-permasalahan yang diajukan dalam rumusan masalah ini.

2. Reduksi Data

Reduksi data diartikan sebagai proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabsrakan dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan yang tertulis dilapangan.⁴⁰ Mereduksi data biasanya diartikan merangkum, memilih hal-hal yang pokok, dan memfokuskan pada hal-hal yang sangat penting, sehingga dicari tema dan polanya. Kemudian adapun tahapan-tahapan, untuk mereduksi data yaitu antara lain: membuat ringkasan, memberi kode, menelusuri tema dan menyusun laporan dengan lengkap dan terperinci.

3. Penyajian Data

Penyajian data ialah menyajikan sekumpulan informasi yang telah tersusun dan memungkinkan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan.⁴¹ Dalam penyajian data ini merupakan penyampaian informasi berdasarkan data yang telah didapatkan.

4. Penarikan Kesimpulan atau Verifikasi

Verifikasi data dan penarikan kesimpulan adalah upaya untuk mengartikan data yang ditampilkan dengan melibatkan permasalahan peneliti. Tahap ini ialah tahap penarikan kesimpulan yang dari semua data yang telah dikumpulkan sebagai hasil dari penelitian ini. Penarikan kesimpulan atau verifikasi merupakan usaha untuk

⁴⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: PT. Alfabet, 2016), h 247.

⁴¹ Imam Suprayogo, Tobroni, *Metode Penelitian Sosial Agama*. 2016.

mencari dan memahami arti keteraturan, pola-pola, penjelasan, serta, alur sebab akibat dan proporsinya.⁴²



⁴² Rasyid Harun, Metode Penelitian Kualitatif Bidang Ilmu Sosial Agama. 2014.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

Hasil penelitian ini mengacu pada rumusan masalah yang telah diuraikan pada bagian pendahuluan penelitian. Rumusan masalah menjadi rujukan masalah hasil penelitian yang terkait dengan Analisis Kepuasan Pelanggan M-Banking BRIMO dalam bertransaksi di E-Commerce Shopee (Studi Kasus pada Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Parepare). Dari hasil penelitian tersebut telah dilakukan melalui tahapan observasi, dan wawancara yang dilakukan di lokasi penelitian.

Penelitian ini dilaksanakan selama 1 bulan setelah dikeluarkannya surat izin penelitian oleh kampus Institut Agama Islam Negeri Parepare yang ditujukan kepada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi Perbankan Syariah IAIN Parepare. Adapun pendekatan penelitian ini dilakukan dengan pendekatan penelitian kualitatif deskriptif. Adapun hasil observasi dan wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti terkait dengan Analisis Kepuasan Pelanggan M-Banking BRIMO dalam bertransaksi di E-Commerce Shopee (Studi pada Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Parepare) adalah sebagai berikut:

1. Kepuasan mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Parepare menggunakan M-Banking BRIMO dalam bertransaksi di E-Commerce Shopee

Kepuasan yang pelanggan rasakan atas kualitas produk maupun kualitas pelayanan dapat mendorong kepercayaan pelanggan untuk melakukan pembelian. Selain itu, kepuasan pelanggan juga dapat mendorong adanya kepercayaan dan loyalitas pelanggan. Pelanggan adalah seseorang atau organisasi yang menggunakan atau membeli produk atau layanan dari suatu perusahaan. Secara umum, pelanggan dapat dianggap sebagai individu atau entitas yang melakukan transaksi untuk mendapatkan manfaat atau memenuhi kebutuhan mereka dengan menggunakan produk atau layanan yang ditawarkan oleh pihak lain. Manfaat yang didapatkan salah seorang mahasiswa IAIN Parepare yaitu kemudahan bertransaksi di E-Commerce

terbukti dari hasil wawancara dari salah seorang mahasiswa, Muhammad Lutfi Sudirman mengungkapkan :

Seperti kita ketahui bahwa Bank BRI sangat mudah dijangkau. Contohnya, agen BRI Link banyak tersebar di berbagai titik lokasi, seperti di Kota Parepare, yang memiliki 5-6 agen yang mudah diakses. Lebih mudahnya lagi sekaarang sudah ada M-Banking, saya menggunakan M-Banking BRIMO. Menggunakan Mobile Banking Lebih mudah lagi karena kita sudah bisa melakukan transaksi diamanapun dan kapanpun, asalkan sudah memiliki akun dan memiliki saldo. Dan juga fitur-fitur dalam layanan Mobile banking BRIMO juga memberikan saya kemudahan. Pihak dari Bank BRI sendiri mengklaim bahwa terdapat lebih dari 200 fitur dalam M-Banking BRIMO, khususnya di bagian transaksi.⁴³

Berdasarkan hasil wawancara dengan Muhammad Lutfi Sudirman bahwa Bank BRI mudah dijangkau dan agen agen BRI Link banyak tersebar di berbagai lokasi, seperti di Kota Parepare, yang memiliki 5-6 agen. Ia juga mengaku menggunakan M-Banking yang justru lebih memudahkannya lagi dalam hal bertransaksi dikarenakan cukup melalui handphone saja. Menurut Lutfi Sudirman, Mobile Banking BRIMO ini memberikan banyak kemudahan. Fitur-fitur Mobile banking BRIMO, menurut klaim dari pihak Bank BRI, mencakup lebih dari 200 fitur, terutama di bagian transaksi. Hal ini sejalan dengan yang dikatakan oleh Rizal seorang Mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah yang juga menggunakan mobile banking BRIMO, mengatakan bahwa:

Saya memutuskan menggunakan Mobile Banking BRIMO untuk bertransaksi di Shopee karena ingin mempermudah proses pembayaran saya. Layanan dari Mobile Banking BRIMO memberikan saya kemudahan dengan antarmuka yang cepat, sehingga saya dapat melakukan pembayaran dengan mudah. Selain itu, fitur-fitur yang disediakan oleh BRIMO, seperti penyesuaian nominal transaksi dengan detail pembayaran di Shopee, membuat proses berbelanja saya lebih lancar.⁴⁴

Dari hasil wawancara tersebut Rizal mengatakan bahwa Penggunaan Mobile Banking BRIMO dalam bertransaksi di Shopee memberikan kesan positif dengan

⁴³ Muhammad Lutfi Sudirman, Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Parepare, *Wawancara* di Institut Agama Islam Negeri (IAIN Parepare), 3 Desember 2023

⁴⁴ Rizal, Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Parepare, *Wawancara* di Institut Agama Islam Negeri (IAIN Parepare), 4 Desember 2023

antarmuka yang cepat dan fitur-fitur seperti penyesuaian nominal, memberikan pengalaman berbelanja online yang mudah, efisien, dan lebih lancar bagi pengguna. Begitupun yang dikatakan oleh Dwiyuni Zhalsabillah yang dimana ia juga seorang mahasiswa Perbankan Syariah yang juga menggunakan M-Banking BRIMO dalam bertransaksi di E-Commerce Shopee. Ia mengungkapkan bahwa:

Saya memilih menggunakan Mobile Banking BRIMO untuk bertransaksi di Shopee karena saya merasa sangat terbantu karena kemudahan penggunaannya. Proses pembayaran lebih cepat dan efisien, saya merasa tidak ada kerumitan yang menghambat proses transaksi saya. Ini membantu saya menyelesaikan pembelian dengan mudah, ini menjadikan pengalaman berbelanja online saya terutama di shopee tidak memakan banyak waktu. Dengan kata lain, kesederhanaan yang baik membuat Mobile Banking BRIMO menjadi pilihan yang praktis dan ramah pengguna untuk bertransaksi di Shopee.⁴⁵

Berdasarkan hasil wawancara dengan Dwiyuni Zhalsabillah, ia mengatakan bahwa dengan menggunakan Mobile Banking BRIMO untuk bertransaksi di Shopee, pengalaman berbelanja online menjadi lebih menyenangkan berkat kemudahan penggunaan mobile banking BRIMO. Proses pembayaran yang cepat dan tanpa hambatan menjadikan Mobile Banking BRIMO sebagai pilihan praktis yang memberikan kenyamanan dan efisiensi dalam berbelanja online di E-Commerce Shopee. Begitupun yang dikatakan oleh Iin Safitri terkait kepuasan dan kepercayaan menggunakan M-Banking BRIMO dalam bertransaksi di E-Commerce Shopee, ia mengatakan bahwa :

Alhamdulillah, tingkat kepuasan saya terhadap pengalaman menggunakan Mobile Banking Brimo sangat tinggi, terutama ketika berbelanja di Shopee. sangat memuaskan karena M-Banking BRIMO tidak hanya mempermudah proses transaksi, tetapi juga menyediakan kemudahan dalam pembayaran yang pas dengan nominal yang tersedia di E-Commerce Shopee. Selain itu, kelebihan M-Banking BRIMO dalam menyediakan nominal pembayaran yang sesuai dengan transaksi di Shopee memberikan saya kenyamanan, sehingga saya tidak perlu lagi melakukan perhitungan tambahan .⁴⁶

⁴⁵ Dwiyuni Zhalsabillah, Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Parepare, *Wawancara* di Institut Agama Islam Negeri (IAIN Parepare), 3 Desember 2023

⁴⁶ Iin Safitri, Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Parepare, *Wawancara* di Institut Agama Islam Negeri (IAIN Parepare), 9 Desember 2023

Berdasarkan hasil wawancara dengan Iin Safitri mengatakan bahwa ia sebagai pengguna Mobile Banking Brimo merasakan tingkat kepuasan yang tinggi, khususnya saat berbelanja di Shopee. Hal ini disebabkan oleh kemudahan yang diberikan oleh M-Banking BRIMO dalam proses transaksi, serta ketersediaan nominal pembayaran yang pas dengan kebutuhan belanjanya di Shopee. Kelebihan Mobile Banking ini memberikannya kenyamanan. Dengan demikian, Mobile Banking BRIMO dinilai memberikan pengalaman berbelanja online yang sangat memuaskan. Hal ini sejalan dengan yang dikatakan oleh Haswadi, ia mengungkapkan bahwa :

Faktor yang membuat saya senang menggunakan Mobile Banking BRIMO adalah kemudahannya yang tidak perlu menggunakan uang tunai. Ini memberikan kenyamanan karena saya hanya perlu mengisi saldo pada Mobile Banking BRIMO untuk melakukan berbagai transaksi. Selain itu, keamanan dan kemudahan pengelolaan keuangan juga menjadi alasan utama kepuasan saya. Dengan fitur-fitur ini, saya merasa lebih terkontrol dalam mengelola keuangan pribadi saya.⁴⁷

Berdasarkan hasil wawancara dengan Haswadi mengatakan bahwa Mobile Banking BRIMO memberikan kepuasan karena faktor utama seperti kemudahan tanpa uang tunai, kenyamanan pengisian saldo, keamanan transaksi, dan kemudahan pengelolaan finansial pribadi. Dengan mengutamakan fitur-fitur tersebut, Mobile Banking BRIMO tidak hanya memberikan solusi praktis dalam bertransaksi, tetapi juga memberikan pengguna kontrol yang lebih baik dalam mengelola keuangan pribadinya. Hal ini sejalan dengan yang dikatakan oleh Kardilla, ia mengungkapkan bahwa :

menurut saya, M-Banking BRIMO berhasil memenuhi ekspektasi saya dengan sangat baik. Sebagai mahasiswa, kemudahan dan keamanan menjadi prioritas utama dalam pengelolaan keuangan saya. Dengan M-Banking BRIMO, saya merasakan kemudahan mengakses dan mengontrol rekening kapan saja dan di mana saja. Selain itu, sebagai mahasiswa, M-Banking BRIMO memberikan fleksibilitas dalam menjalani gaya hidup modern atau digital pada zaman saat ini. Saya dapat dengan mudah melakukan pembayaran tagihan, transfer, atau bahkan berbelanja online, karena kebetulan saya juga sering melakukan transaksi jual beli

⁴⁷ Haswadi, Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Parepare, *Wawancara* di Institut Agama Islam Negeri (IAIN Parepare), 6 Desember 2023

di salah satu E-Commerce yaitu shopee, dengan menggunakan M-Banking BRIMO saya merasa proses transaksi saya lebih mudah, cepat dan aman.. Dengan kombinasi kemudahan aksesnya dan tingkat keamanan yang tinggi, M-Banking BRIMO ini membantu mempermudah dan meningkatkan pengalaman finansial saya sebagai mahasiswa.⁴⁸

Berdasarkan hasil wawancara dengan Kardilla, mengatakan bahwa M-Banking BRIMO telah berhasil memenuhi ekspektasinya dengan sangat baik. ia menyoroti kemudahan akses dan kontrol atas rekening, ditambah dengan fitur keamanan seperti otentikasi dua faktor yang memberikan kepercayaan lebih dalam setiap transaksi. Fleksibilitas yang diberikan oleh M-Banking BRIMO dalam menjalani gaya hidup digital memberikan ia kenyamanan dalam melakukan berbagai aktivitas keuangan, termasuk pembayaran tagihan, transfer, dan berbelanja online. Dengan kombinasi kemudahan akses dan tingkat keamanan yang tinggi, M-Banking BRIMO dianggap sebagai alat yang membantu mempermudah dan meningkatkan pengalaman finansialnya. Begitupun yang dikatakan oleh Umniyah yang juga salah satu mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah IAIN Parepare yang menggunakan M-Banking BRIMO, ia mengungkapkan bahwa :

Kepuasan yang saya dapatkan dari memanfaatkan layanan mobile banking yang dapat diperkuat dengan melihat aspek waktu dan tenaga yang dapat dihemat. Dengan transaksi melalui mobile banking, saya tidak perlu lagi antri di bank atau ATM, sehingga waktu yang tadinya terbuang untuk menunggu dapat saya manfaatkan untuk kegiatan lain yang lebih produktif. Selain itu, kebebasan untuk melakukan transaksi dari mana dan kapan saja, selama terhubung dengan jaringan internet, memberikan kemudahan yang luar biasa.⁴⁹

Berdasarkan hasil wawancara dengan Umniyah mengatakan bahwa pemanfaatan layanan mobile banking memberikan kepuasan yang signifikan melalui segi waktu dan tenaga. Dengan menghindari antrian di bank atau ATM, waktu yang sebelumnya terbuang dapat dialokasikan untuk kegiatan lebih produktif. Fleksibilitas untuk melakukan transaksi dari berbagai lokasi dan kapan saja, asalkan terhubung dengan

⁴⁸ Kardilla, Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Parepare, *Wawancara* di Institut Agama Islam Negeri (IAIN Parepare), 10 Desember 2023

⁴⁹ Umniyah, Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Parepare, *Wawancara* di Institut Agama Islam Negeri (IAIN Parepare), 7 Desember 2023

jaringan internet, memberikan kebebasan dalam mengelola keuangan secara efisien sesuai dengan kebutuhan dan gaya hidup modern. Begitupun yang dikatakan oleh Iftar Nur Akbar, ia mengungkapkan bahwa :

Kemudahan dan kenyamanan yang saya rasakan selama menggunakan mobile banking sangat terasa, terutama karena transaksi dapat dilakukan dengan mudah melalui smartphone yang selalu saya bawa. Tidak perlu lagi datang ke bank atau mesin ATM, saya dapat melakukan transfer, pembayaran tagihan, dan cek saldo bahkan berbelanja online hanya dengan menggunakan aplikasi m-banking BRIMO. Apalagi saya sering melakukan jual beli di E-Commerce shopee, m-banking sangat cocok untuk saya gunakan disetiap transaksi saya.⁵⁰

Berdasarkan wawancara dengan Iftar Nur Akbar, ia mengungkapkan bahwa penggunaan mobile banking, khususnya melalui aplikasi M-Banking BRIMO, memberikan kemudahan dan kenyamanan dalam mengelola transaksi keuangan sehari-hari. Faktor utama yang menciptakan kenyamanan adalah aksesibilitas yang diberikan oleh smartphone, memungkinkan pengguna untuk melakukan berbagai transaksi seperti transfer, pembayaran tagihan, cek saldo, dan bahkan berbelanja online tanpa perlu mengunjungi bank atau mesin ATM. Selain itu, kecocokan m-banking dengan aktivitas jual beli di platform E-Commerce seperti Shopee menjadi nilai tambah. Hal ini menunjukkan bahwa m-banking tidak hanya mempermudah transaksi keuangan, tetapi juga mendukung kebutuhan pengguna dalam berbagai aktivitas ekonomi online.

2. Faktor Kepuasan Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Parepare menggunakan M-Banking BRIMO dalam bertransaksi di E-Commerce Shopee

Keputusan untuk memilih Mobile Banking BRIMO sebagai alat untuk bertransaksi di Shopee oleh mahasiswa Perbankan di IAIN Parepare dapat dijelaskan oleh beberapa pertimbangan yang melibatkan kemudahan, keamanan, insentif, dan reputasi layanan. Pertama, mahasiswa mungkin memilih Mobile Banking BRIMO

⁵⁰ Iftar Nur Akbar, Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Parepare, *Wawancara* di Institut Agama Islam Negeri (IAIN Parepare), 6 Desember 2023

karena kemudahan akses dan antarmuka pengguna yang ramah, memudahkan mereka dalam melakukan transaksi online dengan cepat dan efisien.

Aspek keamanan juga dapat menjadi faktor kunci dalam keputusan ini. Mobile Banking BRIMO yang menawarkan fitur keamanan yang tinggi memberikan kepercayaan kepada mahasiswa untuk melakukan transaksi online dengan aman, menjaga kerahasiaan dan keamanan data pribadi mereka. Selanjutnya, adanya insentif seperti promosi dan diskon khusus untuk transaksi di Shopee melalui Mobile Banking BRIMO mungkin menjadi daya tarik tambahan. Mahasiswa dapat merasa terdorong untuk memilih Mobile Banking sebagai alat transaksi mereka demi mendapatkan manfaat lebih lanjut. Reputasi baik M-Banking BRIMO sebagai penyedia layanan perbankan juga dapat memainkan peran penting dalam keputusan ini. Reputasi yang baik menciptakan kepercayaan dan keyakinan bahwa layanan tersebut dapat diandalkan, membuat mahasiswa merasa nyaman dan yakin dalam memilih Mobile Banking BRIMO untuk bertransaksi di Shopee. Aspek-aspek yang telah dijelaskan tersebut terbukti dari hasil wawancara dari salah seorang mahasiswa, Muhammad Lutfi Sudirman mengungkapkan bahwa :

M-Banking BRIMO ini sangat menonjol dalam transparansinya terutama saat bertransaksi di Shopee, dengan kejelasan harga barang, harga ongkir, dan biaya admin. Dibandingkan M-Banking lainnya, bagi saya M-Banking BRIMO lebih baik dalam memberikan informasi rinci, dan juga memberikan kepercayaan lebih kepada pengguna. Keunggulan ini membuat M-Banking BRIMO menjadi pilihan unggul bagi saya, dan terkhusus juga bagi pengguna M-Banking yang mencari kejelasan dan keamanan dalam setiap transaksi.⁵¹

Berdasarkan hasil wawancara dengan Muhammad Lutfi Sudirman mengungkapkan bahwa secara keseluruhan M-Banking BRIMO sangat menonjol dalam transparansinya, terutama ketika digunakan untuk bertransaksi di Shopee. Kejelasan yang diberikan terkait harga barang, ongkir, dan biaya admin menjadikan M-Banking BRIMO lebih unggul dibandingkan dengan M-Banking lainnya. Bagi ia pribadi, M-Banking BRIMO memberikan informasi yang lebih rinci dan

⁵¹ Muhammad Lutfi Sudirman, Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Parepare, *Wawancara di Institut Agama Islam Negeri (IAIN Parepare)*, 3 Desember 2023

meningkatkan tingkat kepercayaan dalam setiap transaksi. Oleh karena itu, ia cenderung lebih memilih M-Banking BRIMO sebagai pilihan utamanya, terutama jika lebih mencari kejelasan dan keamanan dalam bertransaksi. Sama halnya yang dikatakan oleh Rizal, ia mengatakan bahwa :

Kelebihan yang paling saya pertimbangkan dalam menggunakan M-Banking BRIMO untuk bertransaksi di Shopee adalah kemampuannya memfasilitasi pembayaran saat tidak ada uang tunai atau saldo di ATM saya. jika Dibandingkan dengan M-Banking lainnya, bagi saya m-banking BRIMO lebih baik karena tetap memungkinkan transaksi meskipun saldo ATM kosong, memberikan fleksibilitas yang tinggi dalam situasi darurat keuangan. Beberapa aplikasi M-Banking lainnya mungkin memerlukan saldo atau koneksi dengan rekening tertentu, yang dapat menjadi kendala. Penggunaan M-Banking BRIMO memberikan solusi praktis dan mudah diakses, memungkinkan saya untuk tetap berbelanja online tanpa khawatir tentang ketersediaan dana pada saat itu.⁵²

Berdasarkan hasil wawancara dengan Rizal mengatakan bahwa kelebihan utama yang membuatnya memilih M-Banking BRIMO untuk bertransaksi di Shopee adalah kemampuannya memfasilitasi pembayaran tanpa adanya uang tunai atau saldo di ATM. Dibandingkan dengan M-Banking lainnya, menurutnya M-Banking BRIMO lebih cocok digunakan karena tetap memungkinkan transaksi bahkan saat saldo ATM kosong, memberikan fleksibilitas tinggi dalam situasi darurat keuangan. Hal ini berbeda dengan beberapa aplikasi M-Banking lain yang mungkin memerlukan saldo atau koneksi dengan rekening tertentu, menjadi suatu kendala. Penggunaan M-Banking BRIMO memberikan solusi yang praktis dan mudah diakses, memungkinkannya untuk tetap berbelanja online tanpa perlu khawatir tentang ketersediaan dana pada saat itu. Begitupun yang dikatakan oleh Haswadi, ia mengungkapkan bahwa :

integrasi yang efektif dengan Shopee, kelancaran proses transaksinya, dan fitur keamanan tambahan menjadikan M-Banking BRIMO opsi yang lebih menarik bagi saya dalam bertransaksi di E-Commerce Shopee jika dibandingkan dengan metode pembayaran lainnya. Dalam perbandingan dengan beberapa M-Banking lainnya, saya merasa M-Banking BRIMO lebih unggul dengan kemampuannya

⁵² Rizal, Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Parepare, *Wawancara* di Institut Agama Islam Negeri (IAIN Parepare), 4 Desember 2023

memberikan kemudahan dalam bertransaksi di Shopee. dan jika dilihat di beberapa aplikasi M-Banking mungkin menghadapi kendala dalam kecepatan atau memerlukan waktu lebih lama untuk menyelesaikan transaksi. Fitur keamanan tambahan yang ditawarkan oleh BRIMO memberikan tingkat kepercayaan yang lebih tinggi, sesuatu yang mungkin tidak sejelas pada beberapa M-Banking lain yang kurang memfokuskan perlindungan tambahan. Melalui integrasi yang baik, transaksi yang cepat, dan fitur keamanan yang handal, M-Banking BRIMO menjadi opsi yang lebih menarik dan dapat diandalkan untuk mendukung pengalaman belanja online di Shopee.⁵³

Berdasarkan hasil wawancara dengan Haswadi mengatakan bahwa M-Banking BRIMO lebih menonjol dalam bertransaksi di Shopee berkat integrasinya yang efektif, kelancaran proses transaksi, dan fitur keamanan tambahan. Menurutnya M-Banking BRIMO memberikan kemudahan dan keunggulan, sementara beberapa aplikasi lain mungkin menghadapi kendala dalam kecepatan atau waktu transaksi yang lebih lama. Fitur keamanan tambahan di M-Banking BRIMO memberikan tingkat kepercayaan yang lebih tinggi, sesuatu yang mungkin kurang terlihat pada M-Banking lain yang fokusnya lebih rendah dalam hal keamanan atau perlindungan tambahan. Dengan integrasi yang baik, transaksi yang cepat, dan keamanan yang handal, BRIMO menjadi opsi menarik dan andal untuk pengalaman belanja online di Shopee. Sama halnya dengan yang dikatakan oleh Dwiyuni Zhalsabillah, ia mengatakan bahwa:

Untuk aspek tertentu, fitur M-Banking mungkin tampak serupa dengan pilihan lainnya. Namun, yang membuat M-Banking BRIMO lebih baik menurut saya adalah kecepatan yang bisa dikatakan sangat cepat dibandingkan dengan M-Banking lainnya. Proses transaksi yang lebih cepatnya dan terpercaya menjadi keunggulannya, memberikan kepuasan bagi pelanggan yang lebih efisien dan tanpa hambatan. Ketika dibandingkan dengan beberapa opsi M-Banking lainnya, bagi saya M-Banking BRIMO menjadi solusi yang dapat diandalkan untuk memenuhi kebutuhan transaksi harian dengan responsibilitas yang terbilang tinggi. Kelebihan ini membuktikan bahwa itu tidak hanya sebatas fitur, tetapi juga

⁵³ Haswadi, Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Parepare, *Wawancara* di Institut Agama Islam Negeri (IAIN Parepare), 6 Desember 2023

performa yang membuat M-Banking BRIMO menjadi pilihan yang lebih unggul dan diandalkan.⁵⁴

Berdasarkan hasil wawancara dengan Dwiyuni Zhalsabillah, ia mengatakan bahwa meskipun fitur M-Banking mungkin serupa dengan opsi lainnya, M-Banking BRIMO lebih menonjol dikarenakan kecepatan transaksinya yang sangat cepat. Proses yang lebih efisien dan terpercaya memberikan keunggulan yang signifikan, memberikan kepuasan pelanggan tanpa hambatan. Dalam perbandingan dengan beberapa M-Banking lainnya, menurutnya M-Banking BRIMO menjadi solusi yang dapat diandalkan untuk kebutuhan transaksi harian dengan responsibilitas yang terbilang tinggi. Kelebihan ini menegaskan bahwa keunggulan M-Banking BRIMO tidak hanya terletak pada fitur, tetapi juga pada kinerja yang membuatnya menjadi pilihan yang lebih unggul dan diandalkan. Begitupun yang dikatakan oleh Iin Safitri, Ia mengatakan bahwa :

Bagi saya, yang paling menarik dari M-Banking BRIMO adalah biayanya yang lebih murah dibandingkan dengan M-Banking lainnya. Ini berarti pengguna bisa lebih hemat uang ketika menggunakan layanan perbankan melalui M-Banking BRIMO. Keuntungan ini memberikan kemudahan finansial karena biaya yang lebih terjangkau, yang tentu saja itu menjadi alasan kuat mengapa saya lebih memilih BRIMO daripada M-Banking lainnya. Dengan cara ini, BRIMO memberikan nilai lebih dan membantu mengurangi biaya terkait perbankan, menjadikannya pilihan yang lebih ekonomis dan mudah diakses.⁵⁵

Berdasarkan hasil wawancara dengan Iin Safitri, ia mengatakan bahwa keuntungan biaya yang lebih murah membuat M-Banking BRIMO menjadi pilihan yang menarik baginya. Hemat biaya yang diberikan oleh M-Banking BRIMO memberikan kemudahan finansial dan nilai plus, itu menjadi alasan utama mengapa ia lebih suka menggunakan BRIMO daripada M-Banking lainnya. Dengan fokus pada biaya yang terjangkau, BRIMO tidak hanya memberikan solusi perbankan yang ekonomis, tetapi juga memudahkan akses dan penggunaannya. Dengan demikian,

⁵⁴ Dwiyuni Zhalsabillah, Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Parepare, *Wawancara* di Institut Agama Islam Negeri (IAIN Parepare), 3 Desember 2023

⁵⁵ Iin Safitri, Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Parepare, *Wawancara* di Institut Agama Islam Negeri (IAIN Parepare), 9 Desember 2023

BRIMO menjadi pilihan yang ekonomis, praktis, dan memberikan nilai tambah untuk kebutuhan perbankannya. Begitupun yang dikatakan oleh Kardilla, ia mengatakan bahwa:

M-Banking BRIMO menjadi lebih menarik di Shopee karena tersedianya fitur promosi dan diskonnya. Saya perhatikan M-Banking BRIMO sering kali menyediakan penawaran khusus atau cashback untuk pengguna yang menggunakan metode pembayaran ini di Shopee dan jika saya bandingkan dengan M-Banking lainnya, jarang terdapat fitur fitur seperti yang M-Banking lainnya. Keuntungan tambahan ini membuat BRIMO menjadi opsi yang lebih menguntungkan dan menarik bagi para pembeli yang ingin mendapatkan nilai tambah selama berbelanja online.⁵⁶

Berdasarkan hasil wawancara dengan Kardilla, ia mengungkapkan bahwa kehadiran fitur promosi dan diskon yang sering ditawarkan oleh M-Banking BRIMO di Shopee menjadikannya opsi yang lebih menarik bagi pembeli online. Penawaran khusus, seperti cashback, memberikan keuntungan tambahan yang menggugah minat pembeli untuk memilih BRIMO sebagai metode pembayaran. Dengan demikian, BRIMO tidak hanya memberikan kemudahan dalam transaksi tetapi juga menawarkan nilai lebih yang menguntungkan, menjadikannya pilihan yang menggiurkan untuk pengguna yang ingin mendapatkan manfaat ekstra selama berbelanja online di Shopee. Begitupun yang dikatakan oleh Umniyah, ia mengatakan bahwa:

bagi saya, M-Banking BRIMO unggul dengan menyediakan pilihan metode pembayaran yang lebih beragam di Shopee. Sementara beberapa platform M-Banking mungkin terbatas pada metode pembayaran tertentu, M-Banking BRIMO memberikan fleksibilitas kepada pengguna untuk memilih antara transfer bank, kartu kredit, atau dompet digital sesuai dengan preferensi mereka. Keunggulan ini memberikan kemudahan ekstra bagi pengguna yang memiliki preferensi atau kebutuhan khusus dalam melakukan transaksi online. Dengan menyediakan opsi yang lebih beragam, BRIMO menciptakan pengalaman berbelanja yang lebih personal dan disesuaikan, menjadikannya opsi yang menarik dan dapat diandalkan di antara para pesaingnya.⁵⁷

⁵⁶ Kardilla, Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Parepare, *Wawancara* di Institut Agama Islam Negeri (IAIN Parepare), 10 Desember 2023

⁵⁷ Umniyah, Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Parepare, *Wawancara* di Institut Agama Islam Negeri (IAIN Parepare), 7 Desember 2023

Berdasarkan hasil wawancara dengan Umniyah, ia mengatakan bahwa M-Banking BRIMO lebih unggul daripada M-Banking lainnya karena tersedianya pilihan metode pembayaran yang lebih beragam di Shopee. Sementara beberapa platform M-Banking mungkin terbatas pada metode pembayaran tertentu, M-Banking BRIMO memberikan fleksibilitas kepada pengguna untuk memilih seperti antara transfer bank, kartu kredit, atau dompet digital sesuai dengan preferensi mereka. Keunggulan ini memberikan kemudahan lebih bagi pengguna yang memiliki preferensi atau kebutuhan khusus dalam melakukan transaksi online. Dengan menyediakan opsi yang lebih beragam, BRIMO menciptakan pengalaman berbelanja yang lebih personal dan disesuaikan, menjadikannya opsi yang menarik dan dapat diandalkan di antara para pesaingnya. Sama halnya dengan yang dikatakan oleh Iftar Nur Akbar, ia mengungkapkan :

Yang membuat saya benar-benar puas menggunakan BRIMO dalam konteks bertransaksi di shopee yaitu dengan fleksibilitas pembayaran yang diberikan oleh M-Banking BRIMO di Shopee. Kemampuan M-Banking BRIMO menyediakan beberapa metode pembayaran memberikan kemudahan dan kebebasan yang luar biasa dalam setiap proses checkout atau pembelian. Dengan adanya opsi ini, saya dapat dengan mudah menyesuaikan metode pembayaran sesuai kebutuhan saya. Terlebih lagi, hal ini memberikan tingkat kenyamanan ekstra, karena saya tidak perlu memasukkan informasi pembayaran setiap kali bertransaksi. Ini benar-benar membuat pengalaman berbelanja di Shopee menjadi lebih efisien dan sesuai dengan keinginan saya.⁵⁸

Berdasarkan hasil wawancara dengan Iftar Nur Akbar, ia mengatakan bahwa Dengan adanya fleksibilitas pembayaran melalui M-Banking BRIMO di Shopee, ia dapat menyimpulkan bahwa penggunaan layanan ini memberikan pengalaman berbelanja yang sangat memuaskan. Kemampuan M-Banking BRIMO menyediakan beberapa metode pembayaran tidak hanya memberikan kemudahan praktis, tetapi juga memberikan kebebasan bagi pengguna untuk memilih opsi pembayaran yang paling sesuai dengan kebutuhan dan preferensi mereka. Dengan begitu, proses pembelian menjadi lebih efisien dan adaptif. Opsi ini tidak hanya memberikan kenyamanan

⁵⁸ Iftar Nur Akbar, Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Parepare, *Wawancara* di Institut Agama Islam Negeri (IAIN Parepare), 6 Desember 2023

ekstra, tetapi juga mengurangi waktu dan usaha yang diperlukan dalam setiap transaksi. Pengguna tidak perlu lagi memasukkan informasi pembayaran secara berulang, meningkatkan efisiensi dan mempercepat proses belanja. Keseluruhan, fleksibilitas pembayaran melalui M-Banking BRIMO di Shopee memberikan tingkat kontrol dan personalisasi yang tinggi kepada pengguna, menciptakan pengalaman berbelanja yang lebih nyaman dan sesuai dengan keinginan individu.

B. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Kepuasan mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Parepare menggunakan M-Banking BRIMO dalam bertransaksi di E-Commerce Shopee

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi/kesannya terhadap kinerja suatu jasa dan harapan-harapannya.⁵⁹ Adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang dia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Pelanggan dapat mengalami salah satu dari tiga tingkat kepuasan yang umum. Jika kinerja sesuai harapan, pelanggan puas, jika kinerja melebihi harapan, nasabah sangat puas, senang, dan gembira dan jika kinerja tidak sesuai dengan harapan maka pelanggan tidak puas.⁶⁰ Pada dasarnya kepuasan pelanggan inilah yang harus menjadi tujuan setiap pemasaran. Allah SWT telah jelas menegaskan sikap hati dan keimanan yang seharusnya dimiliki oleh para pengikut agama Islam. Jika mereka benar-benar merasa puas dan ridha dengan apa yang telah diberikan oleh Allah dan Rasul-Nya, maka seharusnya cukup bagi mereka hanya dengan keberkahan dari Allah. Mereka percaya bahwa Allah akan memberikan karunia-karunia-Nya kepada mereka, dan demikian pula dari Rasul-Nya. Perintah-Nya ini tercantum dalam surah Al-Mā'idah ayat 87

⁵⁹ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT Indeks, 2014), hal. 42

⁶⁰ Philip Kotler dan A.B. Susanto, *Manajemen Pemasaran di Indonesia*. Edisi Pertama, (Jakarta: Salemba Empat), 2015, hal. 52.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَحْرِمُوا طَيِّبَاتِ مَا أَحَلَّ اللَّهُ لَكُمْ وَلَا تَعْتَدُوا إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ

الْمُعْتَدِينَ ﴿١٧٧﴾

Terjemahnya :

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu haramkan apa-apa yang baik yang telah Allah halalkan bagi kamu, dan janganlah kamu melampaui batas. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang melampaui batas.”⁶¹

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti, dapat peneliti deskripsikan bahwa dengan penggunaan Mobile Banking BRIMO memberikan banyak kemudahan dalam bertransaksi di Shopee. Kemudahan akses ke agen BRI Link yang banyak tersebar, terutama di Kota Parepare, memberikan ketersediaan layanan yang mudah dijangkau. Selain itu, integrasi Mobile Banking BRIMO dengan Shopee memberikan kesan positif berkat antarmuka yang cepat dan fitur-fitur seperti penyesuaian nominal, menciptakan pengalaman berbelanja online yang efisien dan lancar. Pengguna Mobile Banking BRIMO juga merasakan tingkat kepuasan yang tinggi, terutama dalam aspek kemudahan tanpa uang tunai, kenyamanan pengisian saldo, keamanan transaksi, dan pengelolaan finansial pribadi. Fleksibilitas dan kebebasan yang diberikan oleh layanan mobile banking, terutama melalui aplikasi M-Banking BRIMO, mempermudah pengguna dalam berbagai aktivitas keuangan, termasuk pembayaran tagihan, transfer, dan berbelanja online. Dengan kombinasi kemudahan akses, fitur-fitur keamanan, dan fleksibilitas layanan, Mobile Banking BRIMO dianggap sebagai solusi praktis dan handal yang meningkatkan pengalaman finansial pengguna, terutama saat berbelanja online di Shopee.

⁶¹ Departemen Agama RI, *Al-Quran dan terjemahannya*, (Jakarta: Lajnah Pentashihan mushaf Al-Qur'an Gedung Bayt Al-Qur'an & Museum Istiqlal Jalan Raya Taman Mini Indonesia Indah Pintu)

Kepuasan dapat dilihat dengan memperhatikan indikator-indikatornya. Seseorang dapat dikatakan mencapai kepuasan jika telah memenuhi beberapa indikator berikut, diantaranya:⁶²

a) Rasa Senang Berdasarkan Pengalaman

Rasa senang yang dirasakan mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Parepare saat menggunakan M-Banking BRIMO dalam bertransaksi di E-Commerce Shopee memiliki hubungan yang erat dengan tingkat kepuasan dan kepercayaan mereka terhadap layanan tersebut. Kemungkinan mahasiswa merasa senang karena M-Banking BRIMO memberikan kemudahan akses, proses transaksi yang cepat, dan keamanan yang tinggi. Penting untuk dicatat bahwa kepuasan mahasiswa tidak hanya terkait dengan kemudahan teknis penggunaan M-Banking BRIMO tetapi juga dengan kualitas layanan secara keseluruhan. Jika mahasiswa merasa bahwa M-Banking BRIMO memberikan solusi praktis tanpa perlu menghadiri bank fisik atau agen pembayaran, hal ini dapat meningkatkan tingkat kepuasan.

Kepercayaan mahasiswa terhadap M-Banking BRIMO juga dapat diperoleh dari pengalaman positif mereka dalam bertransaksi. Jika mereka tidak mengalami masalah keamanan, seperti penyalahgunaan atau penipuan, maka hal ini akan membangun kepercayaan terhadap layanan tersebut. Dengan demikian, rasa senang mahasiswa dalam menggunakan M-Banking BRIMO di Shopee bukan hanya mencerminkan kepuasan atas kenyamanan teknis, tetapi juga sejauh mana layanan tersebut memenuhi ekspektasi mereka terkait keamanan dan kehandalan dalam bertransaksi online.

b) Sesuai Harapan

Kepuasan mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Parepare dalam menggunakan M-Banking BRIMO dalam bertransaksi di E-Commerce Shopee tercermin dari sejauh mana layanan ini memenuhi atau bahkan melebihi harapan mereka. Jika mahasiswa merasakan bahwa M-Banking BRIMO memberikan kemudahan yang sesuai dengan

⁶² Minkiewicz, "Corporate Image In The Leisure Services Sector", Journal Of Services Marketing (2011).

ekspektasi mereka, maka tingkat kepuasan akan meningkat. Harapan-harapan tersebut melibatkan ketersediaan fitur-fitur yang mendukung transaksi online, kecepatan dalam proses pembayaran, serta tingkat keamanan yang tinggi. Jika M-Banking BRIMO dapat memenuhi harapan ini, mahasiswa kemungkinan akan merasa puas dengan pengalaman bertransaksi mereka di Shopee.

Selain itu, kepuasan mahasiswa juga berperan penting dalam membangun kepercayaan terhadap M-Banking BRIMO. Jika mereka merasa puas dengan pengalaman bertransaksi, hal ini dapat meningkatkan tingkat kepercayaan mereka terhadap kehandalan dan keamanan layanan ini. Dengan kata lain, seberapa jauh M-Banking BRIMO memenuhi harapan mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Parepare berperan dalam membentuk tingkat kepuasan dan kepercayaan mereka terhadap layanan tersebut.

c) Senang dengan keputusannya

Rasa senang yang dirasakan mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Parepare terhadap keputusan menggunakan M-Banking BRIMO dalam bertransaksi di E-Commerce Shopee dapat dihubungkan dengan tingkat kepuasan dan kepercayaan mereka terhadap layanan tersebut. Jika mahasiswa merasa senang dengan keputusannya, hal ini mungkin disebabkan oleh pengalaman positif yang mereka alami selama menggunakan M-Banking BRIMO. Keputusan untuk menggunakan M-Banking BRIMO dapat berasal dari pemahaman bahwa layanan ini dapat memberikan kemudahan, kecepatan, dan keamanan dalam bertransaksi di Shopee. Jika mahasiswa merasa bahwa keputusan mereka untuk menggunakan M-Banking BRIMO menghasilkan pengalaman yang memuaskan, ini akan berkontribusi pada tingkat kepuasan mereka.

Selain itu, rasa senang tersebut juga dapat tercermin dari kepercayaan mahasiswa terhadap M-Banking BRIMO sebagai alat pembayaran yang andal. Jika keputusan tersebut menghasilkan transaksi yang lancar, aman, dan efisien, hal ini akan memperkuat tingkat kepercayaan mereka terhadap layanan tersebut. Dengan demikian, hubungan antara rasa senang, keputusan menggunakan M-Banking

BRIMO, dan tingkat kepuasan serta kepercayaan mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Parepare dalam bertransaksi di Shopee saling terkait, menciptakan pengalaman yang positif dan membangun kepercayaan terhadap layanan M-Banking tersebut.

d) Persepsi Kinerja Layanan

Persepsi mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Parepare terhadap kinerja layanan M-Banking BRIMO dalam bertransaksi di E-Commerce Shopee sangat berpengaruh terhadap tingkat kepuasan dan kepercayaan mereka terhadap layanan tersebut. Jika mahasiswa memiliki persepsi positif terhadap kinerja layanan, ini dapat meningkatkan kepuasan dan memperkuat kepercayaan mereka. Kinerja layanan M-Banking BRIMO dalam konteks ini mencakup berbagai aspek, seperti kemudahan penggunaan, kecepatan transaksi, keamanan, dan ketersediaan fitur-fitur yang mendukung aktivitas berbelanja online. Jika mahasiswa merasa bahwa M-Banking BRIMO memberikan kinerja yang baik dalam hal ini, mereka kemungkinan akan merasa puas dengan pengalaman bertransaksi mereka.

Persepsi positif terhadap kinerja layanan juga dapat membangun kepercayaan mahasiswa terhadap M-Banking BRIMO sebagai alat pembayaran yang handal dan aman. Jika kinerja layanan dapat memenuhi atau melebihi harapan, hal ini akan meningkatkan tingkat kepercayaan mereka terhadap kehandalan M-Banking BRIMO dalam mendukung transaksi di Shopee. Dengan demikian, persepsi kinerja layanan M-Banking BRIMO sangat relevan dengan tingkat kepuasan dan kepercayaan mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Parepare dalam mengadopsi layanan tersebut untuk bertransaksi di platform E-Commerce Shopee.

Berdasarkan hasil penelitian ini berkesinambungan dengan hasil penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa mobile banking dapat memuaskan dan mampu bertransaksi di e-commerce Shopee melibatkan sejumlah indikator yang dapat memengaruhi tingkat kepuasan mahasiswa. Beberapa faktor yang dapat diidentifikasi dalam penelitian ini melibatkan aspek-aspek seperti rasa senang, kepuasan, dan kepercayaan mahasiswa terhadap layanan tersebut, serta persepsi mereka terhadap kinerja layanan M-Banking BRIMO.

2. Faktor Kepuasan Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Parepare menggunakan M-Banking BRIMO dalam bertransaksi di E-Commerce Shopee

Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan positif atau kesenangan yang dialami oleh pelanggan sebagai hasil dari evaluasi mereka terhadap produk atau layanan yang telah mereka gunakan, yang terukur berdasarkan sejauh mana produk atau layanan tersebut memenuhi atau bahkan melebihi harapan dan kebutuhan pelanggan.⁶³ Adapun ayat yang menekankan nilai-nilai seperti keadilan, kejujuran, dan kebaikan, yang dapat membentuk dasar untuk kepuasan dalam hubungan bisnis dan layanan yaitu tercantum pada surah At-Taubah ayat 59

وَلَوْ أَنَّهُمْ رَضُوا مَا آتَاهُمُ اللَّهُ وَرَسُولُهُ وَقَالُوا حَسْبُنَا اللَّهُ سَيُؤْتِينَا اللَّهُ مِنْ فَضْلِهِ وَرَسُولَهُ
إِنَّا إِلَى اللَّهِ رَاغِبُونَ ﴿٥٩﴾

Terjemahannya :

“Seandainya mereka benar-benar rida dengan apa yang diberikan kepada mereka oleh Allah dan Rasul-Nya, dan berkata, “Cukuplah Allah bagi kami, Allah akan memberikan kepada kami sebagian dari karunia-Nya, dan (demikian pula) Rasul-Nya. Sesungguhnya kami adalah orang-orang yang selalu hanya berharap kepada Allah.”⁶⁴

Kepuasan pelanggan dianggap sebagai aspek penting dalam mencapai kesuksesan bisnis jangka panjang, karena pelanggan yang puas cenderung menjadi pelanggan setia, merekomendasikan produk atau layanan kepada orang lain, dan lebih mungkin

⁶³ Khanal, M., Khadka, S. R., Subedi, H., Chaulagain, I. P., Regmi, L. N., & Bhandari, M. (2023).

⁶⁴ Departemen Agama RI, *Al-Quran dan terjemahannya*, (Jakarta: Lajnah Pentashihan mushaf Al-Qur'an Gedung Bayt Al-Qur'an & Museum Istiqlal Jalan Raya Taman Mini Indonesia Indah Pintu)

melakukan pembelian berulang dari perusahaan yang sama.⁶⁵ Kepuasan pelanggan memiliki hubungan yang erat dengan mobile banking dalam konteks perkembangan bisnis modern. Penerapan layanan mobile banking oleh sebuah bank dapat secara signifikan mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan.

Mobile banking merupakan sebuah fasilitas dari bank dalam era modern ini yang mengikuti perkembangan teknologi dan komunikasi. Layanan yang terdapat pada mobile banking meliputi pembayaran, transfer, history, dan lain sebagainya. Penggunaan layanan mobile banking pada telepon seluler memungkinkan para nasabah dapat lebih mudah untuk menjalankan aktivitas perbankannya tanpa batas ruang dan waktu. Dengan adanya layanan mobile banking diharapkan dapat memberikan kemudahan dan manfaat bagi para nasabah dalam melakukan akses ke bank tanpa harus datang langsung ke bank.⁶⁶

Mobile banking merupakan salah satu hasil pengembangan teknologi mobile yang digunakan dalam domain komersial. Mobile banking ini mengkombinasikan teknologi informasi dan aplikasi bisnis secara bersama. Berkat Mobile banking, nasabah dapat menggunakannya untuk mendapatkan layanan 24 jam sehari tanpa harus mendatangi kantor cabang bank untuk transaksi personal. Mobile banking merupakan layanan relatif baru yang ditawarkan oleh perbankan terhadap pelanggannya dan karena kenyamanannya. Nasabah sekarang menginginkan sesuatu yang lebih dari sekedar layanan perbankan. Nasabah menginginkan kenyamanan dan fleksibilitas pada produk dan jasa yang sesuai kebutuhan mereka serta mudah digunakan yang tidak bisa ditawarkan oleh perbankan tradisional.

⁶⁵ Shin, H. W., Fan, A., & Lehto, X, Peer-To-Pee Accommodation: A Meta-Analysis of Factors Affectin Customer Satisfaction And Loyalty. *International Journal o Tourism Research* (2021)

⁶⁶ Wahyu agus winarno, Analisis Minat Penggunaan Mobile Banking Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) Yang Telah Dimodifikasi (Analysis Behavioral Intention to Uses of Mobile Banking Technology Acceptance Model (TAM) Approach Modified), *e-Journal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi*, 2017

Adapun beberapa indikator dari Mobile Banking yang harus diperhatikan untuk menganalisa faktor dari kepuasan pelanggan yaitu :⁶⁷

a) Aplikasi Mudah Digunakan.

Aplikasi M-Banking BRIMO yang mudah digunakan memainkan peran penting dalam keputusan mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Parepare untuk memilihnya sebagai metode transaksi utama di E-Commerce Shopee. Kemudahan penggunaan aplikasi menjadi faktor kunci yang mempengaruhi preferensi mereka.

Mahasiswa, sebagai pengguna aktif teknologi, cenderung memilih solusi yang menyediakan antarmuka yang sederhana dan intuitif. Dalam hal ini, M-Banking BRIMO yang mudah digunakan memberikan pengalaman yang positif, memungkinkan mahasiswa untuk dengan cepat dan efisien melakukan transaksi di Shopee tanpa mengalami kesulitan. Kenyamanan dalam bertransaksi secara online melalui M-Banking BRIMO yang mudah dioperasikan juga dapat meningkatkan efisiensi waktu mahasiswa, mengingat kegiatan belajar mereka yang padat. Dengan aplikasi yang user-friendly, mahasiswa dapat dengan cepat melakukan pembayaran, melihat saldo, dan mengelola transaksi finansial lainnya tanpa hambatan.

Dengan demikian, keterkaitan antara kemudahan penggunaan aplikasi M-Banking BRIMO dan preferensi mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Parepare untuk bertransaksi di E-Commerce Shopee menjadi landasan kuat dalam memahami mengapa mereka lebih memilih menggunakan layanan tersebut.

b) Layanan dapat dijangkau dari mana saja (Fleksibel)

Layanan M-Banking BRIMO yang dapat dijangkau dari mana saja atau fleksibel sangat mendukung pilihan mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Parepare untuk menggunakan layanan ini dalam bertransaksi di E-Commerce Shopee. Kemampuan untuk mengakses layanan dari berbagai lokasi dan kapan saja memberikan fleksibilitas yang sangat dihargai oleh mahasiswa.

⁶⁷ Badaruddin, Risma, "Pengaruh Fitur Layanan dan Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking (Studi Pada Masyarakat Desa Rantau Rasau Kecamatan Berbak)" Jurnal Margin Vol.1 No.1 (2021).

Sebagai mahasiswa yang aktif, kemungkinan mereka sering berpindah tempat dan memiliki jadwal yang padat. Dengan M-Banking BRIMO yang fleksibel, mahasiswa dapat dengan mudah mengelola transaksi finansial mereka tanpa terbatas oleh lokasi atau jam tertentu. Hal ini memudahkan mereka untuk berbelanja online di Shopee tanpa harus repot pergi ke bank atau mesin ATM.

Dapat kita lihat bahwa keterkaitan antara fleksibilitas layanan M-Banking BRIMO dan preferensi mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Parepare untuk bertransaksi di E-Commerce Shopee menciptakan pengalaman yang praktis dan sesuai dengan kebutuhan mobilitas mahasiswa.

c) Murah.

menggunakan M-Banking BRIMO dalam bertransaksi di E-Commerce Shopee dapat terkait dengan aspek keekonomisan atau hemat biaya yang dimilikinya. Mungkin saja M-Banking BRIMO menawarkan biaya layanan yang lebih terjangkau atau bahkan memberikan promo-promo khusus yang menguntungkan.

Mahasiswa, yang seringkali memiliki keterbatasan anggaran, cenderung mencari opsi yang memberikan nilai lebih untuk setiap pengeluaran. Jika M-Banking BRIMO memberikan kebijakan tarif atau promo yang bersahabat, hal ini dapat menjadi faktor penentu yang membuat mereka lebih memilih M-Banking BRIMO sebagai metode pembayaran di Shopee.

Dengan demikian, keterkaitan antara keekonomisan layanan M-Banking BRIMO dan preferensi mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Parepare dalam bertransaksi di E-Commerce Shopee menciptakan motivasi tambahan untuk menggunakan layanan tersebut.

d) Aman.

Keamanan yang ditawarkan oleh M-Banking BRIMO menjadi faktor utama yang mendukung preferensi mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Parepare dalam menggunakan layanan tersebut untuk bertransaksi di E-Commerce Shopee. Mahasiswa cenderung sangat memperhatikan keamanan dalam melakukan transaksi online, dan M-Banking BRIMO memberikan rasa aman yang tinggi. Dengan fitur-

fitur keamanan canggih, seperti otentikasi dua faktor dan enkripsi data, M-Banking BRIMO memberikan lapisan perlindungan tambahan bagi mahasiswa saat berbelanja online di Shopee. Hal ini sangat penting, terutama karena mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Parepare mungkin lebih sensitif terhadap aspek keamanan dalam konteks aktivitas finansial.

Dengan demikian, keterkaitan antara tingkat keamanan yang tinggi yang dimiliki oleh M-Banking BRIMO dan preferensi mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Parepare dalam bertransaksi di E-Commerce Shopee menciptakan keyakinan yang kuat dan memberikan dasar kepercayaan yang diperlukan bagi mereka.

e) Dapat Diandalkan (Reliable)

Dapat diandalkan atau reliable menjadi faktor utama yang memotivasi mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Parepare untuk lebih memilih menggunakan M-Banking BRIMO dalam bertransaksi di E-Commerce Shopee. Keandalan layanan ini sangat krusial, terutama dalam konteks transaksi finansial online yang memerlukan respons cepat dan tanpa hambatan.

M-Banking BRIMO terkenal dengan kecepatan dan konsistensi dalam proses transaksi, yang memberikan kepercayaan tinggi kepada mahasiswa bahwa mereka dapat mengandalkan layanan ini setiap kali melakukan pembelian di Shopee. Keandalan ini juga mencakup ketersediaan layanan di berbagai kondisi jaringan dan perangkat, memastikan akses yang tanpa kendala kapan pun dibutuhkan.

Berdasarkan hasil penelitian ini memiliki beberapa persamaan dengan hasil penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa mobile banking dapat memuaskan dan mampu bertransaksi di e-commerce Shopee melibatkan sejumlah faktor yang dapat memengaruhi tingkat kepuasan mahasiswa. Beberapa faktor yang dapat diidentifikasi dalam penelitian ini melibatkan pengalaman pengguna, kemudahan penggunaan, keandalan layanan, dukungan pelanggan, dan faktor keamanan.

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil temuan penelitian yang dilakukan di Institut Agama Islam Negeri IAIN Parepare terkait Analisis kepuasan pelanggan M-Banking BRIMO dalam bertransaksi di E-Commerce Shopee (Studi pada mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Parepare) maka peneliti mengambil simpulan.

1) Kepuasan Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Parepare menggunakan M-Banking BRIMO dalam bertransaksi di E-Commerce Shopee diukur melalui indikator kepuasan yang mempengaruhi kepuasan pelanggan yaitu:

a. Rasa Senang berdasarkan Pengalaman

Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Parepare merasa senang karena M-Banking BRIMO memberikan kemudahan akses, proses transaksi yang cepat, dan keamanan yang tinggi. Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Parepare merasa bahwa M-Banking BRIMO memberikan solusi praktis tanpa perlu menghadiri bank fisik atau agen pembayaran. Mahasiswa Perbankan Syariah merasa senang karena layanan dari M-Banking BRIMO memenuhi ekspektasi mereka terutama terkait KEamana dan kehandalan bertransaksi di E-Commerce Shopee.

b. Sesuai Harapan

Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Parepare merasakan bahwa M-Banking BRIMO memberikan kemudahan yang sesuai dengan harapan ataupun ekspektasi mereka. M-Banking BRIMO menyediakan fitur-fitur yang mendukung transaksi online, kecepatan dalam proses pembayaran, serta tingkat keamanan yang tinggi dan itu menjadi alasan bahwa M-Banking BRIMO memenuhi harapan Mahasiswa Perbankan Syariah dalam hal kepuasan dalam bertransaksi di E-Commerce Shopee.

c. Senang dengan keputusannya

Mahasiswa Perbankan Syariah merasa senang dengan keputusannya menggunakan M-Banking BRIMO dalam bertransaksi di E-Commerce Shopee,

hal ini disebabkan oleh pengalaman positif yang mereka alami selama menggunakan M-Banking BRIMO. Keputusan mereka untuk menggunakan M-Banking BRIMO berasal dari pemahaman bahwa layanan ini memberikan kemudahan, kecepatan, dan keamanan dalam bertransaksi di Shopee. Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Parepare merasa bahwa keputusan mereka untuk menggunakan M-Banking BRIMO menghasilkan pengalaman yang memuaskan.

d. Persepsi Kinerja Layanan

Mahasiswa memiliki persepsi positif terhadap kinerja layanan dari M-Banking BRIMO, ini meningkatkan kepuasan dan memperkuat kepercayaan mereka. Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Parepare merasa Kinerja layanan M-Banking BRIMO seperti kemudahan penggunaan, kecepatan transaksi, keamanan, dan ketersediaan fitur-fitur yang mendukung aktivitas berbelanja online membuatnya merasa puas dengan pengalaman bertransaksi mereka.

- 2) M-Banking BRIMO menonjol dalam aspek transparansi, kecepatan, dan keamanan, memberikan pengalaman berbelanja online yang positif. Keunggulan M-Banking BRIMO terletak pada kemampuannya menyediakan informasi yang jelas terkait harga barang, ongkir, dan biaya admin, meningkatkan tingkat kepercayaan pengguna. Fitur pembayaran tanpa uang tunai dan kemampuan transaksi yang cepat menjadikannya solusi praktis, sementara biaya yang lebih murah dan penawaran promosi meningkatkan nilai ekonomis. Integrasi yang efektif, opsi pembayaran beragam, dan fleksibilitas dalam situasi keuangan mendukung kepuasan pelanggan, membuat M-Banking BRIMO menjadi pilihan unggul dalam konteks belanja online di E-Commerce Shopee bagi mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Parepare.

B. Saran

Adapun beberapa saran yang disampaikan penulis kepada para pembaca berdasarkan dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kepada pihak M-Banking BRIMO dan E-Commerce Shopee sebaiknya dapat terus meningkatkan layanannya menjadi lebih baik di masa depan. Memperbarui tampilan antarmukanya agar lebih mudah dimengerti dan responsif. Tambahkan fitur keamanan yang lebih baik agar pengguna dapat merasa lebih nyaman. Dengarkan juga masukan dari pengguna dan perbaiki kekurangan yang mungkin ada. Semoga dengan langkah-langkah ini, Mobile Banking BRIMO dan E-Commerce Shopee bisa membuat transaksi menjadi lebih mudah dan menyenangkan.
2. Kepada Pelanggan atau pengguna M-Banking BRIMO pastikan aplikasi M-Banking BRIMO selalu diperbarui agar fitur keamanan terbaru selalu terpasang. Gunakan fitur keamanan tambahan yang disediakan. Selain itu, periksa secara berkala riwayat transaksi Anda di M-Banking untuk memastikan tidak ada aktivitas yang mencurigakan. Ketika berbelanja di Shopee, pastikan untuk memeriksa reputasi penjual, ulasan produk, dan kebijakan pengembalian barang. Hal ini membantu Anda membuat keputusan yang lebih bijak sebelum melakukan transaksi. Jangan ragu untuk menghubungi layanan pelanggan jika Anda memiliki pertanyaan atau kekhawatiran terkait produk atau transaksi Anda.
3. Agar penelitian yang diperoleh saat ini maksimal, sebaiknya peneliti selanjutnya dapat mengkaji lagi secara maksimal dengan menggunakan sampel yang lebih besar dari penelitian sekarang. Selain itu penelitian ini diharapkan mampu untuk dijadikan dasar bagi para peneliti selanjutnya. Dengan menggunakan variabel-variabel lain dalam penelitian yang sama yaitu kepuasan pelanggan M-Banking BRIMO dalam bertransaksi di E-Commerce Shopee.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Syarif Iskandar, Tadjuddin, "Mobile Banking System." *Jurnal Ilmiah Manajemen*, Vol. 8. No. 2. 2020.
- Andi Bahri S, Muzdalifah Muhammadun, and Nurul Qisti Al Ihfa, "Literasi Jualan Online untuk Meningkatkan Pemasaran Hasil Kerajinan pada Komunitas Industri Kreatif Cangkang Di Kota Parepare", *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)* 6, no. 2 (2022): 1369.
- Annisa Fitri Iriani, "Minat Nasabah Dalam Penggunaan Mobile Banking Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Kota Palopo" *DINAMIS:Journal of Islamic Management and Bussines*, Vol.2, No. 2 (Oktober 2018).
- Badan Komunikasi dan Informatika, *Perkembangan Ekonomi Digital di Indonesia Strategi dan Sektor Potensial* (Jakarta: Puslitbang Aptika dan IKP, 2019).
- Badaruddin, Risma, "Pengaruh Fitur Layanan dan Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking (Studi Pada Masyarakat Desa Rantau Rasau Kecamatan Berbak)" *Jurnal Margin* Vol.1 No.1 (2021).
- Dwi Mutiara Sari, Muhammad Iqbal Fasa, Suharto, "Manfaat Dan Risiko Penggunaan Layanan Perbankan Melalui Aplikasi Mobile Banking," *Al-Infaq: Jurnal Ekonomi Islam* 12, no. 2 (29 Desember 2021).
- Harbani, Pasolong, *Kepemimpinan Birokrasi*, (Bandung: CV.Alvabeta, 2013).
- Hutasoit, *Pelayanan Publik Teori & Aplikasi*. Jakarta, 2013.
- Ikatan Bankir Indonesia, *Memahami Bisnis Bank*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2013).
- Imam Suprayogo, Tobroni, *Metode Penelitian Sosial Agama*. 2016.
- Indriantoro, Nur, dan Supomo Bambang, *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi Dan Manajemen*, (Yogyakarta: BPFE, 2013).
- Ismail, *Perbankan Syariah* (Jakarta: Prenada Media Group, 2013).
- Khanal, M., Khadka, S. R., Subedi, H., Chaulagain, I. P., Regmi, L. N., & Bhandari, M. (2023).

- Kotler, P dan Keller, Manajemen Pemasaran, PT. Inseks Jakarta, 2016.
- Lovelock, Cristopher, and Jochen Wirtz, "Service Marketing, People, Tecnology & Strategy", New Jersey, 2015.
- M. Pradana, "Klasifikasi Bisnis E-Commerce Di Indonesia," Modus, vol. 27, no. 2, 2015.
- Miftahuddin, Hendarsyah Decky, "Analisis Perbandingan Fasilitas Aplikasi Mobile Banking Bank Syariah Mandiri KCP. Bengkulu Dengan Bank Mandiri KC. Bengkulu," Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita 8, no. 1 (19 Juni 2019).
- Minkiewicz, "Corporate Image In The Leisure Services Sector", Journal Of Services Marketing (2011).
- Muhammad, Metodologi Penelitian Ekonomi Islam, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2012).
- Paramitha, Tinjauan Pustaka Tinjauan Pustaka, (Tegal : 2017).
- Qanitah, Nabila, Nafisah Maulidia Chusma, Cindy Nurul Aulia Putri, Fitri Nur Latifah, "Implementasi etika bisnis islam dalam transaksi jual beli online pada E-Commerce Popular di Indonesia." Jurnal Perbankan Syariah Darussalam, Vol. 1. No. 2. 2021.
- Rahayu, Pertumbuhan E-Commerce Pesat di Indonesia, 2019.
- Rasyid, Harun, Metode Penelitian Kualitatif Bidang Ilmu Sosial Agama. 2014.
- Rifka Agustiani, Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif (TOHAR MEDIA, 2022).
- Riyadi, Implementasi E-Commerce sebagai Media Penjualan Online (Studi Kasus pada Toko Pastbrik Kota Malang), 2016.
- S. Haryanti, Irianto, "Rancang Bangun Sistem Informasi ECommerce untuk Usaha Fashion Studi Kasus Omah Mode Kudus," J. Speed - Sentra Penelit. Eng. dan Edukasi, vol. 3, no. 1, 2013.

- Sanusi Anwar, *Metodologi Penelitian Bisnis*, (Jakarta: Penerbit Salemba Empat, 2014).
- Shin, H. W., Fan, A., & Lehto, X, *Peer-To-Pee Accommodation: A Meta-Analysis of Factors Affectin Customer Satisfaction And Loyalty*. *International Journal o Tourism Research* (2021)
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2015), h 92.
- , *Metodologi Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*, (Bandung: Alfabeta, 2015), h 329.
- Supranto, *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar* (Jakarta: Rineka Cipta, 2014).
- Teti Anggita Safitri, “Pengaruh Manfaat Dan Kemudahan Terhadap Kepuasan Nasabah Mobile Banking Di Bank Bri Syariah,” *Jurnal Lentera Bisnis* 12, no. 1 (31 Januari 2023).
- Umar Husein, *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis*, (Jakarta: Rajawali, 2013).
- V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2020).
- Vyctoria, *Bongkar Rahasia E-Banking Security dengan Teknik Hacking dan Carding*, (Yogyakarta: 2013)
- Wahyu agus winarno, *Analisis Minat Penggunaan Mobile Banking Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) Yang Telah Dimodifikasi (Analysis Behavioral Intention to Uses of Mobile Banking Technology Acceptance Model (TAM) Approach Modified)*, *e-Journal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi*, 2017
- Widia Septia Ningrum, “*Jurnal Ilmiah Manjemen dan Bisnis*,” *Perbanas Institute Jambura: Vol 5. No 1. 2022*.
- Widya Sastika, “*Analisis Kualitas Layanan Dengan Menggunakan E-Service Quality Untuk Mengetahui Kepuasan Pelanggan Belanja Online Shoppe (Studi Kasus :*

Pelanggan Shopee Di Kota Bandung 2017),” Jurnal Sosial dan Humaniora, Vol.2 No.2 (Juli 2018).

Wiji Nurastuti, Teknologi Perbankan, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2017).





LAMPIRAN



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Amal Bakti No. 8 Soreang, Kota Parepare 91132 Telepon (0421) 21307, Fax. (0421) 24404
PO Box 909 Parepare 91100, website: www.iainpare.ac.id, email: mail@iainpare.ac.id

Nomor : B.3359In.39/FEBI.04/PP.00.9/06/2023

15 Juni 2023

Lampiran : -

Perihal : **Penetapan Pembimbing Skripsi**

Yth: **1. Bahtiar, S.Ag., M.A.**

(Pembimbing Utama)

2. Nurfitriani, M.M.

(Pembimbing Pendamping)

Assalamu 'alaikum wr. wb.

Berdasarkan hasil sidang judul Mahasiswa (i):

Nama : Ahmad Fauzan Sulwan

NIM. : 19.2300.025

Prodi. : Perbankan Syariah

Tanggal **12 September 2022** telah menempuh sidang dan dinyatakan telah diterima dengan judul:

PENGARUH INTENSITAS SHOPEE TERHADAP PENGGUNAAN M-BANKING BRIMO

dan telah disetujui oleh Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, maka kami menetapkan Bapak/Ibu sebagai **Pembimbing Skripsi** Mahasiswa (i) dimaksud.

Wassalamu'alaikum wr. wb.



Dekan,
Muzdalifah Muhammadun, M.Ag.
197102082001122002

Tembusan:

1. Ketua LPM IAIN Parepare
2. Arsip



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat : JL. Amal Bakti No. 8, Soreang, Kota Parepare 91132 ☎ (0421) 21307 🏠 (0421) 24404
PO Box 909 Parepare 9110, website : www.iainpare.ac.id email: mail.iainpare.ac.id

Nomor : B-6179/ln.39/FEBI.04/PP.00.9/11/2023

27 November 2023

Sifat : Biasa

Lampiran : -

H a l : Permohonan Izin Pelaksanaan Penelitian

Yth. REKTOR IAIN PAREPARE
di
KOTA PAREPARE

Assalamu Alaikum Wr. Wb.

Dengan ini disampaikan bahwa mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Parepare :

Nama	: AHMAD FAUZAN SULWAN
Tempat/Tgl. Lahir	: PAREPARE, 23 September 2001
NIM	: 19.2300.025
Fakultas / Program Studi	: Ekonomi dan Bisnis Islam / Perbankan Syariah
Semester	: IX (Sembilan)
Alamat	: BTN. SAO ASRI BLOK D2 NO. 7, KEL. LAPADDE, KEC. UJUNG, KOTA PAREPARE

Bermaksud akan mengadakan penelitian di wilayah REKTOR IAIN PAREPARE dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul :

ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN M-BANKING BRIMO DALAM BERTRANSAKSI DI E-COMMERCE SHOPEE (STUDI PADA MAHASISWA PERBANKAN SYARIAH IAIN PAREPARE)

Pelaksanaan penelitian ini direncanakan pada bulan Nopember sampai selesai.

Demikian permohonan ini disampaikan atas perkenaan dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.

Wassalamu Alaikum Wr. Wb.

Dekan,



Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag.
NIP 197102082001122002

Tembusan :

1. Rektor IAIN Parepare



SRN IP0000988

PEMERINTAH KOTA PAREPARE
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
Jl. Bandur Madani No. 1 Telp (0421) 23594 Faximile (0421) 27719 Kode Pos 91111, Email : dpmptsp@pareparekota.go.id

REKOMENDASI PENELITIAN
Nomor : 988/IP/DPM-PTSP/12/2023

Dasar : 1. Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2002 tentang Sistem Nasional Penelitian, Pengembangan, dan Penerapan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi.
2. Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 64 Tahun 2011 tentang Pedoman Penerbitan Rekomendasi Penelitian.
3. Peraturan Walikota Parepare No. 23 Tahun 2022 Tentang Pendelegasian Wewenang Pelayanan Perizinan dan Non Perizinan Kepada Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu.

Setelah memperhatikan hal tersebut, maka Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu :

MENGIZINKAN

KEPADA
NAMA : AHMAD FAUZAN SULWAN

UNIVERSITAS/ LEMBAGA : **INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PAREPARE**
Jurusan : **PERBANKAN SYARIAH**

ALAMAT : **BTN SAO ASRI BLOK D2 NO. 7, KEC. UJUNG, KOTA PAREPARE**

UNTUK : melaksanakan Penelitian/wawancara dalam Kota Parepare dengan keterangan sebagai berikut :

JUDUL PENELITIAN : **ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN M-BANKING BRIMO DALAM BERTRANSAKSI DI E-COMMERCE SHOPEE (STUDI PADA MAHASISWA PERBANKAN SYARIAH IAIN PAREPARE)**

LOKASI PENELITIAN : **INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PAREPARE**

WAKTU PENELITIAN : **01 Desember 2023 s.d 01 Januari 2024**

a. Rekomendasi Penelitian berlaku selama penelitian berlangsung
b. Rekomendasi ini dapat dicabut apabila terbukti melakukan pelanggaran sesuai ketentuan perundang - undangan

Dikeluarkan di: **Parepare**
Pada Tanggal: **05 Desember 2023**

**KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL
DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
KOTA PAREPARE**



Hj. ST. RAHMAH AMIR, ST, MM
Pembina Tk. 1 (IV/b)
NIP. 19741013 200604 2 019

Biaya : Rp. 0.00

• UU ITE No. 11 Tahun 2008 Pasal 5 Ayat 1

• Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik dan/atau hasil cetaknya merupakan alat bukti hukum yang sah

• Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan **Sertifikat Elektronik** yang diterbitkan **BSE**

• Dokumen ini dapat dibuktikan keasliannya dengan terdaftar di database DPMPTSP Kota Parepare (scan QRCode)



Batal
Sertifikat
Elektronik





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat : Jl. Amal Bakti No. 8 Kota Parepare 91132 ☎ (0421) 21307 Fax 24404
 Po Box 909 Parepare 91100 website : www.iainpare.ac.id, email : mail@iainpare.ac.id

SURAT KETERANGAN PENELITIAN

Nomor : B-68/In.39/FEBI.04/PP.00.9/1/2024

Yang bertanda tangan dibawah ini, Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Parepare menerangkan sesungguhnya bahwa :

Nama : AHMAD FAUZAN SULWAN
 Tempat/Tanggal Lahir : Parepare, 23 September 2001
 Nim : 19.2300.025
 Fakultas/ Prodi : Ekonomi Dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah
 Alamat : JL. LINGKAR LAPADDE BTN SAO ASRI BLOK D2 NO.7 KEL. LAPADDE

Yang bersangkutan telah melakukan penelitian di IAIN Parepare dengan Judul Skripsi :

"ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN M-BANKING BRIMO DALAM BERTRANSAKSI DI E-COMMERCE SHOPEE (STUDI PADA MAHASISWA PERBANKAN SYARIAH IAIN PAREPARE)"

Mulai Tanggal 1 Desember 2023 s/d. 1 Januari 2024

Demikian Surat Keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

08 Januari 2024
 Dekan,



Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag.
 NIP. 197102082001122002

DAFTAR NAMA-NAMA NARASUMBER

NO	Daftar nama-nama Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Parepare			
	Nama Mahasiswa	Jenis Kelamin	Umur	Pekerjaan
1	MUHAMMAD LUTFI SUDIRMAN	Laki-Laki	22 Tahun	Mahasiswa
2	RIZAL	Laki-Laki	22 tahun	Mahasiswa
3	DWIYUNI ZHALSABILLAH	Perempuan	22 tahun	Mahasiswa
4	HASWADI	Laki-Laki	22 Tahun	Mahasiswa
5	IIN SAFITRI	Perempuan	22 Tahun	Mahasiswa
6	KARDILLA	Perempuan	22 tahun	Mahasiswa
7	UMNIYAH	Perempuan	22 tahun	Mahasiswa
8	IFTAR NUR AKBAR	Laki-Laki	21 tahun	Mahasiswa



NAMA : AHMAD FAUZAN SULWAN

NIM : 19.2300.025

FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

PRODI : PERBANKAN SYARIAH

JUDUL : ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN MOBILE BANKING BRIMO DALAM BERTRANSAKSI DI E-COMMERCE SHOPEE (STUDI KASUS MAHASISWA PERBANKAN SYARIAH IAIN PAREPARE)

PEDOMAN WAWANCARA

1. Apa yang membuat anda memutuskan Mobile Banking BRIMO untuk bertransaksi di E-Commerce Shopee?
2. Bagaimana tingkat kepuasan Anda terhadap pengalaman menggunakan M-Banking BRIMO saat berbelanja di Shopee?
3. Apakah Anda merasa layanan M-Banking BRIMO sesuai dengan harapan Anda dalam melakukan transaksi di Shopee?
4. Faktor apa yang paling membuat Anda merasa senang saat menggunakan M-Banking BRIMO di Shopee?
5. Bagaimana persepsi Anda terhadap kinerja layanan M-Banking BRIMO dalam memudahkan transaksi di Shopee?

6. Sejauh mana M-Banking BRIMO mampu memenuhi ekspektasi Anda terhadap layanan perbankan dalam konteks berbelanja online di Shopee?
7. Apakah ada aspek tertentu dari M-Banking BRIMO yang membuatnya lebih menarik daripada metode pembayaran lainnya di Shopee?
8. Bagaimana pengalaman Anda dalam menyesuaikan diri dengan fitur-fitur M-Banking BRIMO ketika bertransaksi di Shopee?
9. Sejauh mana keputusan menggunakan M-Banking BRIMO saat berbelanja di Shopee sesuai dengan kebutuhan dan preferensi Anda?
10. Apakah Anda merasa bahwa M-Banking BRIMO membantu meningkatkan kenyamanan dan efisiensi transaksi Anda di Shopee?
11. Bagaimana tanggapan Anda terhadap responsivitas layanan pelanggan atau bantuan yang diberikan terkait M-Banking BRIMO saat Anda melakukan transaksi di Shopee?
12. Apakah ada saran atau perbaikan yang dapat diberikan untuk meningkatkan pengalaman penggunaan M-Banking BRIMO dalam konteks bertransaksi di Shopee

Setelah mencermati instrumen dalam penelitian skripsi mahasiswa sesuai dengan judul diatas, maka instrumen tersebut dipandang telah memenuhi kelayakan untuk digunakan dalam penelitian yang bersangkutan.

Parepare, 12 September 2023

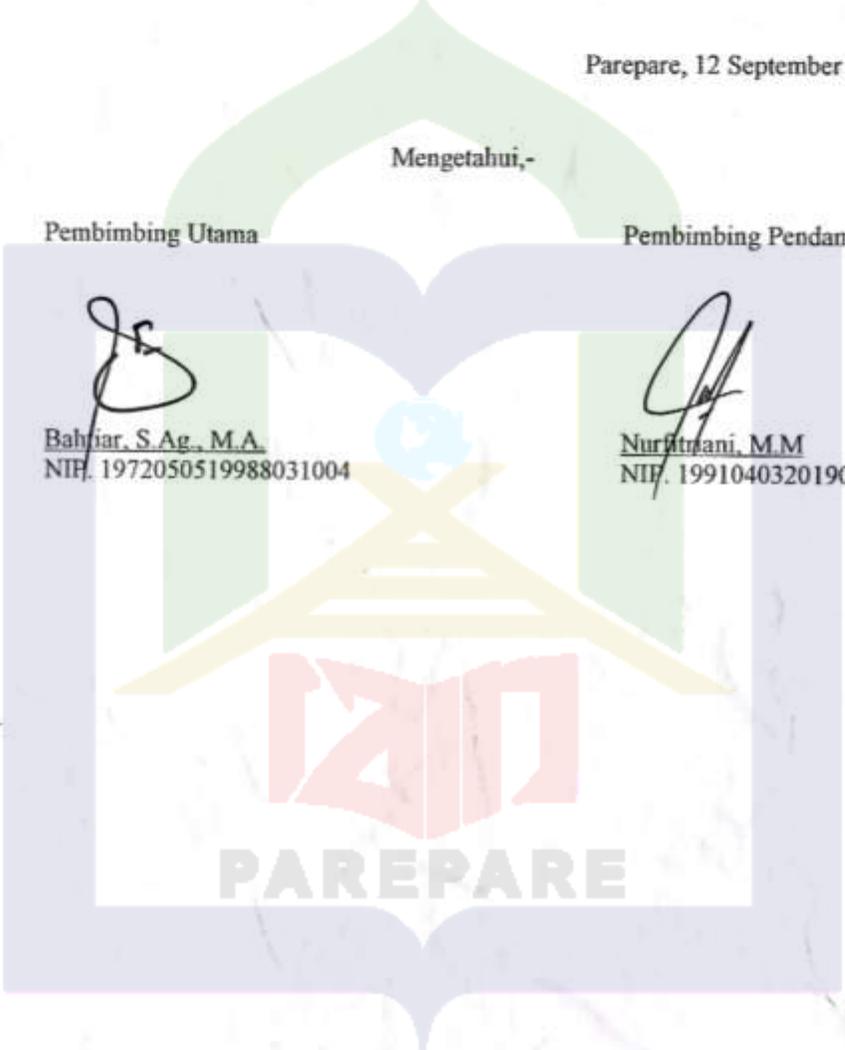
Mengetahui,-

Pembimbing Utama

Pembimbing Pendamping


Bahriar, S.Ag., M.A.
NIP. 1972050519988031004


Nurfitriani, M.M
NIP. 199104032019032025


PAREPARE

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : IFTAR NUR AKBAR
Umur : 21
Jenis Kelamin : laki-laki
Agama : Islam
Pekerjaan : mahasiswa
Alamat : Pintang

Menerangkan bahwa telah memberikan keterangan wawancara kepada saudara Ahmad Fauzan Sulwan yang sedang melakukan penelitian dengan judul Skripsi "Analisis Kepuasan Pelanggan M-Banking BRIMO dalam bertransaksi di E-Commerce Shopee (Studi pada Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Parepare)"

Demikian Surat keterangan wawancara ini dibuat dan dipergunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 6 Desember 2023

Informan



IFTAR NUR AKBAR

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Muh. Lutfi Sudirman
Umur : 22 Thn.
Jenis Kelamin : Laki-laki
Agama : Islam
Pekerjaan : Mahasiswa/Pelajar
Alamat : Lapadde mas BIRU SAO ASRI

Menerangkan bahwa telah memberikan keterangan wawancara kepada saudara Ahmad Fauzan Sulwan yang sedang melakukan penelitian dengan judul Skripsi “**Analisis Kepuasan Pelanggan M-Banking BRIMO dalam bertransaksi di E-Commerce Shopee (Studi pada Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Parepare)**”

Demikian Surat keterangan wawancara ini dibuat dan dipergunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 3 Desember 2022

Informan


Muh. Lutfi Sudirman

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Dwiyuni ZhaSabillah
Umur : 22 Tahun
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Pekerjaan : Mahasiswa
Alamat : Bgo Baru

Menerangkan bahwa telah memberikan keterangan wawancara kepada saudara Ahmad Fauzan Sulwan yang sedang melakukan penelitian dengan judul Skripsi “Analisis Kepuasan Pelanggan M-Banking BRIMO dalam bertransaksi di E-Commerce Shopee (Studi pada Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Parepare)”

Demikian Surat keterangan wawancara ini dibuat dan dipergunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 3 Desember 2023

Informan



Dwiyuni ZhaSabillah

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : HASWADI
Umur : 22
Jenis Kelamin : Laki-laki
Agama : Islam
Pekerjaan : Mahasiswa / Pelajar
Alamat : Suppa, Pinrang

Menerangkan bahwa telah memberikan keterangan wawancara kepada saudara Ahmad Fauzan Sulwan yang sedang melakukan penelitian dengan judul Skripsi "Analisis Kepuasan Pelanggan M-Banking BRIMO dalam bertransaksi di E-Commerce Shopee (Studi pada Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Parepare)"

Demikian Surat keterangan wawancara ini dibuat dan dipergunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 6 Desember 2023

Informan



HASWADI

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Umriyah Zhafrah Ammas
Umur : 22 Tahun
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Pekerjaan : Mahasiswa
Alamat : BTN Timurama Parepare

Menerangkan bahwa telah memberikan keterangan wawancara kepada saudara Ahmad Fauzan Sulwan yang sedang melakukan penelitian dengan judul Skripsi "Analisis Kepuasan Pelanggan M-Banking BRIMO dalam bertransaksi di E-Commerce Shopee (Studi pada Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Parepare)"

Demikian Surat keterangan wawancara ini dibuat dan dipergunakan sebagaimana mestinya.

IAIN
PAREPARE

Parepare, 7 Desember 2023

Informan


Umriyah Zhafrah Ammas

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Rizal
Umur : 22 Tahun
Jenis Kelamin : Laki - Laki
Agama : Islam
Pekerjaan : Mahasiswa
Alamat : Pinrang

Menerangkan bahwa telah memberikan keterangan wawancara kepada saudara Ahmad Fauzan Sulwan yang sedang melakukan penelitian dengan judul Skripsi “Analisis Kepuasan Pelanggan M-Banking BRIMO dalam bertransaksi di E-Commerce Shopee (Studi pada Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Parepare)”

Demikian Surat keterangan wawancara ini dibuat dan dipergunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 4 Desember 2023

Informan



Rizal

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Iin Sapitri
Umur : 22 Tahun
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Pekerjaan : Mahasiswa
Alamat : Pinrang

Menerangkan bahwa telah memberikan keterangan wawancara kepada saudara Ahmad Fauzan Sulwan yang sedang melakukan penelitian dengan judul Skripsi "**Analisis Kepuasan Pelanggan M-Banking BRIMO dalam bertransaksi di E-Commerce Shopee (Studi pada Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Parepare)**"

Demikian Surat keterangan wawancara ini dibuat dan dipergunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 9 Desember 2023
Informan



Iin Sapitri

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

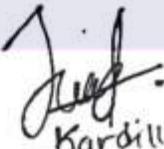
Nama : Kardilla
Umur : 22
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Pekerjaan : Mahasiswa
Alamat : Carawali, pinrang

Menerangkan bahwa telah memberikan keterangan wawancara kepada saudara Ahmad Fauzan Sulwan yang sedang melakukan penelitian dengan judul Skripsi "**Analisis Kepuasan Pelanggan M-Banking BRIMO dalam bertransaksi di E-Commerce Shopee (Studi pada Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Parepare)**"

Demikian Surat keterangan wawancara ini dibuat dan dipergunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 10 Desember 2023

Informan


Kardilla

DOKUMENTASI WAWANCARA

Wawancara dengan Mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah IAIN Parepare











BIODATA PENULIS



Ahmad Fauzan Sulwan, Lahir di Parepare pada tanggal 23 September 2001, Anak pertama dari 3 bersaudara, buah kasih dari pasangan ayahanda Sultarwi Abdullah dan ibunda Mariani. Penulis beralamat di Btn Sao Asri Lapadde, Kota Parepare, Provinsi Sulawesi Selatan. Hobi Musik dan Sepakbola. Cita-cita terbesarnya adalah membahagiakan kedua orang tua.

Penulis mengawali jejak karier pendidikan formal pada tahun 2007 di TK Az-Zaytun Parepare dan selesai pada tahun 2008. Pada tahun yang sama masuk Di SD 62 Parepare dan selesai tahun 2013. Kemudian pada tahun yang sama penulis melanjutkan pendidikan di SMP Negeri 2 Parepare dan Selesai pada tahun 2016, selanjutnya di tahun yang sama penulis melanjutkan pendidikannya di SMK Negeri 2 Parepare dengan mengambil jurusan Multimedia dan selesai pada tahun 2019. Selesai di bangku sekolah penulis melanjutkan karier pendidikannya di bangku perkuliahan pada tahun 2019 dan terdaftar sebagai mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare.

Berkat petunjuk serta pertolongan dari Allah swt, usaha yang juga disertai oleh doa dan harapan besar kedua orang tua, alhamdulillah penulis dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi yang berjudul “Analisis Kepuasan Pelanggan M-Banking BRIMO dalam bertransaksi di E-Commerce Shopee (Studi pada Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Parepare)”. Semoga dengan penulisan akhir ini skripsi ini mampu memberikan kontribusi positif bagi dunia pendidikan dan menambah khazanah ilmu pengetahuan serta bermanfaat dan berguna bagi sesama.