

SKRIPSI

**PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* DAN *E-TRUST* TERHADAP
KEPUASAN NASABAH PENGGUNA *BSI MOBILE BANKING*
PADA BSI KCP SIDRAP**



OLEH

**WINA ADELIA PUTRI
NIM : 2020203861211052**

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

2025

**PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* DAN *E-TRUST* TERHADAP
KEPUASAN NASABAH PENGGUNA BSI *MOBILE BANKING*
PADA BSI KCP SIDRAP**



OLEH

**WINA ADELIA PUTRI
NIM: 2020203861211052**

Skripsi Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
(S.E.) Pada Program Studi Manajemen Keuangan Syariah Fakultas Ekonomi Dan
Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare

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

2025

PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh *E-Service Quality* dan *E-Trust* Terhadap
Kepuasan Nasabah Pengguna BSI *Mobile Banking*
Pada BSI KCP Sidrap

Nama Mahasiswa : Wina Adelia Putri

NIM : 2020203861211052

Program Studi : Manajemen Keuangan Syariah

Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dasar Penetapan Pembimbing : Surat Penetapan Pembimbing Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

B.5729/In.39/FEBI.04/PP.00.9/10/2023

Disetujui Oleh:

Pembimbing Utama : Dr. Ahmad Dzul Ilmi Syarifuddin, S.E., M.M. (.....)

NIP : 1991 1030 201903 1 006

Pembimbing Pendamping : Darmianti Razak, S.E., M.Mktg. (.....)

NIP : 19920819 202012 2 019

Mengetahui:

Dekan,
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



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

PENGESAHAN KOMISI PENGUJI

Judul Skripsi : Pengaruh *E-Service Quality* dan *E-Trust* Terhadap
Kepuasan Nasabah Pengguna BSI *Mobile Banking*
Pada BSI KCP Sidrap

Nama Mahasiswa : Wina Adelia Putri

NIM : 2020203861211052

Program Studi : Manajemen Keuangan Syariah

Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dasar Penetapan Pembimbing : Surat Penetapan Pembimbing Skripsi

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

B.5729/In.39/FEBI.04/PP.00.9/10/2023

Tanggal Ujian : 22 Januari 2025

Disetujui Oleh:

Dr. Ahmad Dzul Ilmi Syarifuddin, S.E., M.M. (Ketua)

(.....)

Darmianti Razak, S.E., M.Mktg. (Sekretaris)

(.....)

Dr. Andi Bahri S, M.E., M.Fil.I. (Anggota)

(.....)

Trian Fisman Adisaputra, S. E., M.M. (Anggota)

(.....)

Mengetahui:

Dekan,

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag

NIP. 19710208 200112 2 002

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ
وَعَلَى آلِهِ وَصَحْبِهِ أَجْمَعِينَ أَمَّا بَعْدُ

Alhamdulillah "alamin Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT. Berkat hidayah, taufik dan maunah-Nya, penulis dapat menyelesaikan tulisan ini sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi dan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) Program Studi Manajemen Keuangan Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare. Sholawat serta salam semoga senantiasa tercurah kepada junjungan Nabi Muhammad Saw, Rasul pilihan yang membawa cahaya penerang dengan ilmu pengetahuan. Serta iringan doa untuk keluarga, sahabat, dan seluruh pengikutnya yang selalu setia sampai akhir zaman.

Dalam penyusunan skripsi ini, Penulis menghaturkan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada seluruh keluarga besar khususnya Ibunda tercinta Nasriana dan Ayahanda tercinta Widin Wijaya karena senantiasa memberi nasehat, semangat, doa serta dukungan penuh bagi penulis, hingga penulis mendapatkan kemudahan dalam menyelesaikan tugas akhir ini tepat pada waktunya.

Penulis telah banyak menerima bimbingan dan bantuan dari Bapak Dr. Ahmad Dzul Ilmi Syarifuddin, S.E., M.M. dan Ibu Darmianti Razak, S.E., M.Mktg. selaku Pembimbing Utama dan Pembimbing Pendamping, atas segala bantuan dan bimbingan yang telah diberikan, penulis ucapkan terima kasih.

Selanjutnya, penulis juga menyampaikan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Hannani, M.Ag. selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare yang telah bekerja keras mengelola pendidikan di IAIN Parepare.
2. Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare yang telah meluangkan waktunya dan atas pengabdianya yang telah menciptakan suasana pendidikan yang positif bagi mahasiswa.
3. Dr. Nurfadhilah, S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Keuangan Syariah yang telah banyak memberikan dukungan dan bantuannya kepada kami sebagai mahasiswa Program Studi Manajemen Keuangan Syariah.
4. Darwis, S.E., M.Si. sebagai dosen pembimbing Akademik telah memberikan bimbingan, arahan, dan dorongan yang tak ternilai selama proses penulisan skripsi ini.
5. Bapak/Ibu dosen Prodi Manajemen Keuangan Syariah yang telah meluangkan waktunya dalam mendidik penulis selama studi di IAIN Parepare dan seluruh staf bagian rektorat, akademik, dan fakultas yang siap selalu melayani mahasiswa/i.
6. Terkhusus kepada Ananda Najwa Karim, dan Alifa Ainun Pratiwi yaitu sahabat tersayang. Terima kasih atas setiap waktu yang diluangkan, memberikan dukungan, motivasi, semangat, doa, pendengar yang baik, serta menjadi rekan yang menemani penulis dari awal perkuliahan sampai selesai skripsi. Tiada hentinya memberikan motivasi kepada penulis agar skripsi dapat selesai tepat waktu, dan berjuang agar menghadapi ujian siding skripsi secara bersama.
7. Sahabat - sahabat terbaikku di bangku SMA sampai sekarang dan sampai kapanpun, Nabila, Delia, Arvanita, Sri Wahyuni, dan Alya, terima kasih atas doa, semangat dan kebersamaannya selama ini.
8. Sahabat – sahabat terbaikku di bangku SMP sampai sekarang dan sampai kapanpun, Erika, Annisa, Alba, Irma, Indah, Agung, Fadhil, Arya, Arham, Ozzy terima kasih atas doa, semangat dan kebersamaannya selama ini.

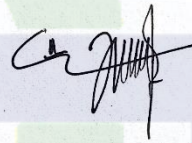
9. Teruntuk Muhammad Danial Ramadhan yang tak kalah penting kehadirannya. Telah berkontribusi untuk menemani, mendukung, menghibur serta mendengarkan keluh kesah dan selalu memberikan dukungan bagi penulis. Terima kasih telah menjadi bagian dalam proses perjalanan penulis menyusun skripsi ini.
10. Teman-teman seperjuangan program studi Manajemen Keuangan Syariah khususnya angkatan 2020 yang telah memberikan banyak bantuan dan tidak pernah mengeluh ketika penulis meminta bantuan dalam penyelesaian skripsi.
11. Teman-teman KKN Desa Karrang di Kabupaten Enrekang , terima kasih atas dukungan dan doanya.
12. Terimakasih kepada diri sendiri, karena telah mampu berusaha keras dan berjuang sejauh ini. Mampu mengendalikan diri sendiri dari berbagai tekanan di luar keadaan dan tak pernah memutuskan menyerah sesulit apapun proses penyusunan skripsi ini dengan menyelesaikan sebaik dan semaksimal mungkin. Ini merupakan pencapaian yang patut di banggakan untuk diri sendiri.

Penulis tak lupa mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan, baik berupa moril maupun materi hingga tulisan ini dapat di selesaikan. Semoga Allah swt. Membalas segala kebaikan dan menjadikannya sebagai amal jariyah serta senantiasa memberikan rahmat dan pahalanya.

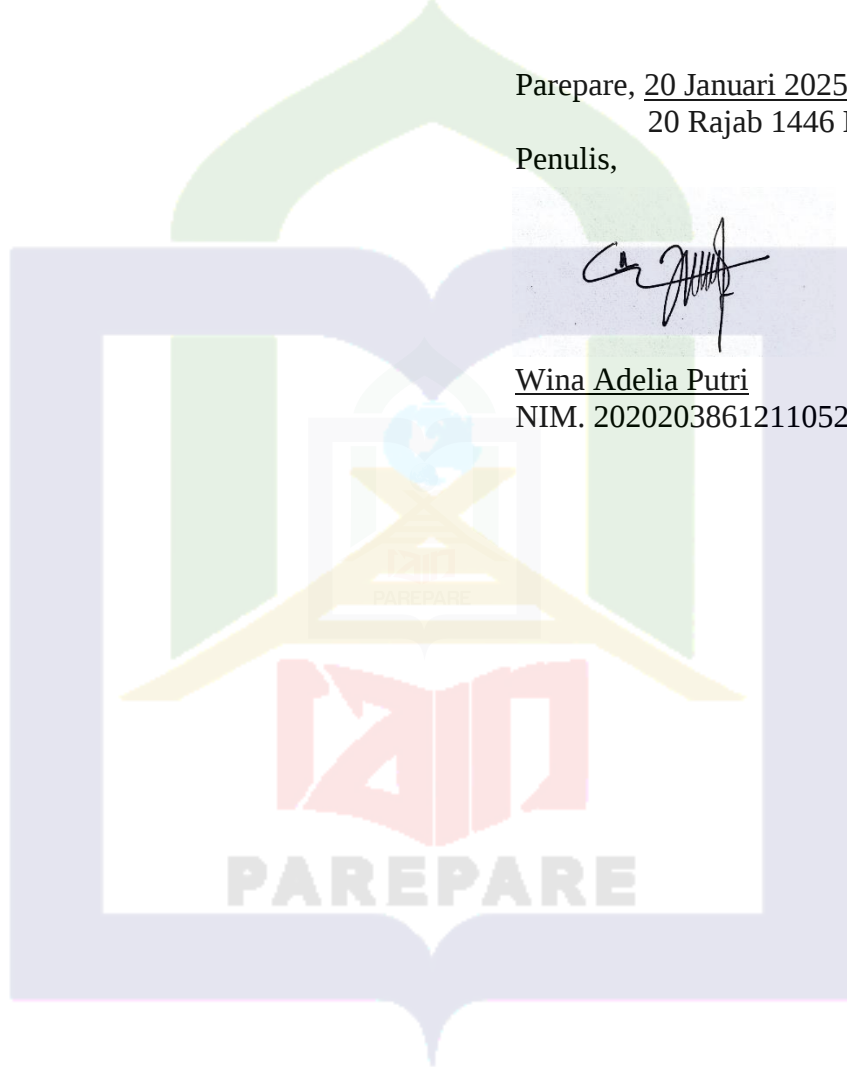
Akhir kata penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna, oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun guna menyempurnakan skripsi ini.

Parepare, 20 Januari 2025 M
20 Rajab 1446 H

Penulis,



Wina Adelia Putri
NIM. 2020203861211052



PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

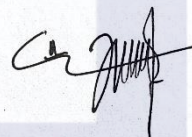
Mahasiswa yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : Wina Adelia Putri
NIM : 2020203861211052
Tempat/Tgl. Lahir : Parepare, 27 Agustus 2002
Program Studi : Manajemen Keuangan Syariah
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul Skripsi : Pengaruh *E-Service Quality* dan *E-Trust* Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna BSI *Mobile Banking* Pada BSI KCP Sidrap

Menyatakan dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran bahwa skripsi ini benar merupakan hasil karya saya sendiri. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa ia merupakan duplikat, tiruan, plagiat, atau dibuat oleh orang lain, sebagian atau seluruhnya, maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Parepare, 20 Januari 2025

Penulis



Wina Adelia Putri

2020203861211052

ABSTRAK

Wina Adelia Putri, Pengaruh *E-Service Quality* Dan *E-Trust* Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna *BSI Mobile Banking* Pada Bsi KCP Sidrap (Dibimbing oleh bapak Dr. Ahmad Dzul Ilmi Syarifuddin, S.E., M.M. dan ibu Darmianti Razak, S.E., M.Mktg.)

Seiring dengan perkembangan teknologi dan digitalisasi, banyak bank termasuk BSI, mengandalkan aplikasi *Mobile Banking* untuk memberikan kemudahan kepada nasabah dalam melakukan berbagai transaksi perbankan tanpa harus datang ke kantor cabang. BSI sebagai bank syariah tentu memiliki tantangan tersendiri dalam memastikan bahwa aplikasi *BSI Mobile* yang mereka tawarkan tidak hanya memenuhi standar kualitas layanan digital, tetapi juga sejalan dengan prinsip-prinsip syariah yang menjadi dasar operasional mereka. Oleh karena itu, penelitian ini sangat penting untuk mengetahui sejauh mana kualitas layanan digital dan tingkat kepercayaan nasabah terhadap aplikasi tersebut mempengaruhi tingkat kepuasan mereka dalam menggunakan *BSI Mobile* pada BSI KCP Sidrap.

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif deskriptif. Penentuan sampel menggunakan purposive sampling, pengumpulan data menggunakan kuisioner dibagikan kepada 100 responden nasabah pengguna *BSI Mobile Banking*. Analisis data menggunakan regresi linear berganda diolah menggunakan program SPSS Statistic 30.0.

Berdasarkan hasil uji t (parsial) pengaruh *E-Service Quality* sebesar $0,001 >$ dengan nilai signifikansi $0,05$ dan nilai t hitung $4.060 <$ dari nilai t tabel $1,984$ yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima, maka dapat disimpulkan bahwa variabel *E-Service Quality* (X1) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan nasabah pengguna *BSI Mobile Banking* pada BSI KCP Sidrap(Y). Pengaruh variabel *E-Trust* terhadap Kepuasan Nasabah sebesar $0,001 < 0,05$ dan nilai t hitung $7.348 >$ dari nilai t tabel $1,984$ yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima, maka dapat disimpulkan bahwa variabel *E-Trust* (X2) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengguna *BSI Mobile Banking* pada BSI KCP Sidrap. (Y). Selanjutnya uji simultan (f) untuk pengaruh *E-Service Quality* (X1) dan *E-Trust* (X2) sebesar $0,001 < 0,05$ dan nilai f hitung $27.728 >$ dari nilai f tabel $3,090$ yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima, maka dapat disimpulkan Variabel *E-Service Quality* (X1) dan *E-Trust* (X2) berpengaruh terhadap Kepuasan pengguna *BSI Mobile Banking* pada BSI KCP Sidrap(Y).

Kata Kunci : *Service Quality, E-Trust, Kepuasan Nasabah*

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	ii
PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING	Error! Bookmark not defined.
PENGESAHAN KOMISI PENGUJI.....	Error! Bookmark not defined.
KATA PENGANTAR	v
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	ix
ABSTRAK	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
PEDOMAN TRANSLITERASI	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
A. Penelitian Relevan	11
B. Landasan Teori	14
1. <i>E-Service Quality</i>	14
2. <i>E-Trust</i>	18
3. Kepuasan Nasabah	19
4. BSI Mobile Banking.....	28
C. Kerangka Pikir	31
D. Hipotesis	32

BAB III METODE PENELITIAN.....	33
A. Objek Penelitian.....	33
B. Jenis Penelitian	33
C. Lokasi Dan Waktu Penelitian	34
D. Populasi dan Sampel.....	34
E. Jenis dan Sumber Data.....	37
F. Teknik Pengumpulan dan Pengelolaan Data	38
G. Definisi Operasional Variabel	39
H. Instrumen Penelitian	42
I. Teknik Analisis Data	43
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	48
A. Deskripsi Hasil Penelitian.....	48
1. Karakteristik Responden	48
2. Deskripsi Statistik Variabel Penelitian.....	49
B. Pengujian Persyaratan Analisis Data	52
1. Uji Validitas	52
2. Uji Reabilitas.....	53
3. Uji Normalitas	54
4. Regresi Linear Berganda.....	55
5. Uji Hipotesis Parsial (Uji t)	57
6. Uji Hipotesis Simultan (Uji f)	59
7. Koefisien Deteriminan (r^2)	61
C. Pembahasan dan Hasil Penelitian	62
1. Pengaruh <i>E-service quality</i> terhadap Kepuasan nasabah pengguna BSI <i>Mobile Banking</i> pada BSI KCP Sidrap.....	62
2. Pengaruh <i>E-Trust</i> terhadap Kepuasan nasabah pengguna BSI <i>Mobile Banking</i> pada BSI KCP Sidrap	64
3. Pengaruh <i>E-Service Quality</i> dan <i>E-Trust</i> terhadap kepuasan pengguna BSI <i>Mobile Banking</i> di BSI KCP Sidrap.....	66

BAB V PENUTUP.....	69
A. Simpulan.....	69
B. Saran	70
DAFTAR PUSTAKA	72
LAMPIRAN.....	I



DAFTAR TABEL

No	Judul Tabel	Halaman
1.1	Jumlah Pengguna BSI Mobile Kabupaten Sidrap	6
3.1	Operasional Variabel Penelitian	40
3.2	Skala Likert	42
3.3	Tingkat Reliabilitas Berdasarkan Nilai Alpha	44
4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	48
4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	49
4.3	Hasil Pernyataan Responden Terhadap <i>E-Service Quality</i>	50
4.4	Hasil Pernyataan Responden Terhadap <i>E-Trust</i>	51
4.5	Hasil Pernyataan Responden Terhadap Kepuasan Pelanggan	51
4.6	Hasil Uji Validitas	52
4.7	Hasil Uji Reliabilitas	53
4.8	Hasil Uji Reliabilitas	54
4.9	Hasil Uji Normalitas <i>Kolmogorov - Smirnov</i>	54
4.10	Hasil Uji Regresi Linear Berganda	55
4.11	Hasil Uji Regresi Linear Berganda	56
4.12	Hasil Uji Parsial (Uji t)	58
4.13	Hasil Uji Simultan (Uji f)	60
4.14	Nilai Korelasi	61
4.15	Nilai Koefisien Determinasi	61

DAFTAR GAMBAR

No	Judul Gambar	Halaman
1.1	Tingkat Pertumbuhan Tahunan Transaksi Keuangan Digital (2022)	3
1.2	Pengguna Mobile Banking Terpopuler Di Indonesia (2022)	3
2.1	Bagan Kerangka Pikir	32



DAFTAR LAMPIRAN

No	Judul Gambar	Halaman
1	Pedoman Kuesioner	II
2	Deskripsi Jawaban Responden	VI
3	Hasil Analisis Data	IX
4	Surat Keputusan Penetapan Pembimbing Skripsi	XV
5	Surat Permohonan Izin Pelaksanaan Penelitian dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Parepare	XVI
6	Surat Rekomendasi Izin Melaksanakan Penelitian dari Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Parepare	XVII
7	Surat Keterangan Telah Melaksanakan Penelitian	XVIII
8	Hasil Turnitin	XIX
9	Dokumentasi Penelitian	XX

PEDOMAN TRANSLITERASI

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	Tha	Th	te dan ha
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	h	ha (dengan titik dibawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Dhal	Dh	de dan ha
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es

ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Shad	ş	es (dengan titik dibawah)
ض	Dad	ḍ	de (dengan titik dibawah)
ط	Ta	ṭ	te (dengan titik dibawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik dibawah)
ع	Ain		koma terbalik keatas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qof	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 terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apapun. Jika terletak di tengah atau di akhir, maka 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
أَ	Fathah	A	a
إِ	Kasrah	I	i
أُ	Dammah	U	U

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

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
أَيَّ	fathah dan ya	Ai	a dan i
أَوْ	fathah dan wau	Au	a dan u

Contoh:

كَيْفَ : Kaifa
 حَوْلَ : ḥaula

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
أَ / آ	fathah dan alif atau ya	Ā	a dan garis diatas
إِ	kasrah dan ya	Ī	i dan garis

			diatas
وُ	dammah dan wau	Ū	u dan garis diatas

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 : *rauḍah al-jannah* atau *rauḍatul jannah*
الْمَدِينَةُ الْفَاضِلَةُ : *al-madīnah al-fāḍilah* atau *al-madīnatul fāḍilah*
الْحِكْمَةُ : *al-hikmah*

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 : *Rabbanā*
نَجَّيْنَا : *Najjainā*
الْحَقُّ : *al-haqq*
الْحَجَّ : *al-hajj*
نُعِمَّ : *Nuima*

عَدُوٌّ : *Aduwwun*

Jika huruf ع bertasydid diakhir sebuah kata dan didahului oleh huruf kasrah (يَ), 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 ل (alif lam marifah). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasikan 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 katayang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-).

Contoh:

الشَّمْسُ : *al-syamsu* (bukan *asy-syamsu*)
الزَّلْزَلَةُ : *al-zalzalāh* (bukan *az-zalzalāh*)
الْفَلَسَفَةُ : *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 di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan arab ia berupa alif. Contoh:

تَأْمُرُونَ : *Tamurūna*
النَّوْءُ : *al-nau*
شَيْءٌ : *Syaiun*
أَمْرٌ : *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, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya kata *Al-Quran* (dari *Quran*), *Sunnah*.

Namun bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab maka mereka harus ditransliterasi secara utuh. Contoh:

Fī zilāl al-quran
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 ilahi* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah. Contoh:

دِينُ اللَّهِ : *Dīnullah*
 بِاِ لِلَّهِ : *billah*

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

هُم فِي رَحْمَةِ اللَّهِ : *Hum fī rahmmatillāh*

10. Huruf Kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga berdasarkan kepada 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 wudia linnāsi lalladhī bi Bakkata
mubārakan

Syahru Ramadan al-ladhī unzila fih al-Quran
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 Hamīd Abū Zaid, ditulis menjadi: *Abū Zaid*, *Naṣr Hamīd* (bukan: *Zaid*, *Naṣr Hamīd Abū*)

B. Singkatan

Beberapa singkatan yang di bakukan adalah:

swt.	=	<i>subhānāhu wa taāla</i>
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 Ibrahim/..., ayat 4
HR	=	Hadis Riwayat

Beberapa singkatan dalam bahasa Arab

ص	=	صفحة
بدون مكان	=	بدون مكان
صلی اللہ علیہ وسلم	=	صلی اللہ علیہ وسلم
طبعة	=	طبعة
بدون ناشر	=	بدون ناشر
إلى آخرها/إلى آخره	=	إلى آخرها/إلى آخره
جزء	=	جزء

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

ed. : editor (atau, eds. [kata dari editors] jika lebih dari satu orang

editor). Karena dalam 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 untuk penulisan karta terjemahan yang tidak menyebutkan nama penerjemahnya
- Vol. : Volume. Dipakai untuk menunjukkan jumlah jilid sebuah buku atau ensiklopedia dalam bahasa Inggris. Untuk buku-buku berbahasa Arab biasanya digunakan juz.
- No. : Nomor. Digunakan untuk menunjukkan jumlah nomor karya ilmiah berkala seperti jurnal, majalah, dan sebagainya



BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan Teknologi Informasi (TI) sudah semakin pesat dan canggih. Digitalisasi di berbagai bidang juga semakin maju. Salah satunya di bidang bisnis perbankan. Sudah sangat jelas peran teknologi informasi dalam bidang perbankan mustahil untuk dipisahkan, karena hampir seluruh mekanisme pelaksanaan dan pemrosesan data hanya dapat diselesaikan dengan teknologi. Tentunya kemajuan teknologi mulai berperan penting karena dapat mempermudah terlaksananya berbagai aktivitas yang bisa berdampak pada peningkatan kualitas konsumsi masyarakat.

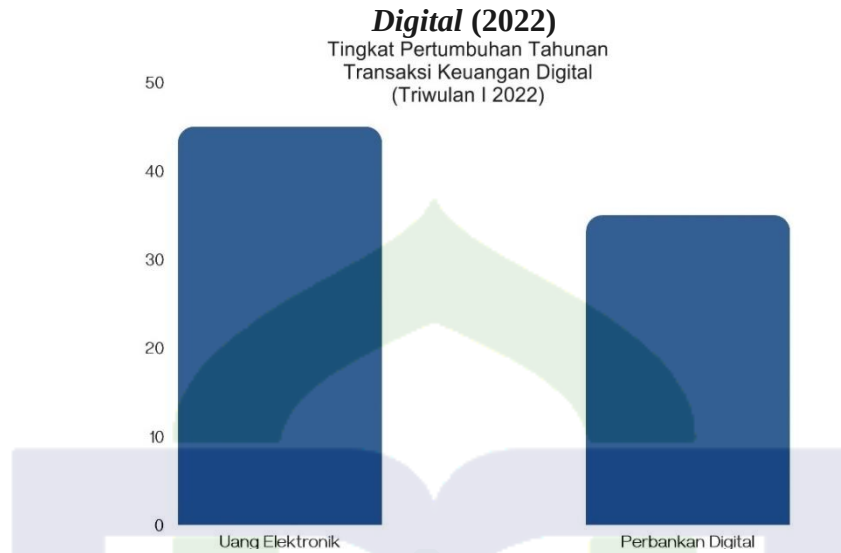
Di tengah kemajuan tersebut setiap konsumen menuntut sebuah pelayanan yang lebih praktis dan cepat. Hal ini juga membuat gaya hidup manusia menjadi tidak bisa terlepas dari perangkat yang serba elektronik. Kini hampir semua perusahaan sudah menggunakan bantuan teknologi tidak terkecuali dunia perbankan, bank-bank berusaha menawarkan layanan dengan akses kemudahan dan kecepatan dalam bertransaksi dengan teknologi yang disebut *digital banking* yang mampu memberikan kemudahan dalam transaksi perbankan seperti registrasi dan penutupan rekening, tarik tunai, transfer, pembayaran, memperoleh informasi lain, dan transaksi di luar produk perbankan seperti nasihat keuangan *financial advisory*, investasi, transaksi sistem perdagangan berbasis elektronik *e-commerce*, dan kebutuhan lainnya.

Berdasarkan data Bank Indonesia (BI), pertumbuhan nilai transaksi perbankan digital secara nasional dari April 2018 sampai April 2023 telah tumbuh mencapai 158%. Hal ini menunjukkan, bahwa dalam jangka panjang tren penggunaan layanan

digital banking di Indonesia cenderung menguat. Sepanjang bulan April 2023 saja nilai transaksi *digital banking* di dalam negeri mencapai Rp 4.264,8 triliun atau hampir Rp 4,3 kuadriliun. Nilai itu mencakup berbagai transaksi digital banking atau perbankan digital sesuai klasifikasi Otoritas Jasa Keuangan (OJK), yakni *internet banking*, *SMS/mobile banking*, dan *phone banking*. Berlandaskan pada Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 12 /POJK.03/2018 yang menyatakan bahwa, layanan perbankan digital adalah layanan perbankan melalui media elektronik yang dikembangkan dengan mengoptimalkan pemanfaatan data nasabah.¹

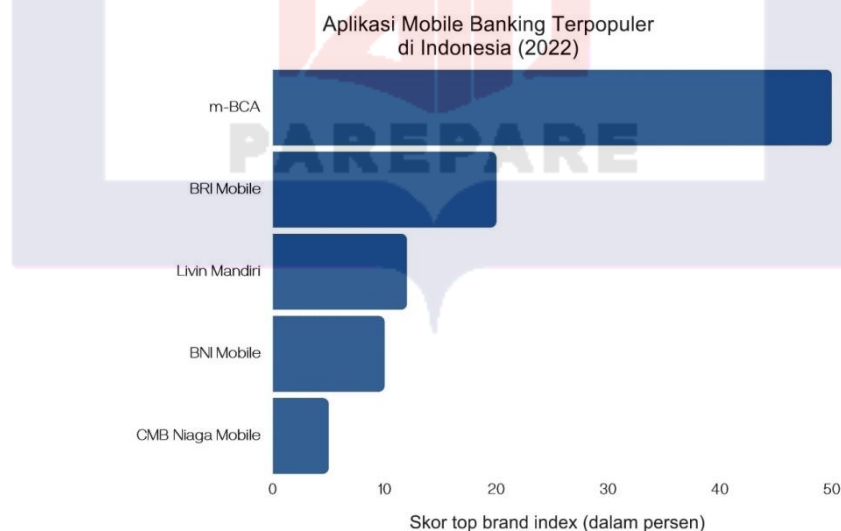
Adanya daya saing antar bank meningkatkan layanan melalui investasi di bidang teknologi informasi. Dengan berkembangnya teknologi informasi perbankan terjadi transformasi yang mengarah kepada layanan perbankan. Layanan *digital* perbankan adalah suatu bentuk pelayanan atau kegiatan yang digunakan oleh seorang nasabah. Salah satu layanan digital dari perbankan yaitu *mobile banking*. Secara mandiri menggunakan sarana *digital mobile banking* yang dimiliki oleh bank maupun calon nasabah ini akan membantu pelanggan mendapatkan informasi, berkomunikasi, mendaftar, membuka rekening, transaksi bank, dan menutup rekening.

¹ Anton N Didenko and Ross P Buckley, "Central Bank Digital Currencies: A Potential Response to the Financial Inclusion Challenges of the Pacific," *UNSW Law Research Paper*, hal. 21–63 (2021).

Gambar 1.1. Tingkat Pertumbuhan Tahunan Transaksi Keuangan

(Sumber: databoks.com)

Transaksi keuangan *digital* mencatatkan pertumbuhan yang pesat selama periode Januari-Maret 2022. Menurut laporan Bank Indonesia (BI), nilai transaksi uang elektronik tumbuh 42,06% pada triwulan pertama 2022. BI juga memperkirakan nilai transaksinya akan tumbuh 18,03% menjadi Rp360 triliun sepanjang tahun 2022.

Gambar 1.2 Pengguna M-Banking Terpopuler di Indonesia (2022)

(Sumber: databoks.com)

Menurut survei yang digelar *Top Brand Award*, m-BCA merupakan aplikasi *mobile banking* paling populer di Indonesia pada 2022. Penilaian ini dibuat berdasarkan survei terhadap 8.500 responden yang tersebar di 15 kota besar Indonesia. Responden terdiri dari 6.000 sampel acak, 1.700 sampel booster, dan 800 sampel booster B2B (databoks.com). Berdasarkan fenomena tersebut bahwa penetrasi *mobile banking* bank syariah Indonesia masih kalah pamor dengan bank konvensional. Dengan kata lain masyarakat masih banyak yang mempercayakan transaksi keuangan digital menggunakan *mobile banking* bank-bank konvensional dibandingkan bank syariah seperti bank syariah Indonesia. Teknologi sistem pembayaran baik dari produk perbankan maupun non perbankan, semakin berkembang pesat dan menuju implementasi penuh layanan digital. munculnya digitalisasi mampu menjadikan sebagai langkah strategis untuk meningkatkan inklusivitas keuangan kepada masyarakat secara nasional. Salah satunya dengan cara meningkatkan konsumen pengguna *e-wallet* yang mana masyarakat dan pelaku bisnis mampu menggunakan teknologi elektronik untuk bertransaksi. Bahkan dengan adanya *e-wallet* segala transaksi keuangan mampu direkam sehingga memudahkan konsumen untuk mengatur keuangan mereka hanya melalui *smartphone* atau telepon genggam.

Bank Syariah Indonesia sebagai bank syariah dengan aset terbesar di Indonesia dalam upaya untuk mengikuti perkembangan industri perbankan berbasis *digital*, Direktur Teknologi dan Operasional Bank Syariah Indonesia (BSI), Achmad Syafii, menyampaikan bahwa BSI memiliki strategi *Bionic Banking* di mana salah satu strateginya adalah mengalihkan produk-produk yang dapat dioperasikan secara sederhana menjadi *digital* melalui *mobile banking*. Transaksi-transaksi seperti

transfer, pembayaran, dan tarik tunai tanpa kartu dapat dilakukan melalui *BSI Mobile*.² Hery Gunardi, Direktur Utama BSI, menyebut bahwa pengguna aktif *BSI Mobile* hingga telah mencapai 6,3 juta orang pada akhir 2023. Hal tersebut menjadi bukti bahwa pemanfaatan teknologi yang sesuai akan memberikan dampak signifikan bagi perusahaan.³

Performa layanan BSI Mobile menentukan para pengguna dalam memberikan pelayanan terbaiknya (*e-service quality*), maka hal tersebut harus diperhatikan oleh setiap *Mobile Banking* dari perbankan manapun, sebab kualitas layanan yang sangat baik akan meningkatkan *e-trust* pengguna sehingga menciptakan stabilitas, kenyamanan dan keamanan dalam bertransaksi.

Seperti yang telah diketahui bersama bahwa *e-service quality* terfokus kepada beberapa aspek, seperti efisiensi (*Efficiency*), Keterdiaan Sistem (*System Availability*). Pemenuhan (*Fulfillment*), Privasi (*Privacy*), Responsivitas (*Responsiveness*), Kompensasi (*Compensation*), Kontak (*Contact*). Hal demikian dapat meningkatkan pengalaman nasabah mereka di platform digital. Model ini diperkenalkan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Malhotra pada tahun 2005.

Tentunya *E-service quality* atau kualitas layanan elektronik, menjadi salah satu faktor utama yang mempengaruhi kepuasan nasabah pengguna *BSI Mobile*. Kualitas layanan ini meliputi pula berbagai aspek, seperti kemudahan dalam penggunaan aplikasi, kecepatan dalam memproses transaksi, dan ketersediaan fitur yang sesuai dengan kebutuhan nasabah. Semakin baik kualitas layanan yang

²Tendi Mahadi. *Hingga Maret Lalu, Pengguna Aktif BSI Mobile Capai 3,77 Juta*. Hingga Maret Lalu, Pengguna Aktif BSI Mobile Capai 3,77 Juta (kontan.co.id). (24 Mei 2024)

³Ahmad Fikri Noor. *BSI: Pengguna BSI Mobile Capai 6,3 juta Orang pada 2023*. BSI: Pengguna BSI Mobile Capai 6,3 juta Orang pada 2023 | Republika Online. (24 Mei 2024)

diberikan, semakin besar kemungkinan nasabah akan merasa puas dan terus menggunakan aplikasi BSI Mobile tersebut. Oleh karena itu, pemahaman yang mendalam mengenai aspek-aspek *e-service quality* yang dirasakan oleh nasabah sangat penting dalam meningkatkan kepuasan mereka.

Selain itu, *e-trust* atau kepercayaan elektronik juga merupakan faktor yang tidak kalah penting dalam membangun hubungan yang positif antara bank dan nasabah. Kepercayaan nasabah terhadap sistem *BSI Mobile* sangat dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti tingkat keamanan transaksi, perlindungan data pribadi, dan reputasi bank itu sendiri. Jika nasabah merasa aman dan yakin bahwa data mereka akan terlindungi dengan baik, mereka akan lebih cenderung untuk menggunakan layanan *BSI Mobile* secara rutin. Sebaliknya, jika nasabah meragukan keamanan dan integritas layanan tersebut, maka kepercayaan mereka akan menurun, yang dapat mempengaruhi tingkat kepuasan mereka terhadap layanan *BSI Mobile*.

Sebagai lembaga perbankan yang berkomitmen untuk memberikan layanan yang terbaik kepada nasabah, BSI KCP Sidrap perlu memahami betul faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah dalam menggunakan layanan *BSI Mobile*. Kepuasan nasabah sangat penting karena berhubungan langsung dengan loyalitas nasabah, yang pada gilirannya akan meningkatkan penggunaan produk dan layanan perbankan lainnya yang ditawarkan oleh bank.

No	Tahun	Jumlah Nasabah
1	2021	250
2	2022	325
3	2023	342
4	2024	427

Tabel 1.1 Pengguna BSI Mobile Kab. Sidrap
(Sumber: Data Lapangan, Diolah 2024)

Tabel ini menggambarkan tren penggunaan aplikasi BSI Mobile yang menunjukkan adanya pertumbuhan, namun tidak terjadi peningkatan yang signifikan dalam jangka waktu tertentu. Meskipun jumlah pengguna mobile banking cenderung meningkat, laju pertumbuhannya relatif stabil dan tidak mengalami lonjakan yang mencolok. Hal ini menandakan bahwa meskipun teknologi mobile banking semakin tersedia dan mudah diakses, faktor-faktor seperti kepercayaan pengguna, kualitas layanan, atau kebiasaan penggunaan masih menjadi tantangan untuk mendorong adopsi yang lebih cepat dan masif.

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh *e-service quality* dan *e-trust* terhadap kepuasan nasabah pengguna *BSI Mobile* pada BSI KCP Sidrap. Fokus utama dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana kualitas layanan yang diberikan oleh BSI melalui aplikasi *BSI Mobile* mempengaruhi tingkat kepuasan nasabah, serta bagaimana tingkat kepercayaan nasabah terhadap keamanan dan kehandalan layanan *BSI Mobile* berperan dalam meningkatkan kepuasan mereka. Selain itu, penelitian ini juga akan melihat apakah kepuasan nasabah berpengaruh terhadap loyalitas mereka terhadap BSI KCP Sidrap, yang dapat berdampak pada peningkatan penggunaan layanan *m-banking* dan produk perbankan lainnya.

Kepuasan nasabah pengguna *BSI Mobile* pada BSI KCP Sidrap sangat relevan dalam konteks perkembangan teknologi perbankan yang semakin pesat. Di era *digital* saat ini, aplikasi *BSI Mobile* telah menjadi salah satu saluran utama yang digunakan oleh bank untuk menyediakan layanan kepada nasabah. Dengan semakin banyaknya nasabah yang beralih menggunakan *BSI Mobile*, penting untuk memahami bagaimana kualitas layanan digital yang diberikan oleh bank serta tingkat kepercayaan nasabah terhadap aplikasi tersebut dapat memengaruhi kepuasan mereka.

Seiring dengan perkembangan teknologi dan digitalisasi, banyak bank termasuk BSI, mengandalkan aplikasi *M-Banking* untuk memberikan kemudahan kepada nasabah dalam melakukan berbagai transaksi perbankan tanpa harus datang ke kantor cabang. BSI sebagai bank syariah tentu memiliki tantangan tersendiri dalam memastikan bahwa aplikasi *BSI Mobile* yang mereka tawarkan tidak hanya memenuhi standar kualitas layanan digital, tetapi juga sejalan dengan prinsip-prinsip syariah yang menjadi dasar operasional mereka. Oleh karena itu, penelitian ini sangat penting untuk mengetahui sejauh mana kualitas layanan digital dan tingkat kepercayaan nasabah terhadap aplikasi tersebut mempengaruhi tingkat kepuasan mereka dalam menggunakan *BSI Mobile* pada BSI KCP Sidrap.

Kepuasan nasabah adalah salah satu aspek yang sangat krusial dalam menjaga loyalitas pelanggan, terutama di sektor perbankan yang sangat kompetitif. Di dunia perbankan *digital*, kepuasan nasabah tidak hanya bergantung pada kecepatan transaksi atau ketersediaan layanan, tetapi juga pada kualitas keseluruhan dari pengalaman pengguna. Dalam hal ini, *e-service quality* atau kualitas layanan elektronik memainkan peran yang sangat besar. Ini mencakup berbagai elemen, seperti keandalan sistem, kemudahan navigasi dalam aplikasi, keamanan data, serta responsivitas aplikasi terhadap keluhan atau masalah nasabah. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana faktor-faktor tersebut mempengaruhi tingkat kepuasan nasabah dalam menggunakan *BSI Mobile* pada BSI KCP Sidrap.

Berdasarkan uraian permasalahan diatas penulis ingin melakukan penelitian lebih jauh tentang bagaimana pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan nasabah pengguna BSI Mobile, dengan judul: **“PENGARUH E-SERVICE**

QUALITY DAN *E-TRUST* TERHADAP KEPUASAN NASABAH PENGGUNA BSI MOBILE PADA BSI KCP SIDRAP”

B. Rumusan Masalah

1. Apakah *E-Service Quality* berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna BSI Mobile Banking di BSI KCP Sidrap
2. Apakah *E-Trust* berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna BSI Mobile Banking di BSI KCP Sidrap
3. Apakah *E-Service Quality* dan *E-Trust* berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan nasabah pengguna BSI Mobile Banking di BSI KCP Sidrap

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh *E-Service Quality* terhadap kepuasan nasabah pengguna BSI Mobile Banking di BSI KCP Sidrap
2. Untuk mengetahui pengaruh *E-Trust* terhadap kepuasan nasabah pengguna BSI Mobile Banking di BSI KCP Sidrap
3. Untuk mengetahui pengaruh *E-Service Quality* dan *E-Trust* secara simultan terhadap kepuasan nasabah pengguna BSI Mobile Banking di BSI KCP Sidrap

D. Manfaat Penelitian

1. Secara Teoritis

Penelitian dapat menjadi referensi bagi akademisi dan peneliti lainnya yang tertarik pada bidang yang sama, membantu mereka memahami faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah dalam layanan perbankan digital. Penelitian ini memberikan teori-teori yang berkaitan dengan *e-service quality* dan *e-trust*, serta

hubungan keduanya dengan kepuasan nasabah dalam konteks layanan perbankan digital.

2. Secara Praktis

Informasi mengenai faktor-faktor yang membentuk e-trust dapat membantu BSI merancang strategi yang efektif untuk membangun dan mempertahankan kepercayaan nasabah, yang sangat penting dalam layanan perbankan digital. Temuan penelitian dapat digunakan oleh BSI untuk mengidentifikasi dan meningkatkan aspek-aspek layanan elektronik yang paling berpengaruh terhadap kepuasan nasabah, sehingga meningkatkan kualitas layanan BSI Mobile dengan memahami kebutuhan dan harapan nasabah, BSI dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas nasabah, yang pada gilirannya dapat meningkatkan retensi nasabah dan profitabilitas.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Penelitian Relevan

Untuk mendukung permasalahan dan bahan tulisan, penulis mencantumkan berbagai literatur dan penelitian terdahulu (*Prior Research*) yang masih relevan dengan objek penelitian ini. Selain itu menjadi syarat yang mutlak sebagai bentuk plagiat atau menyalin secara utuh hasil karya tulis orang lain. Oleh karena itu untuk mematuhi kode etik dalam penulisan karya ilmiah maka sangat diperlukan suatu bahan bandingan atau eksplorasi terhadap penelitian yang terdahulu. Adapun tujuan dari hasil perbandingan atau eksplorasi untuk menegaskan kembali, kefasihan penelitian dan sebagai bahan pendukung dalam menyusun konsep berpikir penelitian. Berdasarkan hasil pencarian dan eksplorasi terhadap penelitian terdahulu menemukan ada beberapa kesamaan dalam bahasa, namun penelitian ini berbeda terhadap penelitian terdahulu. Adapun beberapa penelitian terdahulu tersebut yaitu:

1. Bella Aprilia pada tahun 2023, “Pengaruh *Service Quality*, *E-Satisfaction*, dan *E-Trust* Terhadap *E-Loyalty* terhadap Pengguna Layanan *Mobile Banking Syariah* (Studi pada Mahasiswa Perguruan Tinggi Islam di Sukoharjo)”.⁴ Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *e service quality*, *e-satisfaction*, dan *e-trust* terhadap *e-loyalty* pengguna layanan *mobile banking syariah*. Populasi dari penelitian ini adalah mahasiswa perguruan tinggi Islam di Sukoharjo. Jumlah sampel sebanyak 100 responden, teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Metode yang digunakan dalam

⁴ Bela Aprila, “PENGARUH E-SERVICE QUALITY, E-SATISFACTION, DAN E-TRUST E-LOYALTY PENGGUNA LAYANAN BANKING SYARIAH(Studi Pada Mahasiswa Perguruan Tinggi Islam Di Sukoharjo),” *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., no. Mi (2023): 5–24.

penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif dan untuk metode analisisnya menggunakan model regresi berganda. Sedangkan untuk olah data menggunakan program SPSS 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *e-service quality* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *e-loyalty* pengguna layanan *mobile banking* syariah, *e-satisfaction* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap *e-loyalty* pengguna layanan *mobile banking* syariah, dan variabel *e-trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *e-loyalty* pengguna layanan *mobile banking* syariah.

Persamaan dari penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti yaitu terletak pada fokus penelitiannya dimana tentang *e-service quality* dan *e-trust*. Adapun yang membedakan dari kedua penelitian ini yaitu terletak pada objek penelitiannya. Dimana penelitian terdahulu yaitu Studi pada Mahasiswa Perguruan Tinggi Islam di Sukoharjo sedangkan objek penelitian peneliti yaitu BSI KCP Sidrap.

2. Penelitian yang dilakukan oleh I' Anatun Nafisah, tahun 2021 “Pengaruh *E-Trust* dan *E-Service Quality* terhadap *E-Loyalty* Pengguna Layanan Mobile Banking Syariah (Studi pada Mahasiswa Kota Malang)”.⁵ Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *e-trust* dan *e-service quality* terhadap *e-loyalty* pengguna layanan *mobile banking* syariah (studi pada mahasiswa kota malang). Jumlah sampel sebanyak 113 sampel teknik pengambilan sampel menggunakan kuesioner, sampel tersebut diambil dari mahasiswa yang masih menempuh studi di Kota Malang. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif dan untuk metode analisisnya menggunakan regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *e-trust*, *e-service quality* secara individual berpengaruh terhadap

⁵ I'anatun Nafisah, “Pengaruh E-Trust Dan E-Service Quality Terhadap E-Loyalty Pengguna Layanan Mobile Banking Syariah (Studi Pada Mahasiswa Kota Malang),” *Universitas Islam Negeri(UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang* (2021): 1–71.

loyalitas nasabah. Kemudian variabel *e-loyalty* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap *e-loyalty* nasabah. Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi atau nilai (*R square*) diperoleh sebesar 0,419 atau 41,9%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel *e-trust*, *e-service quality* mampu menjelaskan sebesar 41,9% terhadap variabel dependen *e-loyalty* nasabah. Sedangkan sisanya sebesar 58,1% dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel yang tidak diketahui dalam penelitian ini.

Persamaan dari penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti yaitu terletak pada fokus penelitiannya dimana tentang *e-service quality* dan *e-trust*. Adapun yang membedakan dari kedua penelitian ini yaitu terletak pada objek penelitiannya. Dimana penelitian terdahulu yaitu mahasiswa yang masih menempuh studi di Kota Malang sedangkan objek penelitian peneliti yaitu BSI KCP Sidrap.

3. Penelitian yang dilakukan oleh Vindi Desendriana Pertiwi, tahun 2022 “Pengaruh *e-service quality* dan *e-trust* terhadap *e-loyalty* melalui *e-satisfaction* nasabah *mobile banking* sebagai variabel *intervening* (Studi Kasus BSI KCP Sidoarjo Waru Gateway)”.⁶ Penelitian ini bertujuan untuk memverifikasi apakah benar *e-service quality* dan *e-trust* berpengaruh secara langsung maupun tidak langsung melalui *e-satisfaction* nasabah sebagai variabel *intervening* terhadap tingkat *e-loyalty* nasabah. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif. Dalam penelitian ini teknik pengambilan sampel yang akan digunakan adalah *accidental sampling*, dan pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 responden. Analisis data yang dilakukan menggunakan bantuan SPSS 25. Metode penelitian analisis yang dilakukan adalah uji validitas dan realibilitas, uji asumsi klasik, uji hipotesis, uji

⁶ Vindi Desendriana Pertiwi, “Pengaruh E-Service Quality Dan e-Trust Terhadap e-Loyalty Melalui e-Satisfaction Nasabah Mobile Banking Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus BSI KCP Sidoarjo Waru Gateway)” (2022).

koefisien determinasi, analisis jalur dan uji sobel. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa uji t menunjukkan bahwa *e-service quality* tidak berpengaruh dan signifikan terhadap *e-satisfaction* dengan nilai t hitung sebesar $0,748 < 1,66005$ dengan nilai signifikansi $0.456 < 0.05$. Maka dapat disimpulkan *e-satisfaction* tidak dapat memediasi *e-service quality* terhadap *e loyalty*.

Persamaan dari penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti yaitu terletak pada fokus penelitiannya dimana tentang *e-service quality* dan *e-trust*. Adapun yang membedakan dari kedua penelitian ini yaitu terletak pada objek penelitiannya. Dimana penelitian terdahulu yaitu BSI KCP Sidoarjo Waru Gateway sedangkan objek penelitian peneliti yaitu BSI KCP Sidrap.

B. Landasan Teori

1. E-Service Quality

E-Service quality pada awalnya merupakan pengembangan dari *service quality* yang diterapkan pada sebuah media alat elektronik. *E-service quality* atau juga yang dikenal sebagai *e-servqual*, merupakan versi baru dari *service quality*. *E-service quality* adalah sebuah bentuk kualitas layanan yang lebih luas dengan media internet yang menghubungkan antara penjual dan pembeli untuk memenuhi kegiatan berbelanja secara efektif dan efisien.⁷

Menurut Yulianto (2020) Electronic Service Quality (e-SQ) atau biasa disebut dengan kualitas pelayanan online yang secara luas digunakan untuk mencakup semua tahap interaksi pelanggan dengan situs web.⁸ *Service Quality* adalah seberapa jauh sebuah website memfasilitasi pembelian yang efektif dan

⁷ Jacobs, F. R., & Chase, R. (2013). *EBOOK: Operations and Supply Chain Management*. McGraw Hill.

⁸ Yulianto, E. (2020). *BISNIS ONLINE DAN E-COMMERCE: Meneroka Kualitas Pelayanan Online Pada Pelanggan*. INTELIGENSIA MEDIA (Kelompok Penerbit Intrans Publishing).

efisien, pembelian, dan penyampaian produk atau jasa. Berdasarkan definisi kualitas layanan, dapat ditarik kesimpulan bahwa kualitas layanan adalah metode untuk mengukur kepuasan pelanggan dari sebuah penyedia layanan berbasis internet meliputi pembelian, dan penyampaian produk atau jasa. Pengukuran tersebut dilakukan dengan mengukur bagaimana jasa yang dirasakan oleh pelanggan dan membandingkannya dengan jasa yang diharapkan pelanggan berdasarkan pada dimensi-dimensi tertentu dari sebuah kualitas layanan.⁹

Menurut Puriwat dan Tripopsakul, menjelaskan bahwa *E-Service Quality* adalah kekuatan utama dan keunggulan kompetitif suatu perusahaan yang akan menjadikan keberlanjutan bisnis pada suatu Perusahaan.¹⁰ Parasuraman et al menjelaskan bahwa *E-Service Quality* merupakan sejauh mana suatu situs web atau aplikasi dapat memberikan fasilitas berbelanja, pembelian, dan pengiriman secara online yang efisien dan efektif. *E-Service Quality* memiliki tujuh dimensi yang berasal dari dua skala yaitu skala inti dan skala pemulihan. Empat dimensi yang termasuk skala inti *E-Service Quality* adalah *efficiency*, *fulfillment*, *system availability*, dan *privacy*.¹¹ Keempat dimensi tersebut masuk ke dalam skala inti *e-service quality* karena keempat dimensi tersebut merupakan dimensi utama yang diinginkan konsumen ketika berbelanja melalui internet. Selain itu terdapat tiga dimensi lain yang menjadi menonjol ketika pelanggan online mengalami masalah,

⁹ Fandy, T., & Chandra, G. (2016). Service, quality & satisfaction. *Yogyakarta. Andi*.

¹⁰ Wilert Puriwat and Suchart Tripopsakul, "The Impact of E-Service Quality on Customer Satisfaction and Loyalty in Mobile Banking Usage: Case Study of Thailand," *Polish Journal of Management Studies* 15, no. 2 (2017): 183–193.

¹¹ A. Parasuraman, Valarie A. Zeithaml, and Arvind Malhotra, "E-S-QUAL a Multiple-Item Scale for Assessing Electronic Service Quality," *Journal of Service Research* 7, no. 3 (2005): 213–233.

ketiga dimensi tersebut adalah *responsiveness, compensation, and contact*. Ketiga dimensi tersebut dikonseptualisasikan sebagai skala pemulihan *e-service quality*.¹²

Menurut Fandy Tjiptono, *e-service quality* mengacu pada tingkat keunggulan atau kualitas layanan yang dirasakan oleh pelanggan selama berinteraksi dengan perusahaan melalui platform digital seperti situs web, aplikasi, atau saluran daring lainnya. Tjiptono menjelaskan bahwa kualitas layanan elektronik berbeda dari layanan tradisional karena karakteristik unik dunia digital, seperti virtualitas, interaktivitas, dan kecepatan. Sedangkan Menurut Bressolles & Durrieu, berbeda dengan sistem pelayanan tradisional dimana yang ditawarkan adalah kemudahan untuk mendapatkan informasi antar konsumen dengan penyedia layanan yang berbasis elektronik.¹³

Ada beberapa indikator *E-Service Quality* diantaranya adalah sebagai berikut:

a. *Service Efficiency* (Efisiensi Layanan)

Kemampuan pelanggan untuk mengakses situs web, mencari produk yang diinginkan dan informasi yang berkaitan dengan produk tersebut, serta meninggalkan situs bersangkutan dengan upaya minimal.

¹² H A Ismail and T Purwani, "Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Mobile Banking. Indicators: Journal of Economic and Business, 3 (2), 151–157," 2021.

¹³ Gregory Bressolles and François Durrieu, "Service Quality, Customer Value and Satisfaction Relationship Revisited for Online Wine Websites," in *6th AWBR International Conference*, 2011, 9–10.

b. *Customer's Satisfaction* (Kepuasan Pelanggan)

Suatu hal yang dicari atau dibutuhkan konsumen untuk memenuhi kebutuhan pelanggan yang dibutuhkan pelanggan baik barang ataupun jasa. Dengan memberikan produk atau jasa yang terbaik dan berkualitas.

c. *Service Availability* (Ketersediaan Layanan)

Penyediaan layanan yang mempermudah konsumen dalam melakukan kegiatan di situs web baik transaksi ataupun yang lainnya

d. *Customer's Privacy and Security* (Privasi dan Keamanan Pelanggan)

Jaminan bahwa data perilaku berbelanja tidak akan diberikan kepada pihak lain manapun dan bahwa informasi pribadi (identitas dan alat pembayaran) pelanggan terjamin keamanannya.¹⁴

Adapun kualitas layanan elektronik dikemukakan Tjiptono mencakup tujuh indikator, sebagai berikut :

- a. *Efficiency* (Efisiensi), yaitu kemudahan dalam mengakses informasi di website atau aplikasi. Dalam mencari produk layanan yang diinginkan pelanggan online serta mencari informasi produk atau layanan tersebut.
- b. *Reliability* (Reliabilitas), yaitu fungsi teknis dari website atau aplikasi khususnya mengenai sejauh mana sebuah situs tersedia dan berfungsi.
- c. *Fulfillment* (Pemenuhan), keberhasilan sebuah website atau aplikasi mengantarkan produk atau layanannya sesuai janji serta kemampuannya untuk memperbaiki proses transaksi website saat terjadi kesalahan.
- d. *Privacy* (Privasi), yaitu ketika website atau aplikasi telah dipercaya oleh pelanggan untuk menjaga dan menyimpan data pribadinya.

¹⁴ Muhammad Sabbir Rahman, dkk., "E-Service Quality and Trust on Customer's Patronage Intention: Moderation Effect of Adoption of Advanced Technologies", Jurnal of Global Information Management 28 No.1 (2020), 39 – 55

- e. *Responsiveness* (Daya Tanggap), yaitu kemampuan mengembangkan website atau aplikasi dalam memberi informasi tepat kepada pelanggan ketika terdapat masalah, serta memiliki mekanisme untuk mengatasi masalah tersebut.

2. *E-Trust*

Menurut Atil Bulut *E-trust* didefinisikan sebagai kepercayaan konsumen dalam berbelanja melalui internet. Terdapat beberapa hal yang bisa berdampak pada ketidakinginan konsumen untuk membeli produk secara online seperti halnya sistem penyelesaian masalah yang tidak pasti, transaksi yang riskan serta terjaga atau tidaknya informasi pribadi konsumen.¹⁵ Menurut Dunn menyatakan bahwa “*Trust is an intangible characteristic that allows customers to buy goods or service with the confidence that what is promised will be delivered*”¹⁶ Artinya kepercayaan merupakan karakteristik yang tidak nampak, yang mengizinkan pelanggan untuk membeli produk dan jasa dengan keyakinan bahwa apa yang dijanjikan akan ditepati. *Trust* atau kepercayaan telah dipertimbangkan sebagai katalis dalam berbagai transaksi antara penjual dan pembeli agar kepuasan konsumen dapat terwujud sesuai dengan yang diharapkan Yousafzai et al.¹⁷ Menurut Kotler dan Keller, *e-trust* didefinisikan sebagai kepercayaan yang diberikan pelanggan kepada perusahaan, merek, atau platform dalam lingkungan daring. Dalam dunia digital, kepercayaan ini sangat

¹⁵ Atil Bulut, Z. (2015). *Determinants of Repurchase Intention in Online Shopping: a Turkish Consumer's Perspective. International Journal of Business and Social Science*.

¹⁶ Dunn, William N. *Public Policy Analysis: An Introduction*. New Jersey: Pearson Education. 2004, h. 66.

¹⁷ Yousafzai et al. *Pengaruh kepercayaan dan persepsi resiko terhadap keputusan pembelian E-commerce pada tokopedia dijakarta pusat. Institusi ilmu sosial dan manajemen STIAM I*. 2016.1.3.

penting karena pelanggan tidak berinteraksi secara langsung dengan perusahaan, sehingga mereka bergantung pada pengalaman digital dan reputasi perusahaan.¹⁸

Ada beberapa dimensi dan indikator untuk dapat mengetahui kepercayaan konsumen salah satunya menurut Kotler dan Keller,¹⁹ yaitu sebagai berikut:

- a. *Security* (Keamanan), yaitu seberapa besar seseorang percaya kepada penjual untuk berperilaku baik kepada konsumen.
- b. *Privacy* (Privasi), yaitu jaminan bahwa data pribadi pelanggan tidak akan disalahgunakan atau dibagikan tanpa izin.
- c. *Credibility* (Kredibilitas), persepsi pelanggan bahwa perusahaan memiliki reputasi yang baik, dapat dipercaya, dan memberikan informasi yang jujur.
- d. *Transparency* (Transparansi), informasi yang jelas dan terbuka mengenai produk, harga, kebijakan pengembalian, dan layanan lainnya.
- e. *Consistency* (Konsistensi), pengalaman pelanggan yang konsisten dalam setiap interaksi digital, baik di situs web, aplikasi, maupun media sosial.

3. Kepuasan Nasabah

Kepuasan atau *satisfaction* dari bahasa latin “*satis*” artinya cukup baik memadai dan “*faction*” artinya melakukan atau membuat. Kepuasan juga dapat diartikan sebagai pemenuhan sesuatu yang memadai. Nasabah adalah pelanggan (*costumer*) yaitu individu atau perusahaan yang mendapatkan manfaat atau produk dan jasa dari sebuah perusahaan perbankan, meliputi kegiatan pembelian, penyewaan serta layanan jasa. Menurut pasal 1 ayat 17 Undang-undang No.10 Tahun 1998 tentang pokok perbankan, mendefinisikan bahwa “Nasabah adalah

¹⁸ Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. 15th Edition. Harlow : Pearson Education Limited

¹⁹ Kotler, & Keller. *Intisari Manajemen Pemasaran*. (A. Pramesta (ed.)). Penerbit Andi. 2021, h.225

pihak yang menggunakan jasa bank. Nasabah penyimpan adalah nasabah yang menempatkan dananya di bank dalam bentuk simpanan berdasarkan perjanjian bank dengan nasabah yang bersangkutan²⁰. Nasabah merupakan konsep utama mengenai kepuasan dan kualitas pelayanan dalam perbankan. Dalam hal ini nasabah memegang peranan penting untuk mengukur kepuasan produk maupun pelayanan yang diterima.²⁰ Nasabah merupakan orang yang berinteraksi dengan bank, karena mereka adalah seseorang yang beberapa kali datang ke tempat yang sama untuk membeli suatu produk di bank yang bersangkutan.²¹

Adapun pengertian kepuasan nasabah menurut para ahli, sebagai berikut:

- a. Menurut Fandy Tjiptono,²² kepuasan nasabah adalah elemen pokok dalam pemikiran dan praktik pemasaran modern, persaingan dapat dimenangkan apabila perusahaan mampu menciptakan dan mempertahankan nasabah/konsumennya. Terciptanya kepuasan nasabah/konsumen dapat memberikan beberapa manfaat diantaranya hubungan antara perusahaan dan konsumennya menjadi harmonis, serta membentuk rekomendasi positif yang menguntungkan perusahaan tersebut.
- b. Menurut Kotler dan Keller menyatakan bahwa kepuasan nasabah/konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan terhadap ekspektasinya. Jadi tingkat kepuasan merupakan fungsi perbedaan antara kinerja dengan harapan. Apabila kinerja dibawah harapan, tentu akan membuat nasabah/konsumen merasa tidak puas ataupun kecewa, tetapi apabila kinerja

²⁰ Pasal 1 Ayat 17 Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 Tentang Perbankan’.

²¹ I Nyoman Budiono, Manajemen Pemasaran Bank Syariah (IAIN Parepare Nusantara Pers, 2022).

²² Fandy Tjiptono, Strategi Pemasaran Distribusi Pelanggan Pasar Branding Produk Harga Edisi 4 (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2015) h. 45

diatas harapan maka sudah pasti akan membuat nasabah/konsumen merasa sangat puas.²³

- c. Menurut Kivetz dan Simonson yang dikutip oleh Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, kepuasan nasabah bisa menjalin hubungan yang harmonis antara produsen dan konsumen, menciptakan dasar yang baik bagi pembelian ulang serta terciptanya loyalitas konsumen, membentuk rekomendasi dari mulut ke mulut yang dapat menguntungkan perusahaan.²⁴

Berdasarkan pengertian diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa kepuasan nasabah/konsumen merupakan respon dari nasabah terhadap evaluasi pengalaman yang diperoleh dari perusahaan. Jika produk dan pelayanan yang didapatkan bagus, maka nasabah/konsumen akan senang. Jika tidak maka konsumen akan merasa kecewa. Manfaat dari kepuasan adalah para nasabah/konsumen menjadi loyal terhadap perusahaan dan menjaga hubungan baik dengan perusahaan.²⁵

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

²³ Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management. 15th Edition. Harlow : Pearson Education Limited* h. 153

²⁴ Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen*(Yogyakarta: CV Andi Offset 2013)h. 182

²⁵ Syarmila, S. (2024). *Analisis Kinerja Frontliner Dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah Pada Bank Muamalat KCP Parepare* (Doctoral dissertation, IAIN Pare pare)., h. 26-27.

yang telah terpenuhi dan memiliki nilai ibadah dihadapan Allah SWT juga dalam proses pencapaiannya sesuai dengan ajaran Islam.²⁶

a. Kepuasan Nasabah Menurut Islam

Dalam islam dijelaskan bahwa kepuasan nasabah didapat dengan merasakan pelayanan yang baik. Allah SWT berfirman dalam Q.S At-Taubah ayat 105 :

وَقُلْ أَعْمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ وَسَتُرَدُّونَ إِلَىٰ عِلْمِ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ فَيُنَبِّئُكُم بِمَا كُنتُمْ تَعْمَلُونَ

Terjemahnya :

*“Dan Katakanlah: “Bekerjalah kamu, maka Allah dan Rasul-Nya serta orang-orang mukmin akan melihat pekerjaanmu itu, dan kamu akan dikembalikan kepada Allah Yang Mengetahui alam yang ghaib dan yang nyata, lalu diberitakan-Nya kepada kamu apa yang telah kamu kerjakan.”.*²⁷

Dari ayat diatas menjelaskan bahwa menganjurkan kepada manusia khususnya bagi umat Islam untuk bekerja dan berusaha semaksimal mungkin, dan tidak lupa juga jika ingin meraih keberhasilan dalam kehidupan dunia dan akhirat, maka berbuatlah sesuai dengan kehendak Allah agar dekat dengan Allah sehingga memperoleh ketenangan jiwa dalam melakukan kehidupan di dunia. Dalam Islam, etika kerja bagi seorang muslim yang sejati akan mewujudkan mujahadah yaitu kesungguhan dalam mewujudkan cita-cita, serta

²⁶ Nining Wahyuningsih and Nurul Janah, “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Menggunakan Internet Banking Pada Bank Muamalat,” *Al-Amwal : Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syari’ah* 10, no. 2 (2018): 295.

²⁷ Kementerian Agama. QS. At-Taubah ayat 105.

memiliki keyakinan bahwa etika kerja bisa menjadi penggerak dalam bekerja sehari-hari.

b. Pengukuran Kepuasan Nasabah

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

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

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

- 3) *Lost Customer Analysis*, sedapat mungkin perusahaan menghubungi para nasabah yang telah berhenti atau telah pindah bank lain agar dapat memahami mengapa hal itu terjadi dan supaya mengambil kebijakan perbaikan atau penyempurnaan selanjutnya.
- 4) *Survey Kepuasan Nasabah*, adalah hal paling umum yang paling banyak digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan Nasabah baik telepon maupun wawancara pribadi.²⁸ Pengukuran kepuasan ini dapat melalui beberapa metode yang dapat dilakukan dengan berbagai cara, antara lain:
 - a) *Directly Reported Satisfaction*, pengukuran dilakukan melalui pertanyaan langsung.
 - b) *Derived Dissatisfaction*, pertanyaan yang dimaksud menyangkut 2 hal utama, yaitu besarnya harapan nasabah terhadap atribut tertentu dan besarnya kinerja yang telah dirasakan atau diterima.
 - c) *Problem Analysis*, nasabah yang dijadikan responden diminta untuk mengungkap 2 hal pokok yaitu, mengenai masalah-masalah yang dihadapi berkaitan dengan penawaran dari manajemen perusahaan dan saran-saran untuk melakukan perbaikan.
 - d) *Importance-Performance Analysis*, dalam teknik ini responden diminta merangking beberapa elemen dari penawaran berdasarkan derajat pentingnya setiap elemen tersebut. Selain itu juga responden diminta merangking seberapa baik kinerja perusahaan masing-masing dalam elemen tersebut.²⁹

²⁸ Fandy Tjiptono. *Total Quality Manajemen*. Yogyakarta : Andi. 2003, h.104

²⁹ Nining Wahyuningsih and Nurul Janah, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Menggunakan Internet Banking Pada Bank Muamalat," *Al-Amwal : Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah* 10, no. 2 (2018): 295.

Berdasarkan beberapa cara pengukuran kepuasan nasabah di atas, maka perusahaan dapat mengukur dan memantau seberapa besar kepuasan nasabah dalam menggunakan jasa yang disediakan oleh perusahaan.³⁰

c. Strategi Kepuasan Nasabah

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

- 1) Bank wajib mendengarkan "suara" nasabah sehingga kualitas produk/jasa bank tepat seperti yang diinginkan, nasabah. Penyempurnaan kualitas jasa bank hanya akan berarti jika disadari dan dirasakan oleh nasabah. Kualitas produk ini perlu diikuti dengan kualitas promosi, pelayanan dan lain-lain.
- 2) Perbaikan kualitas membutuhkan komitmen total dari para petugas bank karyawan harus bekerja selaku *team work* untuk memuaskan nasabah internal dan nasabah eksternal.
- 3) Melalui *benchmarking* yaitu, mengukur kinerja bank dibandingkan dengan pesaing terbaik di kelasnya dan berupaya meniru bahkan melampauinya, penyempurnaan kualitas produk/jasa bank dapat ditingkatkan. Jadi kualitas tidak dapat diperiksa saja tetapi harus direncanakan semenjak awal.³¹

³⁰ Melfi Adela, "Pengaruh Layanan M-Banking Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Bank BNI Syariah KCP Rajabasa)," *Journal of Chemical Information and Modeling* 53, no. 9 (2020): 1.

³¹ Yeni Anda Dwinurpitasari, "Pengaruh Kualitas Layanan Dan Produk Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bri Syariah Kcp Ponorogo" (IAIN Ponorogo, 2019).

d. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah

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

- 1) Kualitas produk, nasabah akan merasa puas jika hasil evaluasi menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan adalah berkualitas.
- 2) Kualitas pelayanan, terutama untuk industri jasa. Nasabah akan merasa puas apabila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai apa yang diharapkan.
- 3) Faktor emosional, nasabah yang bangga akan merasa yakin bahwa orang lain akan kagum bila dia menggunakan produk dengan merek tertentu.
- 4) Harga, produk yang mempunyai kualitas yang sama akan menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada nasabahnya.
- 5) Biaya dan kemudahan untuk mendapatkan produk atau jasa. Nasabah yang tidak memerlukan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa yang membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa yang cenderung puas. ATM adalah contoh dimana nasabah merasa puas oleh mudahnya dalam mendapatkan pelayanan perbankan.³²

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

- 1) Kualitas layanan (*service quality*), adalah nasabah akan merasa puas apabila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan.

³² Nining Wahyuningsih and Nurul Janah, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Menggunakan Internet Banking Pada Bank Muamalat," *Al-Amwal : Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syari'ah* 10, no. 2 (2018)

- 2) Kualitas produk (*product quality*), adalah nasabah' akan merasa puas apabila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.
- 3) Harga (*price*), yaitu produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relative murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada nasabah.
- 4) Faktor situasi (*situasional factor*), adalah keadaan atau kondisi yang dialami oleh nasabah.
- 5) Faktor pribadi (*personal factor*), adalah karakteristik yang mencakup kebutuhan pribadi.³³

e. Manfaat Kepuasan Nasabah

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

- 1) Loyal pada bank, artinya kemungkinan keelil nasabah akan pindah ke bank yang lain dan akan setia menjadi nasabah yang bersangkutan.
- 2) Mengulang kembali pembelian produknya, yaitu. kepuasan nasabah terhadap pembelian jasa bank akan menyebabkan nasabah membeli kembali terhadap jasa yang ditawarkan.
- 3) Membeli lagi produk lain dalam bank yang sama, dalam hal ini nasabah akan memperluas jasa yang ditawarkan makin beragam dalam satu bank.
- 4) Memberikan promosi gratis dari mulut ke mulut. Hal inilah yang menjadi keinginan bank karena pembicaraan tentang kualitas pelayanan bank ke nasabah lain akan menjadi bukti terhadap kualitas jasa yang ditawarkan.³⁴

³³ Fredy Rangkuti. *Customer Service Satisfaction & Call Center Berdasarkan Iso 9001*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama. 2013, h.8

³⁴ Kasmir. *Manajemen Perbankan*. Jakarta : Rajawali Pers. 2012, h.264

f. Indikator Kepuasan Nasabah

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

- 1) Pengalaman, artinya suatu kegiatan yang pernah dilakukan atau dialami sehingga dapat menimbulkan kepuasan.
- 2) Harapan pelanggan, artinya kesesuaian antara harapan pelanggan dengan kinerja aktual produk perusahaan.
- 3) Kebutuhan, artinya kesesuaian antara keperluan atau kebutuhan dengan produk yang tersedia. Bila semua terpenuhi, maka akan timbul kepuasan.³⁵

4. BSI Mobile Banking

a. Definisi BSI Mobile

Menurut OJK, mobile banking yaitu layanan yang memungkinkan nasabah bank melakukan transaksi perbankan dengan menggunakan telepon genggam atau ponsel. *Mobile banking* dapat digunakan dengan memilih kartu dengan SIM (*Subscriber Identity Module*), USSD (*Unstructured Supplemented Service Data*), atau aplikasi yang dapat diunduh dan diinstal oleh pelanggan. Teknologi yang digunakan dalam *mobile banking* berbasis *smartphone* dan menyediakan antar muka fungsional bagi bank untuk berinteraksi dengan nasabah secara praktis, memungkinkan mereka untuk meningkatkan layanan nasabah dan efisiensi operasional. Penggunaan *mobile banking* memudahkan

³⁵ Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management. 15th Edition*. Harlow : Pearson Education Limited h. 155

transaksi antar bank yang sebelumnya dilakukan secara manual dengan menghubungi pihak bank. Transaksi ini sekarang dapat dilakukan menggunakan *smartphone*, menghemat waktu dan uang pelanggan. *Mobile banking* adalah alat yang dapat diakses oleh siapa saja dalam melakukan berbagai transaksi keuangan, termasuk setoran, penarikan, pembayaran, dan transfer bank (*transfer*).

Bank Syariah Indonesia (BSI) menjadikan perbankan serbaguna sebagai pelatihan ekonomi syariah. Dalam rangka memberikan layanan terbaik kepada nasabah dan masyarakat Indonesia pada umumnya, PT Bank Syariah Indonesia (Tbk) senantiasa melakukan inovasi dan digitalisasi produk. BSI Mobile merupakan saluran distribusi perbankan yang menggunakan teknologi transmisi data dan *General Package Radio Service* (GPRS) pada *smartphone* untuk mengakses rekening nasabah. BSI Mobile akan menjadi aplikasi perbankan lengkap yang memenuhi semua kebutuhan sosial, spiritual, dan finansial nasabah. Karena *mobile banking* memberikan informasi kepada nasabah dengan kecepatan tinggi dan dalam berbagai format, aplikasi BSI Mobile juga memudahkan nasabah untuk mengakses informasi dari rekening *mobile banking* mereka. Jika dibandingkan dengan layanan pribadi, yang membutuhkan lebih banyak waktu dan tenaga, *mobile banking* mungkin juga menawarkan biaya layanan yang lebih rendah. Dapat kita simpulkan bahwa aplikasi BSI Mobile merupakan sebuah terobosan inovasi dari PT. Bank Syariah Indonesia Tbk untuk memudahkan nasabah dalam bertransaksi yang dapat diakses kapan saja dan dimana saja melalui *smartphone*. Manfaat menggunakan BSI Mobile bagi nasabah yaitu dapat menerima informasi perbankan dengan

cepat, efektif, dan efisien, serta dapat mengurangi waktu tunggu nasabah dalam melakukan transaksi perbankan. sedangkan bagi bank sendiri, produk teknologi informasi membantu meringankan pekerjaan karyawan khususnya *teller* dan atau *customer service*.

b. Fitur layanan BSI

PT Bank Syariah Indonesia Tbk selalu berusaha memberikan pelayanan terbaik kepada nasabahnya. Salah satu caranya adalah dengan menyediakan pelanggan dengan fitur-fitur modern yang menarik yang memudahkan mereka untuk melakukan bisnis. Aplikasi BSI Serbaguna tidak hanya memberikan *highlight* terkait perbankan, tetapi juga memberikan *highlight* dukungan Islami (Juz Amma, Asmaul Husna, dan Pengolah Angka Qurban), elemen berbagi (Zakat, Infaq, Berkah, BAZNAS, Rumah Zakat, Berbagi Qurma (Al-Qur'an Maslahat)), Fitur isi ulang *e-wallet* (seperti E-Money, LinkAja, Shopee Pay, dan sebagainya) Fitur *e-commerce* (seperti Shopee, Tokopedia, dan lainnya), fitur pembelian dan cicilan (Portable Voucher, PLN, Paket Informasi, Tiket, Proteksi, dan sebagainya, selanjutnya menjunjung tinggi kerangka QRIS).

BSI Mobile kini telah melakukan pengupdaten terbaru dengan mengintegrasikan berbagai fitur unggulan ke dalam platform Beyond. Pembaruan ini memberikan pengalaman yang lebih baik dan lebih *seamless* bagi pengguna, termasuk tampilan antarmuka yang lebih modern dan intuitif, peningkatan keamanan transaksi, serta kemampuan untuk melakukan berbagai transaksi perbankan lebih cepat dan efisien. Selain itu, fitur baru seperti pengelolaan keuangan pribadi, akses lebih mudah ke produk investasi, serta integrasi dengan layanan e-commerce turut disematkan dalam update ini,

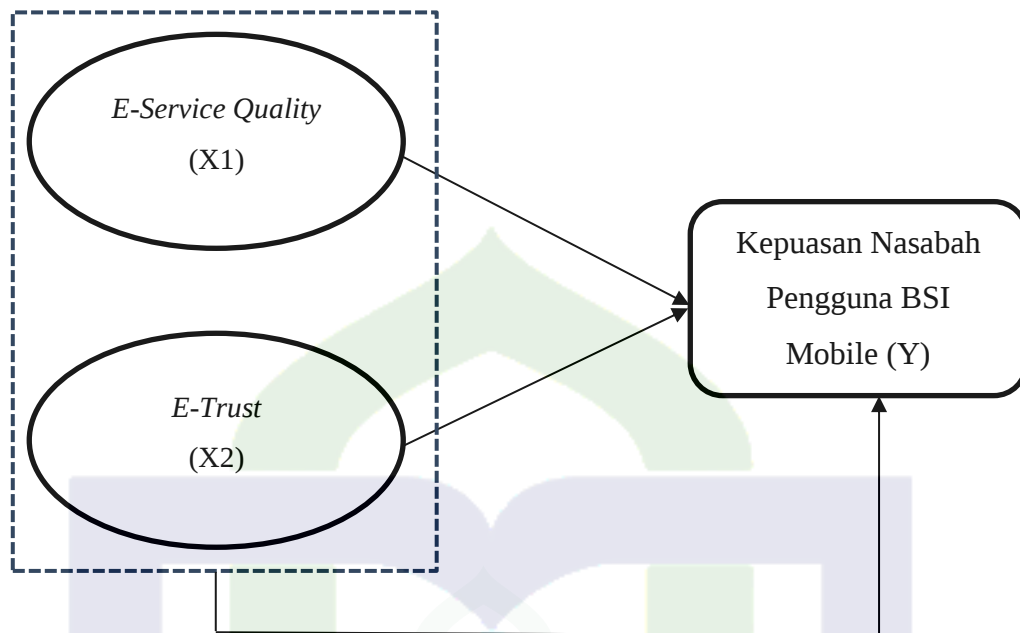
memberikan kenyamanan lebih bagi nasabah dalam bertransaksi dan mengelola keuangan secara digital.

c. Indikator BSI Mobile

Menurut Annisa Fitria, dkk Indikator BSI Mobile adalah sebagai berikut: 1) *Security*, yaitu jaminan kerahasiaan data transaksi serta data nasabah sebagai akibatnya nasabah puas dengan keamanan perangkat *mobile banking*nya. 2) *Speed*, yaitu kemudahan nasabah menyelesaikan transaksi lebih cepat agar dapat meningkatkan kepuasan nasabah terkait kecepatan dan kemudahan transaksi. 3) *Trust*, yaitu kepercayaan nasabah terhadap kredibilitas layanan *mobile banking* yang disajikan oleh bank menjadikan nasabah mempercayai layanan *mobile banking* tersebut. 4) *Accuracy*, yaitu tingkat akurasi layanan dalam memberikan informasi yang akurat mengenai data transaksi dan data keuangan nasabah.

C. Kerangka Pikir

Kerangka pemikiran merupakan alur berpikir atau alur penelitian yang dijadikan pola atau landasan berpikir peneliti dalam mengadakan penelitian terhadap objek yang dtuju. Jadi kerangka berpikir merupakan alur yang dijadikan pola berpikir peneliti dalam mengadakan penelitian terhadap suatu objek yang dapt menyelesaikan arah rumusan masalah dan tujuan penelitian. Berdasarkan pandangan diatas, maka, pelaksanaan model kepemimpinan transformasional kepala sekolah dapat disajikan kerangka berpikir penelitian sebagai berikut:



Gambar 2.1 Bagan Kerangka Pikir
(Sumber: Data Primer)

D. Hipotesis

- H_1 : *E-Service Quality* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pengguna BSI Mobile Banking di BSI KCP Sidrap
- H_2 : *E-Trust* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pengguna BSI Mobile Banking di BSI KCP Sidrap
- H_3 : *E-Service Quality* dan *E-Trust* berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan nasabah pengguna BSI Mobile Banking di BSI KCP Sidrap

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Objek Peneletian

Sebagaimana telah dijelaskan pada bab terdahulu dalam penelitian ini variabel merupakan menjadi topik dalam penelitian ini dengan demikian maka yang menjadi objek penelitian ini adalah Faktor *E-Service Quality* (X1), *E-Trust* (X2), terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna *BSI Mobile* (Y) di BSI KCP Sidrap.

B. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan jenis kuantitatif dengan menggunakan format deskriptif. Penelitian kuantitatif dengan format deskriptif bertujuan untuk menjelaskan, meringkas berbagai kondisi, berbagai situasi, atau berbagai variabel yang timbul dari masyarakat yang menjadi objek penelitian berdasarkan apa yang terjadi. Pendekatan kuantitatif deskriptif dalam peneleitian dimaksudkan agar penulis dapat mengetahui dan memberikan gambaran mengenai “Pengaruh *E-Servie Quality* dan *E-Trust* terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna *BSI Mobile Banking*”

Menurut Utama Penelitian kuantitatif berkaitan erat dengan teknik-teknik survei sosial termasuk wawancara terstruktur dan kuesioner yang tersusun, eksperimen, observasi terstruktur, analisis statistik formal dan masih banyak lagi.³⁶

Metode penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang berdasarkan filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sample pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan

³⁶ Utama. *Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif, PTK, dan R&D*. Kartasura: Fairuz Media. 2016, h.65

data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.³⁷

Sedangkan metode penelitian yang digunakan adalah metode survei. Metode survei menurut Neuman W Lawrence dalam Sugiyono metode penelitian survei adalah penelitian kuantitatif. Dalam penelitian survei, peneliti menanyakan kepada beberapa orang (yang disebut responden) tentang keyakinan, pendapat, karakteristik suatu obyek dan perilaku yang telah lalu atau sekarang dengan menggunakan kuisioner. Kuisioner sebagai instrumen penelitian merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan seperangkat pernyataan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk kemudian dijawab oleh responden.³⁸

C. Lokasi Dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kabupaten Sidrap Provinsi Sulawesi Selatan. Penelitian ini menggunakan waktu kurang lebih 1 bulan lamanya.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini populasinya adalah masyarakat yang mempunyai BSI Mobile berdasarkan nasabah aktif dan rutin bertransaksi pada tahun 2021, 2022, 2023, dan 2024 di Kabupaten Sidrap.

³⁷ S Sugiyono, "Metode Penelitian Pendidikan:(Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D). Bandung: Alfabeta" (Cv, 2015).Bandung : Alfabeta 2015, h.43

³⁸ Vigih Hery Kristanto, *Metodologi Penelitian Pedoman Penulisan Karya Tulis Ilmiah:(KTI)* (Deepublish, 2018).

Populasi terbatas sendiri merupakan suatu populasi dengan jumlah yang memiliki keterbatasan atau dapat dihitung berdasarkan pada suatu waktu serta berdasarkan pada suatu wilayah.³⁹

Namun dalam penelitian ini, merupakan populasi yang terbatas. Artinya memiliki keterbatasan jumlah yang terdapat pada data. Jumlah populasi pada penelitian ini adalah seluruh nasabah yang sudah memiliki BSI Mobile dan rutin atau aktif bertransaksi pada tahun 2021-2024 sebanyak 1.344 pengguna.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut.

Sukmadinata dan Syaodih menyatakan bahwa sampel adalah kelompok kecil yang secara nyata diteliti dan ditarik kesimpulan dari populasi. Sampel sebagai wakil populasi, mengisyaratkan bahwa sampel tersebut harus mampu mencerminkan populasi atau sampel itu harus representatif untuk menggambarkan sesuatu yang dapat mewakili atau mencerminkan pihak, kelompok, atau keadaan tertentu.

Untuk menentukan sampel, perlu diperhatikan kualitas populasi. Jika pada ukuran jumlah dari populasinya berada diatas 1000, maka sampel sekitar 10% telah cukup menjadi sampel, akan tetapi jika ukuran jumlah populasi hanya sekitar

³⁹ Asra et al. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta. 2015

100, maka sampelnya yang paling sedikit berada 30% dan jika kalau ukuran populasinya adalah sebanyak 30, maka sampelnya harus berada pada 100%.⁴⁰

Penentuan jumlah sampel yang digunakan penulis dalam penelitian adalah berdasarkan metode *Slovin* sebagai alat ukur untuk menghitung ukuran sampel karena jumlah populasi yang diketahui lebih dari 100 responden. Sampel yang diteliti adalah seluruh masyarakat Kabupaten Sidrap yang memenuhi karakteristik yang sudah ditentukan oleh peneliti. Dengan pertimbangan terlalu banyak masyarakat kabupaten sidrap yang memiliki BSI Mobile sebagai populasi yang akan dijadikan sebagai responden, maka penulis menggunakan rumus *Slovin* agar penelitian dapat lebih mudah. Untuk lebih jelas rumus *Slovin* yang dikemukakan oleh Husein Umar.⁴¹ yaitu :

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

Keterangan :

n = Ukuran sampel

N = Ukuran Populasi

E = Batas toleransi kesalahan (error tolerance) 10 %

Berdasarkan penjelasan yang telah dikemukakan diatas, maka ukuran sampel dapat di formulasikan sebagai berikut :

$$n = \frac{427}{1 + 427 (0.10)^2}$$

$$n = \frac{427}{1 + 427(0.01)}$$

⁴⁰ Asep Saepul Hamdi and Erwin Bahrudin, *Metode Penelitian Kuantitatif Aplikasi Dalam Pendidikan* (Deepublish, 2015).

⁴¹ Husein Umar, “Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis” (2013).

$$n = 100$$

Dapat disimpulkan untuk ukuran sampel pada penelitian ini sebanyak 100 responden sebagai nasabah yang memiliki BSI Mobile yang aktif dan rutin bertransaksi pada tahun 2021-2024. Jumlah sampel tersebut diperkirakan sudah dapat mewakili populasi, Sehingga jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 nasabah sebagai responden.

E. Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Data kuantitatif adalah data yang diukur dalam suatu skala numerik/angka.⁴²

2. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini digolongkan menjadi dua bagian yaitu :

a. Data Primer

Data Primer adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan langsung dilapangan oleh peneliti dan dari orang yang bersangkutan dengan menggunakan semua metode pengumpulan data original. Dalam hal ini data yang dimaksud adalah data yang bersumber dari Bank BSI KCP Sidrap dan hasil penelitian yang diperoleh dari kuisioner yang telah di isi oleh responden.

⁴² Ali Muhson, "Teknik Analisis Kuantitatif," *Universitas Negeri Yogyakarta. Yogyakarta* (2006): 183–196.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang mengacu pada informasi yang dikumpulkan dari sumber yang telah ada. Dalam penelitian ini data sekunder berasal dari jurnal, artikel, buku-buku yang relevan dan sumber lainya yang berkaitan dengan variabel-variabel yang diteliti yang dalam hal ini Pengaruh *E-Service Quality* dan *E-Trust* terhadap kepuasan nasabah BSI Mobile banking pada BSI KCP Sidrap.⁴³

F. Teknik Pengumpulan dan Pengelolaan Data

1. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah paling utama dalam suatu penelitian dengan tujuan untuk memperoleh data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, peneliti tidak akan mendapatkan data yang sesuai dengan standar yang ditetapkan. Dalam pengumpulan teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*, *purposive sampling* menurut Sugiyono adalah pengambilan sampel sumber data yang menggunakan pertimbangan tertentu.⁴⁴ Data penelitian ini menggunakan sebagai berikut:

- a. **Kuisisioner**, Kuisisioner merupakan instrumen pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pernyataan atau pertanyaan tertulis untuk dijawab oleh responden.
- b. **Observasi**, Observasi yaitu mengenai hasil pengamatan, pada kegiatan perusahaan yang berhubungan langsung dengan masalah yang diteliti.

⁴³ Sandu Siyoto dan M. Ali Sodik. *Dasar Metodologi Penelitian*. (Yogyakarta: Literasi Media Publishing. 2015, h.68

⁴⁴ Sugiyono. *Metodelogi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Alfabeta. 2012, h.252

2. Teknik Pengelolaan Data

Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner dengan lima alternatif jawaban menggunakan skala likert dengan scoring:

- a. Jawaban SS (sangat setuju)/diberi skor = 5
- b. Jawaban S (setuju)/diberi skor = 4
- c. Jawaban N (netral)/diberi skor = 3
- d. Jawaban TS (tidak setuju)/diberi skor = 2
- e. Jawaban STS (sangat tidak setuju)/diberi skor = 1

Data hasil responden dikumpul menjadi satu dan diolah melalui program SPSS Statistic 30.0 *Statistical Product and Service Solutions* merupakan paket program aplikasi komputer untuk menganalisis data statistik. Dengan SPSS Statistic 30.0 kita dapat membuat laporan berbentuk tabulasi, *chart* (grafik), *plot* (diagram) dari berbagai distribusi, statistik deskriptif dan analisis statistik yang kompleks.

G. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel adalah pernyataan praktis dan teknis tentang variabel dan sub variabel yang dapat diukur dan dapat diberikan datanya.⁴⁵ Variabel bebas (*Independent Variabel*) merupakan variabel yang diukur, dimanipulasi, atau dipilih oleh peneliti untuk menentukan hubungannya dengan gejala yang di observasi. Pada penelitian ini variabel bebas yang digunakan adalah ***E-Service Quality(X1)***, ***E-Trust (X2)***. Variabel terikat (*Dependent variabel*) adalah variabel yang diakibatkan atau dipengaruhi oleh variabel bebas. Variabel terikat merupakan variabel yang menjadi perhatian utama peneliti. Tujuan peneliti adalah untuk memahami,

⁴⁵ Tim Penyusun, "Pedoman Penulis Karya Ilmiah IAIN Parepare Tahun 2020", (IAIN Parepare Nusantara Press, 2020), h.55

mendeskripsikan variabel terikat, atau menjelaskan variabelitasnya dan memprediksinya. Pada penelitian Variabel Dependen yang diangkat oleh peneliti adalah **Kepuasan Nasabah (Y)**. Definisi Operasional dari masing-masing variabel adalah sebagai berikut :

Tabel 3.1 Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
<i>E-Service Quality</i> (X1) Tjiptono dan Chandra (2016)	Menurut Fandy Tjiptono, <i>e-service quality</i> mengacu pada tingkat keunggulan atau kualitas layanan yang dirasakan oleh pelanggan selama berinteraksi dengan perusahaan melalui platform digital seperti situs web, aplikasi, atau saluran daring lainnya.	1. <i>Efficiency</i> (Efisiensi). 2. <i>Reliability</i> (Reliabilitas). 3. <i>Fulfillment</i> (Pemenuhan). 4. <i>Privacy</i> (Privasi). 5. <i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap).	<i>Likert</i> (Kuesioner)
<i>E-Trust</i> (X2) Kotler, P.& Keller, K. L. (2016)	Menurut Kotler dan Keller, <i>e-trust</i> didefinisikan sebagai kepercayaan yang diberikan pelanggan kepada perusahaan, merek, atau platform dalam lingkungan daring.	1. <i>Security</i> (Keamanan). 2. <i>Privacy</i> (Privasi) 3. <i>Credibility</i> (Kredibilitas). 4. <i>Transparency</i> (Transparansi). 5. <i>Consistency</i> (Konsistensi).	<i>Likert</i> (Kuesioner)

Kepuasan Nasabah (Y)	Menurut Kotler dan Keller menyatakan bahwa kepuasan nasabah/konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan terhadap ekspektasinya.	1. Pengalaman, artinya suatu kegiatan yang pernah dilakukan atau dialami sehingga dapat menimbulkan kepuasan. 2. Harapan pelanggan, kesesuaian antara harapan pelanggan dengan kinerja aktual produk perusahaan. 3. Kebutuhan, artinya kesesuaian antara keperluan atau kebutuhan dengan produk yang tersedia. 4. Feedback, dengan mengumpulkan opini atau komentar pelanggan melalui survei, ulasan, atau media sosial. 5. Peningkatan kepuasan pelanggan, mengukur kepuasan pelanggan terhadap interaksi atau hal yang sudah dilalui dalam perusahaan.	<i>Likert</i> (Kuesioner)
----------------------	--	--	------------------------------

H. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat yang digunakan untuk pengumpulan data yang dibutuhkan oleh peneliti, disini alat yang digunakan adalah angket. Angket atau kuesioner adalah daftar pertanyaan yang didistribusikan kepada responden untuk diisi dan dikembalikan atau dapat dijawab dibawah pengawasan peneliti. Angket digunakan untuk mendapatkan keterangan dari sampel atau sumber yang berhubungan dengan hal yang ingin diteliti. Peneliti rasanya tidak mungkin untuk bertemu muka secara pribadi dengan semua responden karena alasan biaya dan waktu.⁴⁶

Titik tolak dari penyusunan instrumen penelitian adalah variabel. Variabel penelitian yang ditetapkan untuk diteliti. Dari variabel-variabel tersebut diberi definisi operasionalnya, dan selanjutnya ditentukan indikator yang diukur. Dari indikator tersebut akan dijabarkan menjadi butir-butir pertanyaan atau pernyataan.

Tabel 3.2 Skala Likert

Pernyataan	Keterangan	Skor
Sangat Setuju	SS	5
Setuju	S	4
Netral	N	3
Tidak Setuju	TS	2
Sangat Tidak Setuju	STS	1

⁴⁶ Purwantom, *Statistik Untuk Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2011), h.41

I. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data digunakan metode deskriptif kuantitatif, dimana analisis data penelitian ini merupakan bagian dari proses pengujian data setelah tahap pemilihan dan pengumpulan data dalam penelitian. Beberapa teknik analisis data yang dilakukan pada penelitian ini, antara lain :

1. Uji Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid tidaknya suatu kuesioner, dimana dikatakan sah atau tidak jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang diukur.⁴⁷ Adapun dasar pengambilan keputusan dalam uji ini, bisa dilakukan melalui beberapa cara yaitu:

- 1) Jika nilai r Hitung $> r$ Tabel maka item soal angket tersebut dinyatakan valid
- 2) Jika nilai r Hitung $< r$ Tabel maka item soal angket tersebut dinyatakan tidak valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk, sehingga dikatakan reliabel atau handal jika jawaban dari responden terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil.

Dasar pengambilan keputusan untuk pengujian dapat diketahui dengan cara sebagai berikut:

⁴⁷Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19* (Semarang: Universitas Diponegoro, 2011), h. 84

- 1) Apabila variabel yang diteliti mempunyai *cronbach's* alpha > tingkat signifikan, maka variabel tersebut dikatakan reliabel
- 2) Apabila variabel yang diteliti mempunyai *cronbach's* alpha < tingkat signifikan, maka variabel tersebut dikatakan tidak reliabel

Tingkat reliabilitas dengan metode *cronbach* alpha diukur berdasarkan skala yang dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3.3 Tingkat Reliabilitas Berdasarkan Nilai Alpha

Alpha	Tingkat Reliabilitas
0,00 sampai dengan 0,20	Kurang Reliabel
0,21 sampai dengan 0,40	Agak Reliabel
0,41 sampai dengan 0,60	Cukup Reliabel
0,61 sampai dengan 0,80	Reliabel
0,81 sampai dengan 1,00	Sangat Reliabel

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan sebuah uji yang dilakukan untuk membuktikan apakah data yang diamati mempunyai distribusi yang normal atau tidak. Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi antara variabel dependen dan variabel independen memiliki distribusi normal atau tidak. Data yang baik dan layak digunakan dalam penelitian adalah data yang memiliki distribusi normal. Pengujian untuk uji normalitas data dilakukan melalui analisis *Test of Normality Kolmogorov-Smimov* dalam program SPSS, dengan dasar pengambilan keputusan dilakukan dengan perbandingan nilai

probabilitas (*Asymtotic Significance*) dengan nilai signifikan 0,05, Adapun dasar pengambilan keputusan tersebut yakni:

- 1) Jika probabilitas > 0,05 maka distribusi dari model regresi adalah normal
- 2) Jika probabilitas < 0,05 maka distribusi dari model regresi adalah tidak normal

b. Analisis Regresi Linear Berganda

Penelitian ini menggunakan alat regresi linier berganda (*multiple regression*) untuk menguji pengaruh antar variabel independen dan dependen. Pada analisis regresi berganda, jumlah variabel bebas (independen) yang digunakan untuk memprediksi variabel tergantung (dependen) lebih dari satu.⁴⁸ Persamaan regresi berganda, dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \epsilon$$

Keterangan :

Y = Kinerja Saham

A = Konstanta

B = Koefisien Regresi

X1 = Saham Asing

X2 = Saham Nasional

E = Error

⁴⁸ Suliyanto, 2011, *Ekonometrika Terapan : Teori dan Aplikasi dengan SPSS*. Yogyakarta: Penerbit Andi Offset. Yogyakarta

3. Uji Hipotesis

a. Uji t (Uji Parsial)

Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas atau independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Tingkat kesalahan dalam penelitian ini adalah 5%. Apabila tingkat signifikansi (Sig t) lebih kecil daripada $\alpha = 0,05$, maka H1 diterima yang artinya variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Sebaliknya jika sig t lebih besar $\alpha = 0,05$ maka H1 ditolak yang artinya variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.⁴⁹

Uji t dipakai untuk melihat signifikansi dari pengaruh independen secara individu terhadap variabel dependen dengan menganggap variabel lain bersifat konstan. Uji ini dilakukan dengan memperbandingkan t hitung dengan t tabel. Dilakukan dengan cara sebagai berikut:

- 1) Bila t hitung $>$ t tabel atau probabilitas $<$ tingkat signifikansi (Sig $<$ 0,05), maka menolak H0 dan menerima Ha.
- 2) Bila t hitung $<$ t tabel atau probabilitas $>$ tingkat signifikansi (Sig $>$ 0,05) maka menerima Ha dan menolak H0.

b. Uji Simultan

Uji F digunakan untuk menunjukkan ada atau tidaknya pengaruh semua variabel independen secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen, dengan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut:

⁴⁹Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*, (Semarang: Universitas Diponegoro, 2011), h. 84

- 1) Jika nilai F hitung $> F$ tabel dan nilai signifikan $< 0,05$, maka secara simultan terdapat pengaruh signifikan variabel independen terhadap variabel dependen.
- 2) Jika nilai F hitung $< F$ tabel dan nilai signifikan $> 0,05$, maka secara simultan tidak terdapat pengaruh signifikan variabel independen terhadap variabel dependen.

4. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerapkan variasi variabel dependen. Dalam penelitian ini perhitungan (R^2) untuk mengukur seberapa jauh kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Banyak peneliti menganjurkan untuk menggunakan nilai adjusten (R^2), hal ini dikarenakan kelemahan mendasar penggunaan koefisien determinasi adalah bias terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan ke dalam model. Setiap tambahan satu variabel independen maka (R^2) pasti meningkat tidak peduli apakah variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen⁵⁰.

⁵⁰Ghozali, I, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS23*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Engagement, 2016), h.65

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Hasil Penelitian

1. Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini adalah seluruh karyawan dari nasabah pengguna BSI *Mobile* pada BSI KCP Sidrap, dimana dari hasil observasi diketahui pada tahun 2024 dengan jumlah pengguna BSI *Mobile* tertinggi sebanyak 427 nasabah BSI *Mobile* pada BSI KCP Sidrap, sehingga total populasi keseluruhan yakni 427 orang, dan digunakan rumus *purposive sampling* dalam penarikan sampel sehingga ditentukan sebesar 100 responden yang akan disebarkan kuesioner, kuesioner akan disebarkan pada bulan Desember 2024 sampai dengan bulan Januari 2025 dan dibagikan secara *online* menggunakan *Google drive* kepada responden, dan dilakukan pertemuan langsung kepada responden. Total distribusi sebanyak 100 responden, kuesioner yang kembali di isi lengkap kemudian diteliti dan di analisis secara statistik untuk memperoleh hasil pengujian hipotesis. Berdasarkan data responden diperoleh hasil mengenai profil terkait nama, usia, dan jenis kelamin.

Tabel 4.1 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
1	Laki-laki	46	46%
2	Perempuan	54	54%
Total		100	100%

Sumber : Data primer di olah Google from 2025

Karakteristik responden untuk jenis kelamin menunjukkan bahwa jumlah responden berjenis kelamin perempuan lebih banyak dari pada jumlah responden berjenis kelamin laki-laki. Jumlah responden laki-laki dalam penelitian ini adalah 46 orang atau sebesar 46% dari total responden, sedangkan responden berjenis kelamin perempuan sebanyak 54 orang atau sebesar 54% dari seluruh responden. Hal ini mengidentifikasikan bahwa karyawan kepuasan nasabah pengguna BSI *mobile* pada BSI KCP Sidrap didominasi oleh perempuan.

Tabel 4.2 karakteristik responden berdasarkan usia

No	Usia	Frekuensi	Persentase
1	19-25 tahun	35	35%
2	26-29 tahun	25	25%
3	30-34 tahun	20	20%
4	35-38 tahun	20	20%
Total		100	100%

Sumber : Data primer di olah Google from 2025

Karakteristik responden untuk usia menunjukkan bahwa jumlah responden sebanyak 100 responden di dominasi oleh usia 19-25 tahun sebanyak 35%, 26-29 tahun sebanyak 25%, 30-34 tahun sebanyak 20% dan 35-38 tahun sebanyak 20%

2. Deskripsi Statistik Variabel Penelitian

Deskripsi statistik digunakan untuk menunjukkan jumlah data (N) yang digunakan dalam penelitian ini serta dapat menunjukkan nilai rata- rata (mean) dari masing-masing variabel. Olah data statistik deskriptif variabel yang digunakan pada penelitian ini menggunakan bantuan program SPSS 30.0 dan hasilnya sebagai berikut:

a. Deskripsi Variabel *E-Service Quality*

Pada variabel *E-Service Quality* (X_1) terhadap terhadap kepuasan nasabah pengguna BSI Mobile Banking di BSI KCP Sidrap, terdapat lima item pertanyaan yang diberikan kepada responden dan dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.3 Hasil pernyataan responden terhadap *E-Service Quality*

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
E-service	100	9	25	21.58	2.375
Valid N (listwise)	100				

Sumber : Data diolah dengan IBM SPSS 30, 2025

Berdasarkan statistik deskriptif diatas dapat dilihat bahwa jawaban responden sebesar 100 orang responden. Untuk variabel pertama yaitu variabel *E-Service Quality* hal ini menunjukan bahwa nilai dari standar deviasi variabel *E-Service Quality* sebesar 2,375 lebih kecil dari rata-rata mean sebesar 21,58 dan dapat dinyatakan normal

b. Deskripsi Variabel *E-Trust*

Pada variabel *E-Trust* (X_2) terhadap terhadap kepuasan nasabah pengguna BSI Mobile Banking di BSI KCP Sidrap, terdapat lima item pertanyaan yang diberikan kepada responden dan dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.4 Hasil pernyataan responden terhadap *E-Trust*

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
<i>E-Trust</i>	100	8	25	21.50	1.982
Valid N (listwise)	100				

Sumber : Data diolah dengan IBM SPSS 30, 2025

Berdasarkan statistik deskriptif diatas dapat dilihat bahwa jawaban responden sebesar 100 orang responden. Untuk variabel kedua yaitu *E-Trust* hal ini menunjukkan bahwa nilai dari standar deviasi variabel *E-Trust* sebesar 1,982 lebih kecil dari rata-rata mean sebesar 21,50 dan dapat dinyatakan normal.

c. Deskripsi Variabel Kepuasan Pelanggan

Pada variabel Kepuasan Pelanggan (Y) pengguna BSI Mobile Banking di BSI KCP Sidrap, terdapat lima item pertanyaan yang diberikan kepada responden dan dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.5 Hasil pernyataan responden terhadap Kepuasan Pelanggan

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Kepuasan Pelanggan	100	11	25	20.62	2.034
Valid N (listwise)	100				

Sumber : Data diolah dengan IBM SPSS 30, 2025

Berdasarkan statistik deskriptif diatas dapat dilihat bahwa jawaban responden sebesar 100 orang responden. Untuk variabel ketiga yaitu variabel Kepuasan Pelanggan hal ini menunjukkan bahwa nilai dari standar deviasi

variabel Kepuasan Pelanggan sebesar 2,034 lebih kecil dari rata-rata mean sebesar 20,62 dan dapat dinyatakan normal.

B. Pengujian Persyaratan Analisis Data

1. Uji Validitas

Uji validitas adalah seberapa besar ketetapan dan kecermatan suatu alat ukur (variabel) dalam melakukan fungsi ukurnya. Konstruk merupakan seberapa baik hasil yang diperoleh dari penggunaan suatu pengukuran sesuai teori-teori yang digunakan untuk mendefinisikan suatu konstruk yaitu dengan melihat korelasi antara konstruk dengan item-item pertanyaan serta hubungan dengan variabel lainnya, sehingga dalam pengujian variabel digunakan validitas konvergen dan validitas diskriminasi. Pada penelitian ini validitas menyangkut tingkat akurasi yang dicapai oleh sebuah indikator dalam mengukur sesuatu atau akuratnya pengukuran atas apa yang seharusnya diukur menyatakan penelitian dengan menggunakan korelasi person yang dikenal dengan korelasi produk moment. Pernyataan dikatakan valid apabila factor loading diatas 0.5

Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	r hitung	r tabel	Signifikan	Keterangan
X1	X1.1	0.681	0,195	0.00	Valid
	X1.2	0.642	0,195	0.00	Valid
	X1.3	0.332	0,195	0.00	Valid
	X1.4	0.673	0,195	0.00	Valid
	X1.5	0.755	0,195	0.00	Valid
X2	X2.1	0.431	0,195	0.00	Valid
	X2.2	0.537	0,195	0.00	Valid
	X2.3	0.555	0,195	0.00	Valid
	X2.4	0.431	0,195	0.00	Valid
	X2.5	0.577	0,195	0.00	Valid

Y	Y1	0.653	0,195	0.00	Valid
	Y2	0.388	0,195	0.00	Valid
	Y3	0.402	0,195	0.00	Valid
	Y4	0.615	0,195	0.00	Valid
	Y5	0.408	0,195	0.00	Valid

Sumber : Data diolah dengan IBM SPSS 30, 2025

Berdasarkan hasil analisis tersebut, menunjukkan bahwa semua pearson correlation nilai r hitung lebih besar dari nilai r tabel 0.195 dengan nilai signifikansi $0,00 < 0,05$ maka dapat disimpulkan semua butir angket yang digunakan dalam variabel *E-Service Quality* (X_1), *E-trust* (X_2), dan Kepuasan Pelanggan (Y) terhadap kepuasan nasabah pengguna BSI Mobile Banking di BSI KCP Sidrap.

2. Uji Realibilitas

Tabel 4.7 Hasil uji Realibitas

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0
a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.			

Sumber : Data diolah dengan IBM SPSS 30, 2025

Adapun tingkat reabilitas pertanyaan variabel *E-Service Quality*, variabel *E-Trust*, serta variabel kepuasan nasabah pengguna BSI Mobile Banking di BSI KCP Sidrap. Berdasarkan output spss versi 30.0

Standar yang digunakan dalam menentukan reliabel atau tidak reliabelnya suatu instrumen penelitian. Salah satunya dengan melihat perbandingan antara

r_{hitung} dengan r_{tabel} pada taraf kepercayaan 95% (signifikansi 5%) jika pengujian dilakukan dengan metode *alpha cronbach* maka r_{hitung} akan diwakili oleh nilai *alpha* pada tabel berikut ini:

Tabel 4. 8 Hasil Uji Reabilitas

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.820	15

Sumber : Data diolah dengan IBM SPSS 30, 2025

Dari hasil output *Reability Statistic* diatas dapat diperoleh nilai *alpha croncbach* sebesar 0,820 dengan jumlah pernyataan 15 item. Nilai r_{tabel} pada taraf kepercayaan sebesar 95% (signifikansi 5%) dengan jumlah responden $N= 100$ dan $df= N-2 = 100-2 = 98$ adalah 0,195. Dengan demikian, nilai *alpha croncbach* $0,820 > 0,195$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa angket reliabel. Reliabilitas ini juga ditunjukkan dengan nilai *alpha cronbach* sebesar 0,81-1,00 sehingga dapat disimpulkan bahwa alat ukur penelitian sangat reliabel.

3. Uji Normalitas

Tabel 4.9 hasil uji Normalitas One Sample K-S

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.1400000
	Std. Deviation	1.87688429
Most Extreme Differences	Absolute	.087

	Positive	.042
	Negative	-.087
Test Statistic		.087
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.060
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		

Sumber : Data diolah dengan IBM SPSS 30, 2025

Dari hasil tabel diatas dapat dilihat bahwa hasil uji normalitas diketahui nilai signifikan $0,06 > 0,05$, maka dapat disimpulkan nilai residual berdistribusi normal.

4. Regresi Linear Berganda

Tabel 4.10 Hasil Uji regresi Linear Berganda Anova

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	148.144	2	74.072	27.728	<.001 ^b
	Residual	261.797	98	2.671		
	Total	409.941	100			
a. Dependent Variable: Kepuasan nasabah						
b. Predictors: (Constant), E-Service Quality, E-Trust						

Sumber : Data diolah dengan IBM SPSS 30, 2025

Pada tabel diatas diketahui nilai F hitung 27.728 dengan tingkat signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$, maka model regresi dapat dipakai untuk memprediksi adanya variabel *E-Service Quality* (X_1), *E-trust* (X_2), dan Kepuasan Pelanggan (Y) terhadap pengguna BSI Mobile Banking di BSI KCP Sidrap.

Tabel 4. 11 Hasil Uji regresi Linear Berganda Coefficients

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	10.416	1.802		5.779	<.001
E-Service	-.349	.086	-.444	-4.060	<.001
E-Trust	.824	.112	.803	7.348	<.001
a. Dependent Variable: kepuasan nasabah					

Sumber : Data diolah dengan IBM SPSS 30, 2025

Berdasarkan tabel diatas didapatkan informasi tentang rumus persamaan regresi dalam analisis atau penelitian ini adalah sebagai berikut :

Pada tabel coeffisients kolom B pada constant (a) adalah 10.416 sedangkan nilai *E-Service Quality* (b) adalah -0,349 sehingga persamaan model regresinya dituliskan $Y = a + bX$ atau $10.416 + -0,349X$

Nilai konstanta positif sebesar 10.416 menunjukkan pengaruh positif nilai independent (*E-Service*). Bila nilai X_1 turun atau tidak berpengaruh dalam satu satuan, maka variabel Y akan turun atau tidak terpenuhi.

Koefisien regresi X_1 sebesar -0.349 menyatakan bahwa jika *E-Service Quality* (X_1) mengalami kenaikan satu satuan, maka Kepuasan Pelanggan (Y) akan mengalami peningkatan sebesar -0,349 atau 34,9%.

Pada tabel coefficients kolom B pada constant (a) adalah 10.416 sedangkan nilai *E-trust* (b) adalah 0.824 sehingga persamaan model regresinya dituliskan $Y = a + bX$ atau $10.416 + 0.824X$

Nilai konstanta positif sebesar 10.416 menunjukkan pengaruh positif nilai independent (*E-trust*). Bila nilai X^2 turun atau tidak berpengaruh dalam satu satuan, maka variabel Y akan turun atau tidak terpenuhi.

Koefisien regresi X^2 sebesar 0,824 menyatakan bahwa jika *E-trust* (X^2) mengalami kenaikan satu satuan, maka Kepuasan Pelanggan (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0.824 atau 82.4%.

5. Uji Hipotesis Parsial (Uji t)

Uji t pada dasarnya dilakukan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh satu variabel bebas secara individual dalam menjelaskan variabel terikat dengan membandingkan nilai t hitung dengan nilai tabel dengan ketentuan:

- Jika nilai t hitung < nilai tabel maka H_0 diterima dan H_a ditolak,
- Jika nilai t hitung > nilai tabel maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Adapun yang menjadi rumus dalam penentuan t tabel :

$$t \text{ tabel} = (a/2 ; n-k)$$

Keterangan : n = Jumlah Sampel

k = Jumlah Variabel X

$$\text{Nilai t tabel} = (0,05/2 ; 100-2)$$

$$= (0,025 ; 98)$$

$$\text{Nilai t tabel} = 1,984 \text{ pada tabel nilai t tabel}$$

Tabel 4.12 Hasil uji parsial (Uji t)

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	10.416	1.802		5.779	<.001
E-Service	-.349	.086	-.444	-4.060	<.001
E-Trust	.824	.112	.803	7.348	<.001
a. Dependent Variable: kepuasan					

Sumber : Data diolah dengan IBM SPSS 30, 2025

Berdasarkan tabel diatas maka pengujian hipotesis untuk variabel *E-Service Quality* (X1), dan variabel *E-Trust* (X2) adalah:

1) Pengujian hipotesis pertama (H1)

Ho : Variabel *E-Service Quality* tidak berpengaruh terhadap terhadap pengguna BSI Mobile Banking di BSI KCP Sidrap.

Ha : Variabel *E-Service Quality* berpengaruh terhadap pengguna BSI Mobile Banking di BSI KCP Sidrap.

Diketahui nilai signifikansi untuk pengaruh X1 terhadap Y adalah sebesar $0,001 >$ dengan nilai signifikansi 0,05 dan nilai t hitung $4.060 <$ dari nilai t tabel 1,984 yang berarti Ha diterima dan Ho di tolak, maka dapat disimpulkan bahwa variabel *E-Service Quality* (X1) berpengaruh secara signifikan terhadap pengguna *BSI Mobile Banking* pada BSI KCP Sidrap.

(Y)

2) Pengujian hipotesis kedua (H2)

Ho : Variabel *E-Trust* tidak berpengaruh terhadap pengguna *BSI Mobile Banking* pada BSI KCP Sidrap.

Ha : Variabel *E-Trust* berpengaruh terhadap pengguna *BSI Mobile Banking* pada BSI KCP Sidrap.

Diketahui nilai signifikansi untuk pengaruh X2 terhadap Y adalah sebesar $0,001 < 0,05$ dan nilai t hitung $7,348 >$ dari nilai t tabel 1,984 yang berarti Ho ditolak dan Ha diterima, maka dapat disimpulkan bahwa variabel *E-Trust* (X2) berpengaruh secara signifikan terhadap *BSI Mobile Banking* pada BSI KCP Sidrap. (Y)

6. Uji Hipotesis Simultan (Uji f)

Uji Simultan atau uji f dilakukan untuk mengetahui pengaruh secara serentak variabel independen terhadap variabel dependen, langkah pengujianya adalah:

a. Merumuskan Hipotesis

Ho : $b_1, b_2 = 0$ tidak dapat terpengaruh signifikan secara simultan

H1 : $b_1, b_2 \neq 0$ terdapat pengaruh signifikan secara simultan

Adapun yang menjadi rumus dalam penentuan f tabel :

$$f \text{ tabel} = (k ; n-k-1)$$

Keterangan : n = Jumlah Sampel

k = Jumlah Variabel X

$$\text{Nilai } f \text{ tabel} = (2 ; 100-2-1)$$

$$= (2 ; 97)$$

$$\text{Nilai } f \text{ tabel} = 3,090 \text{ pada tabel nilai } f \text{ tabel}$$

Tabel 4.13 Hasil Uji Simultan (f)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	148.144	2	74.072	27.728	<.001 ^b
	Residual	261.797	98	2.671		
	Total	409.941	100			
a. Dependent Variable: Kepuasan nasabah						
b. Predictors: (Constant), E-Service Quality, E-Trust						

Sumber : Data diolah dengan IBM SPSS 30, 2025

3) Pengujian hipotesis ketiga (H3)

Ho : Variabel *E- Service Quality* dan *E-Trust* tidak berpengaruh terhadap terhadap pengguna *BSI Mobile Banking* pada BSI KCP Sidrap.

Ha : Variabel *E- Service Quality* dan *E-Trust* berpengaruh terhadap terhadap pengguna *BSI Mobile Banking* pada BSI KCP Sidrap.

Berdasarkan output pada tabel diatas dapat diketahui nilai signifikansi untuk pengaruh X1, X2, terhadap Y adalah sebesar $0,001 < 0,05$ dan nilai f hitung $27.728 >$ dari nilai f tabel 3,090 yang berarti Ho ditolak dan Ha diterima, maka dapat disimpulkan Variabel *E- Service Quality* (X1) dan *E-Trust* (X2) berpengaruh terhadap Kepuasan pengguna *BSI Mobile Banking* pada BSI KCP Sidrap. (Y)

7. Koefisien Deteriminan (r²)

Tabel 4.14 Nilai Korelasi

Correlations				
		E-service quality	E-trust	Kepuasan Pelanggan
E-service quality	Pearson Correlation	1	.734**	.471**
	Sig. (2-tailed)		<.001	<.001
	N	100	100	100
E- trust	Pearson Correlation	.734**	1	.504**
	Sig. (2-tailed)	<.001		<.001
	N	100	100	100
Kepuasan Pelanggan	Pearson Correlation	.471**	.504**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	
	N	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber : Data diolah dengan IBM SPSS 30, 2025

Tabel 4.15 Nilai Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.601 ^a	.361	.348	1.634
a. Predictors: (Constant), trust, X1				
b. Dependent Variable: kepuasan				

Sumber : Data diolah dengan IBM SPSS 30, 2025

Berdasarkan tabel diatas, diperoleh nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,361 atau 36,1%. Besarnya nilai koefisien determinasi tersebut menunjukan bahwa variabel independen yang terdiri dari *E-service quality* (X_1) dan *E-tust* (X_2) mampu menjelaskan variabel dependen yaitu Kepuasan Nasabah (Y) sebesar 36,1% maka dapat disimpulkan bahwa koefisien determinasi atau hubungan antar variabel dependen dinyatakan kuat, Sedangkan sisanya 63,9% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

C. Pembahasan dan Hasil Penelitian

1. Pengaruh *E-service quality* terhadap Kepuasan nasabah pengguna BSI *Mobile Banking* pada BSI KCP Sidrap

Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *E-service quality* berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan BSI *Mobile Banking* pada BSI KCP Sidrap, hal ini berarti hipotesis pertama yang menyatakan bahwa *E-service quality* berpengaruh secara positif terhadap Kepuasan pengguna BSI *Mobile Banking* pada BSI KCP Sidrap. Dapat teruji secara teoritis dan empiris, temuan penelitian ini juga menunjukkan bahwa *E-service quality* berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan BSI *Mobile Banking* pada BSI KCP Sidrap, dengan hasil uji parsial (t) nilai signifikansi t sebesar $0,001 >$ dengan nilai signifikansi 0,05 dan nilai t hitung $4.060 <$ dari nilai t tabel 1,984 yang berarti H_a diterima dan H_o di tolak, maka dapat disimpulkan bahwa variabel *E-Service Quality* (X_1) berpengaruh terhadap Kepuasan pengguna BSI Mobile Banking di BSI KCP Sidrap. (Y)

Hasil tersebut menunjukan bahwa dengan *E-service quality* cukup untuk meningkatkan kepuasan pengguna BSI *Mobile Banking* di BSI KCP Sidrap. Hal

ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan Vindi Desendriana Pertiwi, tahun 2022 “Pengaruh *e-service quality* dan *e-trust* terhadap *e-loyalty* melalui *e-satisfaction* nasabah *mobile banking* sebagai variabel *intervening* (Studi Kasus BSI KCP Sidoarjo Waru Gateway)”, menyimpulkan bahwa *e-service quality* tidak berpengaruh dan signifikan terhadap *e-satisfaction* dengan nilai t hitung sebesar $0,748 < 1,605$ dengan nilai signifikansi $0.456 < 0.05$. Maka dapat disimpulkan *e-satisfaction* tidak dapat memediasi *e-service quality* terhadap *e loyalty*.

Variabel *E-service quality* dalam penelitian ini merupakan salah satu tingkat hubungan konektifitas antara *E-service quality* yang melibatkan berbagai unit dalam meningkatkan Kepuasan pengguna BSI *Mobile Banking* pada BSI KCP Sidrap. Hasil distribusi kuisioner dalam standar deviasi variabel *E-Service Quality* sebesar 2,375 lebih kecil dari rata-rata mean sebesar 21,58 dan dapat dinyatakan normal. Adapun fakta dilapangan yang didapatkan saat proses meneliti ialah bahwa dengan *E-Service Quality* nasabah merasa lebih mudah dalam melakukan kegiatan transaksi nasabah juga merasa lebih aman dan nyaman, karena dengan pelayanan itu memudahkan nasabah dalam memahami aplikasi Mobile Banking BSI dan dengan peningkatan kegiatan pelayanan atau *E-Service Quality* dapat meningkatkan rasa kepuasan nasabah khususnya pengguna BSI Mobile Banking.

Pengaruh variabel *E-service quality* juga didukung oleh teori Yulianto (2020) *Electronic Service Quality (e-SQ)* atau biasa disebut dengan kualitas pelayanan online yang secara luas digunakan untuk mencakup semua tahap interaksi pelanggan dengan situs web.⁵¹ *Service Quality* adalah seberapa jauh

⁵¹ Yulianto, E. (2020). *BISNIS ONLINE DAN E-COMMERCE: Meneroka Kualitas Pelayanan Online Pada Pelanggan*. INTELIGENSIA MEDIA (Kelompok Penerbit Intrans Publishing).

sebuah website memfasilitasi pembelian yang efektif dan efisien, pembelian, dan penyampaian produk atau jasa. Berdasarkan definisi kualitas layanan, dapat ditarik kesimpulan bahwa kualitas layanan adalah metode untuk mengukur kepuasan pelanggan dari sebuah penyedia layanan berbasis internet meliputi pembelian, dan penyampaian produk atau jasa. Pengukuran tersebut dilakukan dengan mengukur bagaimana jasa yang dirasakan oleh pelanggan dan membandingkannya dengan jasa yang diharapkan pelanggan berdasarkan pada dimensi-dimensi tertentu dari sebuah kualitas layanan.⁵²

2. Pengaruh *E-Trust* terhadap Kepuasan nasabah pengguna BSI *Mobile Banking* pada BSI KCP Sidrap

Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *E-Trust* berpengaruh terhadap kepuasan pengguna BSI *Mobile Banking* pada BSI KCP Sidrap, hal ini berarti hipotesis kedua yang menyatakan bahwa *E-Trust* berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan BSI *Mobile Banking* pada BSI KCP Sidrap dapat teruji secara teoritis dan empiris sehingga diterima, temuan penelitian ini menunjukkan bahwa *E-Trust* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Dengan hasil uji t (parsial) sebesar $0,008 < 0,05$ dan nilai t hitung $2,969 >$ dari nilai t tabel 1,984 yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima, maka dapat disimpulkan bahwa variabel *E-Trust* (X2) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan BSI *Mobile Banking* pada BSI KCP Sidrap. (Y)

Hasil tersebut menunjukkan bahwa dengan *E-Trust* dapat meningkatkan Kepuasan pengguna BSI *Mobile Banking* di BSI KCP Sidrap, hal ini diperkuat dengan penelitian ekspansif yang memberikan bukti efek signifikan yang

⁵² Fandy, T., & Chandra, G. (2016). Service, quality & satisfaction. Yogyakarta. Andi.

dirasakan oleh pengguna BSI Mobile Banking, sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Bella Aprilia Tahun 2023, dengan judul penelitian “Pengaruh *Service Quality*, *E-Satisfaction*, dan *E-Trust* Terhadap *E-Loyalty* terhadap Pengguna Layanan *Mobile Banking* Syariah (Studi pada Mahasiswa Perguruan Tinggi Islam di Sukoharjo)”, menyimpulkan bahwa variabel *e-service quality* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *e-loyalty* pengguna layanan *mobile banking* syariah, *e-satisfaction* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap *e-loyalty* pengguna layanan *mobile banking* syariah, dan variabel *e-trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *e-loyalty* pengguna layanan *mobile banking* syariah.

Variabel *E-Trust* dalam penelitian ini merupakan salah satu tingkat hubungan konektifitas antara *E-Trust* yang melibatkan berbagai unit dalam meningkatkan kepuasan pengguna BSI *Mobile Banking* pada BSI KCP Sidrap. Hasil distribusi kuisioner dalam hal variabel *E-Trust* menunjukkan bahwa nilai dari standar deviasi variabel *E-Trust* sebesar 1,982 lebih kecil dari rata-rata mean sebesar 21,50 dan dapat dinyatakan normal. Adapun fakta di lapangan yang mendukung bahwa *E-trust* merupakan faktor penting yang berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna BSI *Mobile Banking*. Semakin tinggi kepercayaan nasabah terhadap keamanan, keandalan, dan transparansi layanan aplikasi, semakin tinggi tingkat kepuasan mereka. Bank Syariah Indonesia dapat meningkatkan *e-trust* dengan menjaga reputasi layanan, meningkatkan keamanan, dan memberikan pengalaman pengguna yang konsisten

Pengaruh variabel *E-Trust* terhadap kepuasan nasabah juga didukung oleh Atil Bulut *trust* didefinisikan sebagai kepercayaan konsumen dalam berbelanja melalui internet. Terdapat beberapa hal yang bisa berdampak pada ketidakinginan konsumen untuk membeli produk secara online seperti halnya sistem penyelesaian masalah yang tidak pasti, transaksi yang riskan serta terjaga atau tidaknya informasi pribadi konsumen.⁵³

3. Pengaruh *E-Service Quality* dan *E-Trust* terhadap kepuasan pengguna BSI Mobile Banking di BSI KCP Sidrap

Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *E-Service Quality* dan *E-Trust* berpengaruh terhadap kepuasan pengguna BSI *Mobile Banking* pada BSI KCP Sidrap, hal ini berarti hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa *E-Service Quality* dan *E-Trust* berpengaruh simultan terhadap kepuasan pengguna BSI *Mobile Banking* pada BSI KCP Sidrap dapat teruji secara teoris dan empiris sehingga diterima, temuan penelitian ini menunjukkan bahwa *E-Service Quality* dan *E-Trust* berpengaruh simultan terhadap kepuasan pengguna BSI *Mobile Banking* pada BSI KCP Sidrap. Dengan hasil uji simultan (f) nilai signifikansi untuk pengaruh X1, X2, terhadap Y adalah sebesar $0,001 < 0,05$ dan nilai f hitung $18,463 >$ dari nilai f tabel 3,090 yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima, maka dapat disimpulkan Variabel *E-Service Quality* (X1) dan *E-Trust* (X2) berpengaruh terhadap Kepuasan nasabah pengguna BSI *Mobile Banking* pada BSI KCP Sidrap. (Y)

⁵³ Atil Bulut, Z. (2015). *Determinants of Repurchase Intention in Online Shopping: a Turkish Consumer's Perspective. International Journal of Business and Social Science.*

Hasil tersebut menunjukkan bahwa dengan *E-Service Quality* dan *E-Trust* dapat meningkatkan kepuasan nasabah pengguna BSI Mobile Banking di BSI KCP Sidrap. hal ini diperkuat dengan penelitian ekspansif yang memberikan bukti efek signifikan yang dirasakan oleh nasabah pengguna BSI Mobile Banking di BSI KCP Sidrap, sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Anatun Nafisah, tahun 2021, dengan judul penelitian “Pengaruh *E-Trust* dan *E-Service Quality* terhadap *E-Loyalty* Pengguna Layanan Mobile Banking Syariah (Studi pada Mahasiswa Kota Malang)”. menyimpulkan bahwa variabel *e-trust*, *e-service quality* secara individual berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. Kemudian variabel *e-loyalty* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap *e-loyalty* nasabah

Variabel *E-Service Quality* dan *E-Trust* dalam penelitian ini merupakan salah satu tingkat hubungan konektivitas antara *E-Service Quality* dan *E-Trust* yang melibatkan berbagai unit dalam meningkatkan kinerja karyawan. Hasil distribusi kuisioner dalam hal variabel Kepuasan Pelanggan sebesar 2,034 lebih kecil dari rata-rata mean sebesar 20,62 dan dapat dinyatakan normal.

Pengaruh positif *E-Service Quality* dan *E-Trust* terhadap Kepuasan nasabah pengguna BSI Mobile Banking pada BSI KCP Sidrap juga didukung oleh teori Kotler dan Keller menyatakan bahwa kepuasan nasabah/konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan terhadap ekspektasinya. Jadi tingkat kepuasan merupakan fungsi perbedaan antara kinerja dengan harapan. Apabila kinerja dibawah harapan, tentu akan membuat nasabah/konsumen merasa tidak puas

ataupun kecewa, tetapi apabila kinerja diatas harapan maka sudah pasti akan membuat nasabah/konsumen merasa sangat puas.⁵⁴



⁵⁴ Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management. 15th Edition. Harlow : Pearson Education Limited* h. 153

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil dari analisis data yang telah dilakukan dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab IV mengenai pengaruh *E-Service Quality* dan *E-Trust* terhadap kepuasan nasabah pengguna *BSI Mobile Banking* di BSI KCP Sidrap. Maka dapat ditarik simpulan sebagai berikut:

1. Hasil uji hipotesis H1 (diduga *E-Service Quality* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna *BSI Mobile Banking* pada BSI KCP Sidrap). Berdasarkan hasil uji t (parsial) pengaruh *E-Service Quality* sebesar $0,001 >$ dengan nilai signifikansi $0,05$ dan nilai t hitung $4.060 <$ dari nilai t tabel $1,984$ yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima, maka dapat disimpulkan bahwa variabel *E-Service Quality* berpengaruh terhadap Kepuasan nasabah pengguna *BSI Mobile Banking* pada BSI KCP Sidrap.
2. Hasil uji hipotesis H2 (diduga *E-Trust* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna *BSI Mobile Banking* pada BSI KCP Sidrap). Berdasarkan hasil uji t (parsial) pengaruh *E-Trust* terhadap Kepuasan Nasabah sebesar $0,001 < 0,05$ dan nilai t hitung $7.348 >$ dari nilai t tabel $1,984$ yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima, maka dapat disimpulkan bahwa variabel *E-Trust* berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengguna *BSI Mobile Banking* pada BSI KCP Sidrap.
3. Hasil uji hipotesis H3 (diduga *E-Service Quality* dan *E-Trust* berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan nasabah pengguna *BSI Mobile Banking* pada

BSI KCP Sidrap). Berdasarkan uji simultan (f) untuk pengaruh *E- Service Quality* dan *E-Trust* sebesar $0,001 < 0,05$ dan nilai f hitung $27.728 >$ dari nilai f tabel 3,090 yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima, maka dapat disimpulkan Variabel *E- Service Quality* dan *E-Trust* berpengaruh terhadap Kepuasan pengguna BSI Mobile Banking pada BSI KCP Sidrap

Penelitian ini menunjukkan bahwa *E-Service Quality* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna BSI Mobile Banking di BSI KCP Sidrap, dan *E-Trust* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna BSI Mobile Banking pada BSI KCP Sidrap. Kualitas layanan elektronik menjadi faktor utama dalam memengaruhi kepuasan nasabah, dan kepercayaan nasabah terhadap layanan tersebut berperan penting dalam meningkatkan kepuasan pengguna.

B. Saran

Adapun saran yang dapat di berikan oleh penulis yang berhubungan dengan hasil penelitian yaitu:

1. Bagi Bank BSI KCP Sidrap.

E-Service Quality dan *E-Trust* menjadi faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan nasabah pada pengguna BSI Mobile Banking di BSI KCP Sidrap. Upayakan konsisten dan meningkatkan kualitas pelayanan agar nasabah khususnya pengguna BSI Mobile dapat merasakan keamanan dan kenyamanan dalam melakukan kegiatan transaksi. Tetap konsisten dalam memberikan rasa kepercayaan kepada nasabah, dengan fokus pada peningkatan *E-Service Quality*

dan *E-Trust*, Bank BSI KCP Sidrap sehingga dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas nasabah secara keseluruhan.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Diharapkan dapat meneliti dengan menggunakan variabel independen dan dependen lainnya selain menggunakan variabel *E-Service Quality* dan *E-Trust*. Serta dapat meneliti dengan jumlah populasi dan sampel serta lebih memperluas cakupan wilayah lokasi penelitian.



DAFTAR PUSTAKA

Al-Quran Al Karim.

- Adela, Melfi. “Pengaruh Layanan M-Banking Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Bank BNI Syariah KCP Rajabasa).” *Journal of Chemical Information and Modeling* 53, no. 9 (2020): 1.
- Ahmad Fikri Noor. *BSI: Pengguna BSI Mobile Capai 6,3 juta Orang pada 2023*. BSI: Pengguna BSI Mobile Capai 6,3 juta Orang pada 2023 | Republika Online. (24 Mei 2024)
- Asra et al. (2015) *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Atil Bulut, Z. (2015). Determinants of Repurchase Intention in Online Shopping: a Turkish Consumer’s Perspective. *International Journal of Business and Social Science*.
- Bela Aprila. “PENGARUH E-SERVICE QUALITY, E-SATISFACTION, DAN E-TRUST E-LOYALTY PENGGUNA LAYANAN BANKING SYARIAH(Studi Pada Mahasiswa Perguruan Tinggi Islam Di Sukoharjo).” *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., no. Mi (2023): 5–24.
- Bressolles, Gregory, and François Durrieu. “Service Quality, Customer Value and Satisfaction Relationship Revisited for Online Wine Websites.” In *6th AWBR International Conference*, 9–10, 2011.
- Budiono, I. N. (2022). *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*.
- Didenko, A. N., & Buckley, R. P. (2021). Central bank digital currencies: A potential response to the financial inclusion challenges of the Pacific. *UNSW Law Research Paper*.
- Dunn, W. N. (2015). *Public policy analysis*. routledge.
- Dwinurpitasari, Y. A. (2019). *pengaruh kualitas layanan dan produk mobile banking terhadap kepuasan nasabah pada bri syariah kcp ponorogo* (Doctoral dissertation, IAIN Ponorogo).
- Fandy, Tjiptono. 2011. *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Edisi 2. Yogyakarta: Andi.
- Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran Distribusi Pelanggan Pasar Branding Produk Harga* Edisi 4 (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2015)
- Fandy, T., & Chandra, G. (2016). *Service, quality & satisfaction*. Yogyakarta. Andi.

- Fredy Rangkuti. 2013. *Customer Service Satisfaction & Call Center Berdasarkan Iso 9001*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Garbarino, Ellen, and Mark S Johnson. “The Different Roles of Satisfaction, Trust, and Commitment in Customer Relationships.” *Journal of marketing* 63, no. 2 (1999): 70–87.
- Gefen, David. “E-Commerce: The Role of Familiarity and Trust.” *Omega* 28, no. 6 (2000): 725–737.
- Ghozali, I. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS23*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Engagement.
- Hamdi, Asep Saepul, and Erwin Bahrudin. *Metode Penelitian Kuantitatif Aplikasi Dalam Pendidikan*. Deepublish, 2015.
- Hansen and Jonsson, e-Loyalty in Fashion e-Commerce: An Investigation in How to Create e-Loyalty, Master Thesis, 2013.
- Imam Ghozali. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ismail, H A, and T Purwani. “Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Mobile Banking. Indicators: Journal of Economic and Business, 3 (2), 151–157,” 2021.
- Jacobs, F. R., & Chase, R. (2013). *EBOOK: Operations and Supply Chain Management*. McGraw Hill.
- Kasmir. 2012. *Manajemen Perbankan*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Kementerian Agama RI, (2012). *Al-Qur'an dan Terjemahnya*.
- Kotler, & Keller. 2021. *Intisari Manajemen Pemasaran*. (A. Pramesta (ed.)). Penerbit Andi.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. 15th Edition. Harlow : Pearson Education Limited
- Kristanto, Vigih Hery. *Metodologi Penelitian Pedoman Penulisan Karya Tulis Ilmiah:(KTI)*. Deepublish, 2018.
- Muhson, Ali. “Teknik Analisis Kuantitatif.” *Universitas Negeri Yogyakarta. Yogyakarta* (2006): 183–196.
- Nafisah, I'anatun. “Pengaruh E-Trust Dan E-Service Quality Terhadap E-Loyalty Pengguna Layanan Mobile Banking Syariah (Studi Pada Mahasiswa Kota Malang).” *Universitas Islam Neger i(UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang* (2021): 1–71.

- Nurfadhilah, M M. 2022. *Manajemen Pemasaran*. Media Sains Indonesia.
- Parasuraman, A., Valarie A. Zeithaml, and Arvind Malhotra. "E-S-QUAL a Multiple-Item Scale for Assessing Electronic Service Quality." *Journal of Service Research* 7, no. 3 (2005): 213–233.
- Pasal 1 Ayat 17 Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 Tentang Perbankan’.
- Purwantom. 2011. *Statistik Untuk Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Puriwat, Wilert, and Suchart Tripopsakul. "The Impact of E-Service Quality on Customer Satisfaction and Loyalty in Mobile Banking Usage: Case Study of Thailand." *Polish Journal of Management Studies* 15, no. 2 (2017): 183–193.
- Rahman, M. S., Hossain, M. A., Zaman, M. H., & Mannan, M. (2020). E-service quality and trust on customer's patronage intention: moderation effect of adoption of advanced technologies. *Journal of Global Information Management (JGIM)*, 28(1)
- Razak, I. 2014. "Manajemen Pemasaran." *Cetakan Ke-3*. Surabaya. Penerbit CV. Perwira Media Nusantara.
- Rambat, Lupiyoadi. "Manajemen Pemasaran Jasa Teori Dan Praktik." *Jakarta: Salemba Empat* (2001).
- Sandu Siyoto dan M. Ali Sodik. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. (Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Sangadji, E. M., & Sopiah, M. P. (2014). *Perilaku konsumen, Pendekatan Praktis disertai: Himpunan Jurnal Penelitian*. Penerbit Andi.
- Satar, Muhammad. 2021. "BUKU AJAR MANAJEMEN BANK SYARIAH KEGIATAN USAHA BANK SYARIAH (I)." *Makassar: LSQ Makassar*.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, S. "Metode Penelitian Pendidikan:(Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D). Bandung: Alfabeta." Cv, 2015.
- Sutama.2016. *Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif, PTK, dan R&D*. Kartasura: Fairuz Media.
- Syarifuddin, Ahmad Dzul Ilmi. "Service Quality and Online Customer Rating on F&B Purchase Decisions." *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen* 15, no. 2 (2022): 133–141.
- Syarmila, S. (2024). Analisis Kinerja Frontliner Dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah Pada Bank Muamalat KCP Parepare (Doctoral dissertation, IAIN Parepare).

- Tendi Mahadi. *Hingga Maret Lalu, Pengguna Aktif BSI Mobile Capai 3,77 Juta*. Hingga Maret Lalu, Pengguna Aktif BSI Mobile Capai 3,77 Juta (kontan.co.id). (24 Mei 2024)
- Tim Penyusun. 2020. *Pedoman Penulis Karya Ilmiah IAIN Parepare Tahun 2020*. IAIN Parepare Nusantara Press.
- Tjiptono & Chandra, G. (2012). *Pemasaran Strategik*. Edisi Kedua. Yogyakarta Yogyakarta: ANDI
- Tjiptono, Fandy. (2002). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Penerbit Andi.
- Tjiptono, Fandy dan Anastasia Diana. (2003). *Total Quality Management*. Edisi Revisi. Yogyakarta: Andi Offset.
- Umar, Husein. “Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis” (2013).
- Vindi Desendriana Pertiwi. “Pengaruh E-Service Quality Dan e-Trust Terhadap e-Loyalty Melalui e-Satisfaction Nasabah Mobile Banking Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus BSI KCP Sidoarjo Waru Gateway)” (2022).
- Wahyuningsih, N., & Janah, N. (2018). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Menggunakan Internet Banking pada Bank Muamalat. *Al-Amwal: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syari'ah*, 10(2), 295-314.
- Wardhana, Aditya. “Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking (M-Banking) Terhadap Kepuasan Nasabah Di Indonesia [Effect of Mobile Banking (M-Banking) Service Quality on Customer Satisfaction in Indonesia].” *DeReMa (Development Research of Management): Jurnal Manajemen* 10, no. 2 (2015): 273–284.
- Windarti.2021. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero) TBK Kantor Cabang Utama (KCU)*. Jurnal Ekonomi dan Informasi Akuntansi (JENIUS). Vol. 2, No. 1.
- Yulianto, E. (2020). *BISNIS ONLINE DAN E-COMMERCE: Meneroka Kualitas Pelayanan Online Pada Pelanggan*. INTELIGENSIA MEDIA (Kelompok Penerbit Intrans Publishing).
- Yousafzai et al. (2016) *Pengaruh kepercayaan dan persepsi resiko terhadap keputusan pembelian E-commerce pada tokopedia dijakarta pusat*. Institusi ilmu sosial dan manajemen STIAM1.1.3.

LAMPIRAN



	KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE FAKULTAS USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH ISLAM Jl. Amal Bakti No. 8 Soreang 91131 Telp. (0421) 21307
	VALIDASI INSTRUMEN PENELITIAN SKRIPSI

NAMA MAHASISWA : WINA ADELIA PUTRI
NIM : 2020203861211052
FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
PRODI : MANAJEMEN KEUANGAN SYARIAH
JUDUL : PENGARUH E-SERVICE QUALITY DAN E-TRUST
TERHADAP KEPUASAN NASABAH PENGGUNA
BSI MOBILE BANKING PADA BSI KCP SIDRAP

KUESIONER PENELITIAN

I. Identitas Responden

Mohon dengan hormat kesediaan Bapak/Ibu/Saudara(i) untuk mengisi data responden dibawah ini :

Nama :

Jenis Kelamin :

Usia :

II. Petunjuk pengisian

Berilah tanda (X) pada kolom yang Bapak/Ibu/Saudara(i) pilih sesuai keadaan sebenarnya dengan alternative jawaban sebagai berikut:

5 = Sangat Setuju (SS)

4 = Setuju (S)

3 = Netral (N)

2 = Tidak Setuju (TS)

1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

III. Daftar Pertanyaan Kuesioner

1. *E-Service Quality* (X1)

No	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
Efficiency (Efisiensi)						
1	Saya dapat dengan cepat mengakses BSI Mobile kapan saja.					
Reliability (Reliabilitas)						
2	Melalui BSI Mobile costumer service online selalu tanggap dengan nasabah yang meminta bantuan transaksi.					
Fulfillment (Pemenuhan)						
3	Saya merasa saat menggunakan layanan BSI Mobile produk atau layanan yang saya terima sesuai dengan deskripsi yang ditampilkan pada platform.					
Privacy (Privasi)						
4	Sistem keamanan BSI Mobile terjamin dengan hanya menggunakan data pribadi saya sesuai dengan izin yang saya berikan.					
Responsiveness (Daya Tanggap)						
5	Respon terhadap kebutuhan saya terkait layanan					

	BSI Mobile selalu memuaskan dalam kecepatan transaksi.					
--	--	--	--	--	--	--

2. E-Trust (X2)

No	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
Security (Keamanan)						
1	BSI Mobile memberikan perlindungan kepada nasabah yang memadai terhadap resiko penipuan atau pencurian data.					
Privacy (Privasi)						
2	Saya percaya bahwa BSI Mobile menjaga privasi data saya sesuai dengan kebijakan yang berlaku.					
Credibility (Kredibilitas)						
3	Semua informasi yang diberikan dalam aplikasi BSI Mobile akurat dan dapat diandalkan.					
Transparancy (Transparansi)						
4	Saya selalu mendapatkan notifikasi atau konfirmasi yang transparan (sesuai nominal transaksi) setiap kali transaksi selesai.					
Consistency (Konsistensi)						
5	Fitur utama pada BSI Mobile, seperti proses pembayaran atau pelacakan pesanan, selalu berfungsi tanpa kendala teknis.					

3. Kepuasan Nasabah (Y)

No	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
Pengalaman						
1	Proses transaksi(misalnya pembayaran, transfer, pembelian) pada BSI Mobile dilakukan tanpa gangguan teknis dan dalam waktu yang cepat.					
Harapan Pelanggan						
2	Layanan yang saya terima dari BSI Mobile telah sesuai dengan standar dan kualitas yang saya harapkan berdasarkan informasi yang diberikan sebelum transaksi.					
Kebutuhan						
3	Dengan adanya BSI Mobile nasabah dengan mudah melakukan transaksi tanpa datang langsung ke kantor cabang BSI Sidrap.					
Feedback						
4	Saya memberikan <i>feedback</i> , penilaian terkait atau komentar melalui survei, ulasan, atau media sosial.					
Peningkatan Kepuasan Pelanggan						
5	Pihak bsi tetap meningkatkan kualitas pelayan nya agar pelanggan merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan.					

Lampiran 2 Deskripsi Jawaban Responden

N O	X1. 1	X1. 2	X1. 3	X1. 4	X1. 5	X2. 1	X2. 2	X2. 3	X2. 4	X2. 5	Y 1	Y 2	Y 3	Y 4	Y 5	TOT AL
1	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	73
2	5	4	5	5	4	4	4	4	5	3	4	4	4	4	3	62
3	4	3	3	4	4	3	5	4	3	4	3	3	4	5	5	57
4	3	4	5	4	4	5	3	5	3	5	5	3	3	4	4	60
5	5	4	4	4	5	5	4	5	3	4	5	5	4	4	5	66
6	3	4	5	5	4	4	3	5	4	3	5	5	5	4	5	64
7	5	4	5	4	4	3	4	4	3	4	4	3	3	4	4	58
8	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	3	4	4	63
9	5	4	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	3	3	3	58
10	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	4	4	5	70
11	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	66
12	4	3	5	5	4	4	4	5	4	4	5	3	4	4	4	62
13	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	4	5	3	4	5	68
14	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	73
15	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	5	62
16	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	5	70
17	5	4	3	4	4	5	4	5	5	5	4	5	4	4	5	66
18	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	64
19	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	72
20	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	70
21	5	4	5	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5	4	4	68
22	5	4	5	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5	4	5	69
23	5	4	5	4	4	5	5	4	5	4	5	5	2	5	4	66
24	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	70
25	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	69
26	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	4	5	4	69
27	5	4	3	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	63
28	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	66
29	5	4	5	4	4	5	5	4	5	4	5	3	4	5	5	67
30	4	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	3	3	5	67
31	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	3	3	3	3	58
32	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	2	4	4	54
33	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	72
34	5	5	4	4	4	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	69

35	3	4	3	4	4	3	4	4	3	3	4	3	3	4	5	54
36	5	5	3	4	4	3	4	4	5	4	4	3	3	4	4	59
37	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	69
38	4	4	5	4	5	4	4	5	5	5	4	5	4	4	5	67
39	5	4	4	5	4	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	68
40	5	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	66
41	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	5	68
42	3	4	5	4	3	4	4	4	3	4	3	3	3	4	5	56
43	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	5	65
44	5	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	60
45	5	5	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	70
46	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	73
47	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	5	3	4	3	62
48	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	5	5	71
49	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	5	4	4	65
50	5	5	5	4	5	5	4	3	4	4	4	4	3	4	5	64
51	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	5	5	4	5	4	66
52	5	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	63
53	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	5	69
54	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	67
55	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	4	5	5	4	5	69
56	3	4	5	3	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	5	60
57	3	4	3	3	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	3	56
58	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	69
59	3	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5	60
60	4	4	5	5	4	4	3	3	4	5	4	4	4	5	3	61
61	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	5	66
62	3	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5	60
63	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	3	3	5	63
64	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4	3	4	5	67
65	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	3	4	5	66
66	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	3	4	5	63
67	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	3	2	3	4	60
68	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	3	4	4	68
69	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	3	3	3	3	59
70	5	4	5	4	4	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5	67
71	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	2	4	5	68
72	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	64

73	4	5	5	5	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	61
74	4	5	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	64
75	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	71
76	3	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5	60
77	3	4	5	3	4	4	3	4	4	3	4	5	3	4	5	58
78	3	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5	60
79	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	3	3	5	63
80	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	61
81	3	4	4	3	4	5	3	4	5	3	3	4	5	3	5	58
82	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	70
83	5	5	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	69
84	3	4	3	3	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	4	57
85	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	63
86	3	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	4	59
87	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	57
88	3	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	3	58
89	4	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	3	58
90	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	59
91	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	68
92	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	59
93	3	4	4	3	4	3	4	5	3	4	3	4	5	3	5	57
94	3	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	4	59
95	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	71
96	3	4	4	3	4	5	3	4	5	3	3	4	5	3	5	58
97	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	62
98	3	4	4	3	4	3	4	5	3	4	3	4	5	3	4	56
99	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	5	5	67
100	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	71

Lampiran 3 Hasil Analisis Data SPSS

Validitas Data

Correlations																	
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	TOTAL
X1.1	Pearson Correlation	1	.398**	-.079	.743**	.505**	.070	.546**	.298**	.177	.518**	.430**	-.072	.190	.414**	.111	.681**
	Sig. (2-tailed)		<.001	.436	<.001	<.001	.490	<.001	.003	.079	<.001	<.001	.479	.059	<.001	.272	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	.398**	1	.262**	.418**	.583**	.304**	.346**	.345**	.153	.378**	.269**	.137	.188	.231*	.160	.642**
	Sig. (2-tailed)	<.001		.008	<.001	<.001	.002	<.001	<.001	.128	<.001	.007	.173	.062	.021	.112	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	-.079	.262**	1	.016	.305**	.294**	.004	.144	.305**	-.009	.079	.279**	.140	.106	.003	.332**
	Sig. (2-tailed)	.436	.008		.872	.002	.003	.968	.151	.002	.930	.432	.005	.163	.292	.980	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	.743**	.418**	.016	1	.504**	-.028	.579**	.264**	.148	.524**	.412**	-.122	.194	.408**	.157	.673**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	.872		<.001	.779	<.001	.008	.141	<.001	<.001	.226	.053	<.001	.118	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.5	Pearson Correlation	.505**	.583**	.305**	.504**	1	.301**	.339**	.451**	.279**	.374**	.497**	.096	.266**	.387**	.208*	.755**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	.002	<.001		.002	<.001	<.001	.005	<.001	<.001	.340	.007	<.001	.038	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.1	Pearson Correlation	.070	.304**	.294**	-.028	.301**	1	-.080	.253*	.544**	-.028	.258**	.448**	-.096	.222*	.268**	.431**
	Sig. (2-tailed)	.490	.002	.003	.779	.002		.432	.011	<.001	.785	.010	<.001	.341	.026	.007	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

X2.2	Pearson Correlation	.546**	.346**	.004	.579**	.339**	-.080	1	.277**	-.005	.523**	.263**	-.173	.244*	.254*	-.011	.537**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	.968	<.001	<.001	.432		.005	.961	<.001	.008	.086	.014	.011	.915	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	.298**	.345**	.144	.264**	.451**	.253*	.277**	1	.091	.407**	.300**	.248*	.159	.033	.255*	.555**
	Sig. (2-tailed)	.003	<.001	.151	.008	<.001	.011	.005		.369	<.001	.002	.013	.114	.744	.010	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.4	Pearson Correlation	.177	.153	.305**	.148	.279**	.544**	-.005	.091	1	-.068	.270**	.342**	-.111	.289**	.287**	.431**
	Sig. (2-tailed)	.079	.128	.002	.141	.005	<.001	.961	.369		.503	.007	<.001	.272	.004	.004	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.5	Pearson Correlation	.518**	.378**	-.009	.524**	.374**	-.028	.523**	.407**	-.068	1	.429**	-.068	.259**	.211*	.029	.577**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	.930	<.001	<.001	.785	<.001	<.001	.503		<.001	.501	.009	.035	.778	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y1	Pearson Correlation	.430**	.269**	.079	.412**	.497**	.258**	.263**	.300**	.270**	.429**	1	.233*	.113	.477**	.337**	.653**
	Sig. (2-tailed)	<.001	.007	.432	<.001	<.001	.010	.008	.002	.007	<.001		.020	.262	<.001	<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y2	Pearson Correlation	-.072	.137	.279**	-.122	.096	.448**	-.173	.248*	.342**	-.068	.233*	1	.039	.249*	.358**	.338**
	Sig. (2-tailed)	.479	.173	.005	.226	.340	<.001	.086	.013	<.001	.501	.020		.700	.012	<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y3	Pearson Correlation	.190	.188	.140	.194	.266**	-.096	.244*	.159	-.111	.259**	.113	.039	1	.314**	-.001	.402**
	Sig. (2-tailed)	.059	.062	.163	.053	.007	.341	.014	.114	.272	.009	.262	.700		.001	.989	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y4	Pearson Correlation	.414**	.231*	.106	.408**	.387**	.222*	.254*	.033	.289**	.211*	.477**	.249*	.314**	1	.321**	.615**
	Sig. (2-tailed)	<.001	.021	.292	<.001	<.001	.026	.011	.744	.004	.035	<.001	.012	.001		.001	<.001

	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y5	Pearson Correlation	.111	.160	.003	.157	.208*	.268**	-.011	.255*	.287**	.029	.337**	.358**	-.001	.321**	1	.408**
	Sig. (2-tailed)	.272	.112	.980	.118	.038	.007	.915	.010	.004	.778	<.001	<.001	.989	.001		<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
TOTAL	Pearson Correlation	.681**	.642**	.332**	.673**	.755**	.431**	.537**	.555**	.431**	.577**	.653**	.338**	.402**	.615**	.408**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).																	
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).																	



Deskripsi Variabel Statistik

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
E-service	100	9	25	21.58	2.375
Valid N (listwise)	100				

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
E-trust	100	8	25	21.50	1.982
Valid N (listwise)	100				

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Kepuasan Pelanggan	100	11	25	20.62	2.034
Valid N (listwise)	100				

Reliabilitas Data

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0
a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.			

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.820	15

Normalitas Data

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.1400000
	Std. Deviation	1.87688429
Most Extreme Differences	Absolute	.087
	Positive	.042
	Negative	-.087
Test Statistic		.087
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.060
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		

Regresi Linear Berganda

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	112.922	2	56.461	18.463	<.001 ^b
Residual	296.638	97	3.058		
Total	409.560	99			
a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan					
b. Predictors: (Constant), E-quality, E-service					

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	9.009	1.936		4.652	<.001
E-service	.188	.109	.219	1.721	.088
E-quality	.352	.131	.343	2.696	.008

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Korelasi Data

Correlations				
		E-service quality	E-trust	Kepuasan Pelanggan
E-service quality	Pearson Correlation	1	.734**	.471**
	Sig. (2-tailed)		<.001	<.001
	N	100	100	100
E- trust	Pearson Correlation	.734**	1	.504**
	Sig. (2-tailed)	<.001		<.001
	N	100	100	100
Kepuasan Pelanggan	Pearson Correlation	.471**	.504**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	
	N	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.525 ^a	.276	.261	1.749
a. Predictors: (Constant), E-quality, E-service				
b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan				

Lampiran 4 Surat Keputusan Penetapan Pembimbing Skripsi

**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.5729/In.39/FEBI.04/PP.00.9/10/2023 27 Oktober 2023
Lampiran : -
Penihal : Penetapan Pembimbing Skripsi

Yth: 1. Dr. Ahmad Dzul Ilmi Syarifuddin, S.E., M.M. (Pembimbing Utama)
2. Darmianti Razak, S.E., M.Mktg. (Pembimbing Pendamping)

Assalamu 'alaikum wr. wb.

Berdasarkan hasil sidang judul Mahasiswa (i):

Nama : Wina Adelia Putri
NIM. : 202020381211052
Prodi. : Manajemen Keuangan Syariah

Tanggal 27 September 2023 telah menempuh sidang dan dinyatakan telah diterima dengan judul:

PERAN FUNDING OFFICER DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH MELALUI FASILITAS E-BANKING PADA BSI CABANG SIDRAP

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.


Muhammad Farid Muhammad, M.Ag
NIP. 197102082001122002

Tembusan:

1. Ketua LPM IAIN Parepare
2. Arsip

Lampiran 5 Surat Permohonan Izin Pelaksanaan Penelitian dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Parepare

	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-53/In.39/FEBI.04/PP.00.9/01/2025	06 Januari 2025
Sifat : Biasa	
Lampiran : -	
H a l : Permohonan Izin Pelaksanaan Penelitian	
Yth. BUPATI SIDENRENG RAPPANG Cq. Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu di KAB. SIDENRENG RAPPANG	
Assalamu Alaikum Wr. Wb.	
Dengan ini disampaikan bahwa mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Parepare :	
Nama	: WINA ADELIA PUTRI
Tempat/Tgl. Lahir	: PAREPARE, 27 Agustus 2002
NIM	: 2020203861211052
Fakultas / Program Studi	: Ekonomi dan Bisnis Islam / Manajemen Keuangan Syariah
Semester	: IX (Sembilan)
Alamat	: JALAN SYAMSUL ALAM BULU, PERUMAHAN GRIYA BUMI HARAPAN PERMAI BLOK A. NO. 8
Bermaksud akan mengadakan penelitian di wilayah BUPATI SIDENRENG RAPPANG dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul :	
PENGARUH E-SERVICE QUALITY DAN E-TRUST TERHADAP KEPUASAN NASABAH PENGGUNA M-BANKING PADA BSI KCP SIDRAP	
Pelaksanaan penelitian ini direncanakan pada tanggal 07 Januari 2025 sampai dengan tanggal 07 Februari 2025.	
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	

Lampiran 6 Surat Rekomendasi Izin Melaksanakan Penelitian dari Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Parepare


PEMERINTAH KABUPATEN SIDENRENG RAPPANG
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
JL. HARAPAN BARU KOMPLEKS SKPD BLOK A NO. 5 KABUPATEN SIDENRENG RAPPANG
PROVINSI SULAWESI SELATAN
Telepon (0421) - 3590005 Email : ptsp_sidrap@yahoo.co.id Kode Pos : 91611

IZIN PENELITIAN
Nomor : 8/IP/DPMTSP/1/2025

DASAR

1. Peraturan Bupati Sidenreng Rappang No. 1 Tahun 2017 Tentang Pendelegasian Kewenangan di Bidang Perizinan Kepada Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaten Sidenreng Rappang
2. Surat Permohonan **WINA ADELIA PUTRI** Tanggal **07-01-2025**
3. Berita Acara Telaah Administrasi / Telaah Lapangan dari Tim Teknis **INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE** Nomor **B-53/In.39/FEBI.04/PP.00.9/01/2025** Tanggal **06-01-2025**

MENGIZINKAN

KEPADA
NAMA : WINA ADELIA PUTRI
ALAMAT : GRIYA BUMI HARAPAN PERMAI BLOK A NO.8
UNTUK : melaksanakan Penelitian dalam Kabupaten Sidenreng Rappang dengan keterangan sebagai berikut :

NAMA LEMBAGA / UNIVERSITAS : INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE
JUDUL PENELITIAN : PENGARUH E-SERVICE QUALITY DAN E-TRUST TERHADAP KEPUASAN NASABAH PENGGUNA BSI MOBILE PADA BSI KCP SIDRAP

LOKASI PENELITIAN : BANK BSI KCP SIDRAP
JENIS PENELITIAN : KUANTITATIF
LAMA PENELITIAN : 07 Januari 2025 s.d 07 Pebruari 2025
Izin Penelitian berlaku selama penelitian berlangsung

Dikeluarkan di : Pangkajene Sidenreng
Pada Tanggal : 07-01-2025



Biaya : Rp. 0,00
Tembusan :
1. BRANCH MANAGER BSI KCP SIDRAP
2. DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
3. PERTINGGAL

Lampiran 7 Surat Keterangan Telah Melaksanakan Penelitian

BSI BANK SYARIAH INDONESIA
PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk
KCP Sidrap
Jl. Jendral Sudirman No. 131
Kel. Pangkajene
Kec. Maritenggae
Kab. Sidenreng Rappang
www.bankbsi.com
Tlp. (0421) 3539 337
(0421) 3595 160

SURAT KETERANGAN PENELITIAN
No : 05/011-03/8310

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Muliani Mahmud
Jabatan : Branch Operational & Service Manager
NIP : 2186009770

Menerangkan Bahwa:

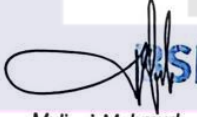
Nama : Wina Adelia Putri
NIM : 2020203861211052
Program Studi : Management Keuangan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Perguruan Tinggi : Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Prepare

adalah benar telah melaksanakan penelitian perihal Pengaruh E-Service Quality dan E-Trust terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna M-Banking Pada BSI KCP Sidrap.

Demikian dapat kami sampaikan, atas perhatian Bapak kami mengucapkan terimakasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb

PT BANK SYARIAH INDONESIA Tbk.
KCP SIDRAP


Muliani Mahmud
BOSM

PAREPARE

Lampiran 8 Hasil Turnitin

Turnitin Wina.docx

IAIN Parepare

Document Details

Submission ID
trn:oid::29615:79293406

71 Pages

Submission Date
Jan 16, 2025, 2:58 AM GMT+8

12,983 Words

Download Date
Jan 16, 2025, 3:01 AM GMT+8

84,754 Characters

File Name
Turnitin Wina.docx

File Size
273.3 KB

turnitin Page 1 of 82 - Cover Page

Submission ID trn:oid::29615:79293406

turnitin Page 2 of 82 - Integrity Overview

Submission ID trn:oid::29615:79293406

28% Overall Similarity

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

Filtered from the Report

- Bibliography
- Quoted Text
- Cited Text
- Small Matches (less than 8 words)
- Submitted works

Top Sources

28%  Internet sources
17%  Publications
0%  Submitted works (Student Papers)

Integrity Flags

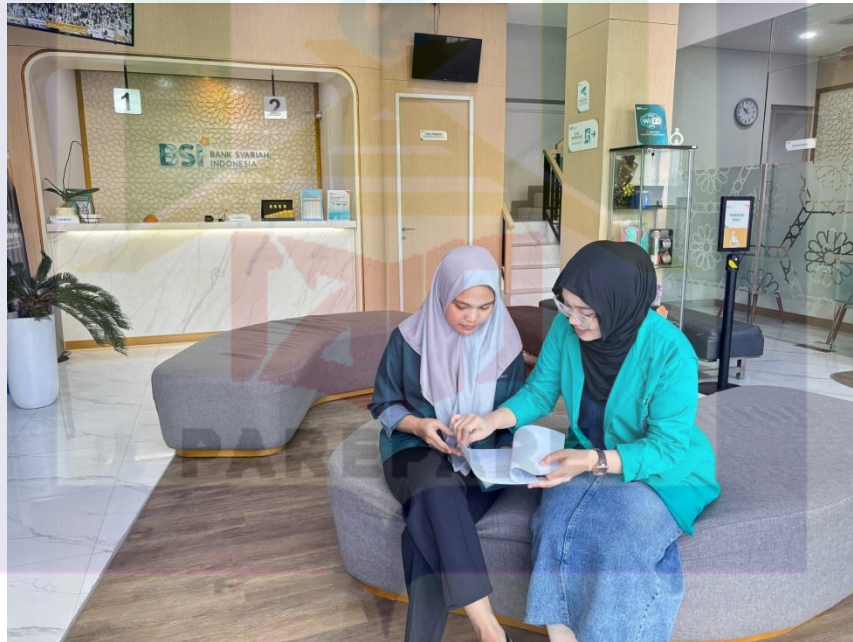
0 Integrity Flags for Review

No suspicious text manipulations found.

Our system's algorithms look deeply at a document for any inconsistencies that would set it apart from a normal submission. If we notice something strange, we flag it for you to review.

A Flag is not necessarily an indicator of a problem. However, we'd recommend you focus your attention there for further review.

Lampiran 9 Dokumentasi Penelitian



BIODATA PENULIS



Wina Adelia Putri, Lahir di Parepare pada tanggal 27 Agustus 2002, Anak Pertama (1) dari tiga (3) bersaudara. Anak dari pasangan Bapak Widin Wijaya, S.sos dan Ibu Nasriana. Penulis mulai masuk pendidikan formal pada TK Barunawati Parepare, kemudian melanjutkan pendidikan di SDN 5 Parepare, kemudian masuk di SMPN 10 Parepare, dan melanjutkan lagi ke SMAN 2 Parepare dan lulus pada tahun 2020. Pada tahun yang sama yaitu 2020 penulis

melanjutkan pendidikan S1 di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare dengan mengambil jurusan Manajemen Keuangan Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

Penulis merupakan mahasiswa KKN Reguler di Desa Karrang, Kecamatan Cendana Kabupaten Enrekang dan Selanjutnya penulis melakukan Praktek Pengalaman Lapangan (PPL) di Bank BSI KCP Sidrap, Kabupaten Sidrap. Dan untuk meraih gelar Sarjana Ekonomi, penulis mengajukan skripsi dengan judul “**Pengaruh E-Service Quality dan E-Trust Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna BSI Mobile Banking Pada BSI KCP Sidrap**”