

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN MOBILE BANKING
TERHADAP KEPUASAN NASABAH
BSI KCP BARRU**



OLEH

SULFILA

NIM :18.2300.049

PAREPARE

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

2023

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN MOBILE BANKING
TERHADAP KEPUASAN NASABAH
BSI KCP BARRU**



OLEH

SULFILA

NIM :18.2300.049

Skripsi sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
pada Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut
Agama Islam Negeri Parepare

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

2023

PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah BSI KCP Barru

Nama Mahasiswa : Sulfila

NIM : 18.2300.049

Program Studi : Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dasar Penetapan Pembimbing : SK. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Nomor: B. 2092/In.39.8/PP.00.9/6/2021

Disetujui Oleh

Pembimbing Utama : Dr. Hj. St. Nurhayati, M.Hum. 

NIP : 19641231 199102 2 002

Pembimbing Pendamping : Abdul Hamid, S.E, M.M. 

NIP : 19720929 200801 1 012

Mengetahui:

Dekan,
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam




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

PENGESAHAN KOMISI PENGUJI

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking
Terhadap Kepuasan Nasabah BSI KCP Barru

Nama Mahasiswa : Sulfila

Nomor Induk Mahasiswa : 18.2300.049

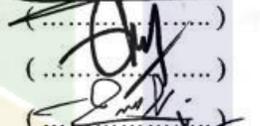
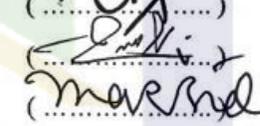
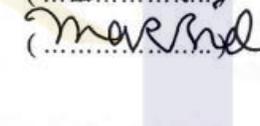
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Program Studi : Perbankan Syariah

Dasar Penetapan Pembimbing : SK. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Nomor: B. 2092/In.39.8/PP.00.9/6/2021

Tanggal Kelulusan : 6 Februari 2023

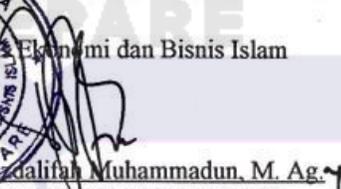
Disahkan oleh Komisi Penguji

Dr. Hj. St. Nurhayati Ali, M.Hum.	(Ketua)	
Abdul Hamid, S.E, M.M.	(Sekretaris)	
Rusnaena, M.AG.	(Anggota)	
Dr. Arqam Majid, M.Pd.	(Anggota)	

Mengetahui:



Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam


Abduljalil 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 أَمَا بَعْدُ

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah Swt. yang telah memberikan begitu banyak nikmat sehingga penulis dapat menyelesaikan karya ilmiah ini sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi dan memperoleh gelar sarjana.

Shalawat beserta salam yang tak henti-hentinya kita ucapkan kepada junjungan nabi besar kita Nabi Muhammad saw. nabi sebagai uswatun hasanah dan suri tauladan kepada umatnya yang kelak memberikan syafaat kepada kita semua.

Penulis menghaturkan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada orang tua saya Ibunda Matriany dan Ayahanda Akbar tercinta dalam pembinaan dan berkah do'a tulusnya, penulis mendapatkan kemudahan dalam menyelesaikan tugas akhir.

Penulis telah menerima banyak bimbingan dan bantuan dari ibu Dr. Hj. St. Nurhayati, M.Hum. dan bapak Abdul Hamid, S.E, M.M. selaku pembimbing I dan pembimbing II, atas segala bantuan dan bimbingan yang telah diberikan, penulis ucapkan terima kasih.

Selanjutnya, penulis juga menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Hannani, M.Ag. sebagai Rektor IAIN Parepare yang telah bekerja keras mengelola pendidikan di IAIN Parepare.

2. Ibu Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag. sebagai Dekan FEBI atas pengabdianannya dalam menciptakan suasana pendidikan yang positif bagi mahasiswa.
3. Ibu Dr. Damirah, S.E, M.M sebagai dosen pembimbing akademik yang telah memberikan saran dan motivasinya selamapenulis menjalani kuliah.
4. Bapak I Nyoman Budiono, M.M. sebagai Ketua Program Studi Perbankan Syariah yang telah menasehati dan membimbing penulis selama studi di IAIN Parepare.
5. Bapak dan ibu dosen program studi Perbankan Syariah yang telah meluangkan waktu mereka dalam mendidik penulis selama studi di IAIN Parepare.
6. Bapak dan ibu penguji skripsi Rusnaena, M.AG. dan Dr.Arqam Majid, M.Pd. yang telah meluangkan waktu dalam mendidik penulis selama studi di IAIN Parepare.
7. Para staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang banyak membantu dalam mengurus segala keperluan administratif selama penulis kuliah di IAIN Parepare.
8. Bapak dan ibu dosen yang namanya tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengajar dan membagi ilmu kepada penulis selama masa perkuliahan di IAIN Parepare.
9. BSI KCP Barru atas kesempatan yang diberikan kepada penulis dalam proses penyelesaian skripsi ini.
10. Seluruh keluarga besar yang telah memberikan dukungan serta doanya kepada penulis, khususnya kakak-kakak saya Viona, S.Sos. Hastuti, S,PT.

Mirnawati, S.E, Hayana, S.E, Dan juga sepupu saya Irmayanti dan Salma yang selalu membantu dan memberikan motivasi.

11. Teman-teman seperjuangan pada jurusan Perbankan Syariah 2018, SQUAD, Darmawati, Suryana Arifin, Susanti Burhan, Ihdal Husyeni, Hadijah, Safira Wardani, Khaerunnisa, Pida dan teman Posko Kuliah Pengabdian Masyarakat (KPM) desa Buntu Batuan.

Penulis tak lupa pula mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan, baik semua pihak yang telah memberikan bantuan, baik moril maupun materil hingga tulisan ini dapat diselesaikan. Semoga Allah Swt. berkenan menilai segala kebajikan sebagai amal jariyah dan memberikan rahmat dan pahala-Nya.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dan kesalahan dalam penulisan ini. Kritik dan saran demi perbaikan penelitian ini sangat diharapkan dan akan diterima sebagai bagian untuk perbaikan kedepannya sehingga menjadi penelitian yang lebih baik, pada akhirnya peneliti berharap semoga hasil penelitian ini kiranya dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan. Akhirnya penulis menyampaikan kiranya pembaca berkenan memberikan saran konstruktif demi kesempurnaan skripsi ini.

Parepare, 24 Januari 2022
3 Rajab 1443 H
Penulis

SULFILA
NIM 18.2300.049

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Mahasiswa yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : SULFILA
NIM : 18.2300.049
Tempat/Tgl Lahir : Parepare, 14 Desember 1999
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap
Kepuasan Nasabah BSI KCP Barru

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

Parepare, 14 Januari 2023
Penyusun

SULFILA
NIM 18.2300.001

ABSTRAK

Sulfila. Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah BSI KCP Barru. Dibimbing oleh Ibu St. Nurhayati dan Bapak Abdul Hamid.

Perkembangan ilmu dan teknologi berkembang pesat. Begitu juga yang terjadi di dalam sistem perbankan. Fenomena digitalisasi perbankan yaitu Mobile Banking. Layanan mobile banking bank syariah adalah layanan transaksi yang berbasis online memberikan kemudahan bagi nasabah, juga menghemat waktu bagi nasabah yang ingin melakukan pembayaran atau transaksi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa baik kualitas Layanan mobile banking di BSI.

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Dengan metode deskriptif. Lokasi penelitian berada di BSI KCP Barru dan waktu penelitian 1 Bulan. Instrumen pengumpulan data dilakukan dengan melalui penyebaran kuesioner. Sampel penelitian sebanyak 95 orang dari 1.500 jumlah populasi dengan menggunakan rumus slovin. Teknik analisis datanya menggunakan uji One Sampel T-test, uji korelasi pearson product moment, uji regresi linear sederhana dan uji koefisien determinasi.

Hasil dari penelitian ini adalah *Pertama*, hasil uji One Sample T-test seberapa baik pemberian kualitas Layanan Mobile Banking (X) diperoleh nilai 73.3% berada pada kategori baik. *Kedua*, hasil uji One Sampel T-test besar tingkat kualitas Layanan (Y) diperoleh nilai sebesar 67.6% berada pada kategori tinggi. *Ketiga*, hasil uji korelasi pearson product moment diperoleh 0.791 menandakan bahwa terdapat hubungan kuat antara kualitas Layanan Mobile Banking terhadap kepuasan nasabah BSI KCP Barru. Diketahui r tabel 0.791 maka pearson correlation dalam penelitian ini bersifat positif dengan nilai $0.00 < 0.05$ maka dikatakan terdapat hubungan yang positif antara kualitas Layanan terhadap kepuasan nasabah BSI KCP Barru. *Keempat*, hasil uji regresi linear sederhana diketahui angka koefisien regresi nilainya sebesar 0.472 maka setiap terjadi perubahan tambahan satu satuan kualitas Layanan Mobile Banking maka kepuasan nasabah meningkat sebesar 0.472. Hasil uji koefisien determinasi bahwa R square diperoleh 0.625 dan nilai adjusted R square sebesar 0,621 maka dapat disimpulkan bahwa nilai R atau koefisien determinasi sebesar 62,5 memiliki pengaruh yang kuat. Maka nilai 62,5% untuk kepuasan nasabah (Y) dipengaruhi Kualitas Layanan (X) 37,5% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Kata kunci : Kualitas Layanan, Mobile Banking, Kepuasan Nasabah, Bank Syariah Indonesia (BSI).

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING.....	ii
KATA PENGANTAR	iv
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	viii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xvi
TRANSLITERASI DAN SINGKATAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
A. Tinjauan Penelitian Relevan.....	8
B. Tinjauan Teori	12
1. Kualitas Layanan.....	12
2. Mobile Banking	16
3. Kepuasan Nasabah	27
C. Kerangka Pikir	32
D. Hipotesis.....	33
BAB III METODE PENELITIAN	34
A. Jenis dan Desain Penelitian	34
B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	34

C. Populasi dan Sampel	34
D. Teknik Pengumpulan dan Pengolahan Data.....	36
E. Definisi Operasional Variabel	37
F. Instrumen Penelitian.	38
G. Teknik Analisis Data.....	39
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	44
A. Gambaran Umum Bank Syariah Indonesia.....	44
1. Sejarah Berdirinya Bank Syariah Indonesia	44
2. Mobile Banking	45
B. Deskriptif Hasil Penelitian.....	48
1. Identifikasi Responden.....	48
2. Deskripsi Variabel Penelitian	51
C. Pengujian Persyaratan Analisis	64
1. Uji Validitas.....	64
2. Uji Reliabilitas	67
3. Uji Normalitas.....	68
4. Uji Regresi Linier Sederhana.....	69
5. Uji Korelasi Pearson Product Moment.....	70
6. Uji One Sampel T (Test)	72
7. Uji Determinasi (R ²).....	75
8. Uji T (Parsial)	75
D. Pembahasan Hasil Penelitian.....	77
1. Kualitas layanan Mobile Banking BSI KCP Barru.....	77
2. Tingkat kepuasan nasabah terhadap Layanan Mobile Banking.....	79
3. Hubungan Kualitas Layanan Mobile Banking dengan kepuasan nasabah.	81
4. Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah BSI KCP Barru.	82
BAB V PENUTUP	85

A. Simpulan.....	85
B. Saran.....	86
DAFTAR PUSTAKA	I
BIODATA PENULIS	XXXIV



DAFTAR TABEL

NO	JUDUL TABEL	HALAMAN
2.1	Kriteria pengukuran variabel	63
3.1	Interpretasi koefisien korelasi	67
4.1	Karakteristik responden berdasarkan usia	74
4.2	Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin	75
4.3	Karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir	75
4.4	Mutasi rekening yang dapat diunduh dengan cepat.	76
4.5	Struk transaksi sesuai dengan yang ditransaksikan.	77
4.6	Dapat digunakan selama 24 jam	77
4.7	Layanan yang diberikan M-Banking BSI dapat dimengerti	78
4.8	Pelayanan yang diberikan sesuai prosedur	79
4.9	Menjawab pertanyaan nasabah	79
4.10	Memberikan informasi yang akurat	80
4.11	Menjamin keamanan data nasabah	81
4.12	Merasa nyaman menggunakan M-Banking karna dilengkapi dengan sistem keamanan yang berlapis	81
4.13	Memberikan nomor atau identitas nasabah agar mudah dihubungi	82
4.14	Memberikan pelayanan tanpa memandang status	83

4.15	Pihak bank akan bersedia membantu nasabah bila mengalami kesulitan dalam penggunaan M-banking	84
4.16	Layanan yang diberikan oleh BSI Mobile sesuai dengan harapan saudara	85
4.17	Fitur-fitur yang disediakan BSI Mobile sesuai dengan kebutuhan saudara	85
4.18	Saudara selalu menggunakan layanan BSI Mobile secara berulang	86
4.19	Saudara akan menggunakan kembali layanan BSI Mobile secara berulang karena memberikan kemudahan dalam bertransaksi	87
4.20	Saudara akan memberitahukan kepada orang lain bahwa BSI Mobile nyaman digunakan bertransaksi	88
4.21	Saudara lebih menyarankan kepada kerabat/teman untuk menggunakan BSI Mobile dibandingkan produk elektronik banking lainnya	88
4.22	Hasil Uji Variabel Kalitas Layanan (X)	89
4.23	Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Nasabah (Y)	91
4.24	Hasil untuk variabel Kualitas Layanan (X)	92
4.25	Hasil untuk variabel produktivitas (Y)	93
4.26	Hasil Uji Normalitas	93
4.27	Hasil uji regresi linear sederhana	94
4.28	Hasil Uji Korelasi <i>Pearson Product Moment</i>	96
4.29	Hasil Uji One Sampel T (Test)	98

4.30	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	100
4.31	Hasil Uji T (Persial)	101



DAFTAR GAMBAR

NO	DAFTAR GAMBAR	HALAMAN
2.4	Kerangka Pikir	32



DAFTAR LAMPIRAN

NO	JUDUL LAMPIRAN	HALAMAN
1.	Pedoman Wawancara	IV
2.	Surat Permohonan Penelitian	X
3.	Surat Izin Penelitian	XI
4.	Surat Selesai Meneliti	XII
5.	Identitas Responden	XIII
6	Jawaban Responden	XVI
7	Hasil Uji Data	XXII
8	Dokumentasi	XXXII
9	Biodata Penulis	XXXIV

TRANSLITERASI DAN SINGKATAN

1. Transliterasi

a. Konsonan

Fonem konsonen 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	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
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

ث	Syin	Sy	es dan ye
ص	Shad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ta	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	‘	koma terbalik ke atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
هـ	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	‘	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

Hamzah (ء) yang diawal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apapun.

Jika terletak di tengah atau di akhir, ditulis dengan tanda (◌).

b. Vokal

- 1) Vokal tunggal (*monoftong*) bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasi sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Fathah	A	A
اِ	Kasrah	I	I
اُ	Dammah	U	U

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

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
اِي	fathah dan ya	Ai	a dan i
اُو	fathah dan wau	Au	a dan u

Contoh:

كَيْفَ: kaifa

حَوْلَ: haula

c. *Maddah*

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

Harkat Dan Huruf	Nama	Huruf Dan Tanda	Nama
اَ / آ	fathah dan alif	Ā	a dan garis di atas

	atau ya		
يَ	kasrah dan ya	Ī	i dan garis di atas
وُ	dammah dan wau	Ū	u dan garis di atas

Contoh:

مَاتَ : māta

رَمَى : ramā

قِيلَ : qīla

يَمُوتُ : yamūtu

d. *Ta Marbutah*

Transliterasi untuk *ta murbatah* ada dua:

- 1) *Ta marbutah* yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah dan dammah, transliterasinya adalah [t].
- 2) *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 : *raudah al-jannah* atau *raudatul jannah*

الْمَدِينَةُ الْقَادِيَّةُ : *al-madīnah al-fāḍilah* atau *al-madīnatul fāḍilah*

الْحِكْمَةُ : *al-hikmah*

e. *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 : *rabbānā*

نَجَّيْنَا : *najjainā*

الْحَقُّ : *al-haqq*

الْحَجُّ : *al-hajj*

نُعَمَّ : *nu‘‘ima*

عُدُّوْ : *‘aduwwun*

Jika huruf ى bertasydid diakhiri sebuah kata dan didahului oleh huruf kasrah (ِ), maka ia ditransliterasi seperti huruf *maddah* (i). Contoh:

عَرَبِيٌّ : ‘arabi (bukan ‘arabiyy atau ‘araby)

عَلِيٌّ : ‘ali (bukan ‘alyy atau ‘aly)

f. Kata Sandang

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

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

الزَّلْزَلَةُ : *al-zalzalāh* (bukan *az-zalzalāh*)

الفَلْسَفَةُ : *al-falsafah*

الْبِلَادُ : *al-bilādu*

g. Hamzah

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

تَأْمُرُونَ : *ta'murūna*

النَّوْءُ : *al-nau'*

شَيْءٌ : *syai'un*

أَمْرٌ : *umirtu*

h. Kata Arab yang lazim digunakan dalam Bahasa Indonesia

Kata, istilah atau kalimat Arab yang di transliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibukukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari pembendaharaan bahasa Indonesia, atau sudah sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi diatas. Misalnya kata *Al-Qur'an* (dar *Qur'an*), *sunnah*. Namun bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka mereka harus ditransliterasikan secara utuh. Contoh:

fī zilāl al-qur'an

al-sunnah qabl al-tadwin

al-ibārat bi 'umum al-lafz lā bi khusus al-sabab

i. *Lafz al-Jalalah* (الله)

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

دِينُ اللَّهِ *dīnillah*

بِاللَّهِ *billah*

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

هُمُ فِي رَحْمَةِ اللَّهِ Hum fi rahmatillāh

j. Huruf Kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital, alam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga berdasarkan pada pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandang (*al-*), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (*Al-*). Contoh:

wa mā muhammadun illā rasūl
inna awwala baitin wudi‘a linnāsi lalladhī bi
Bakkata mubārakan
syahru ramadan al-ladhī unzila fih al-qur’an
Nasir al-din al-tusī
abū nasr al-farabi

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

Abū al-Walid Muhammad ibnu Rusyd, ditulis menjadi: IbnuRusyd, Abūal-Walīd Muhammad (bukan: Rusyd, Abūal-Walid MuhammadIbnu)

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

2. Singkatan

Beberapa singkatan yang dibakukan adalah:

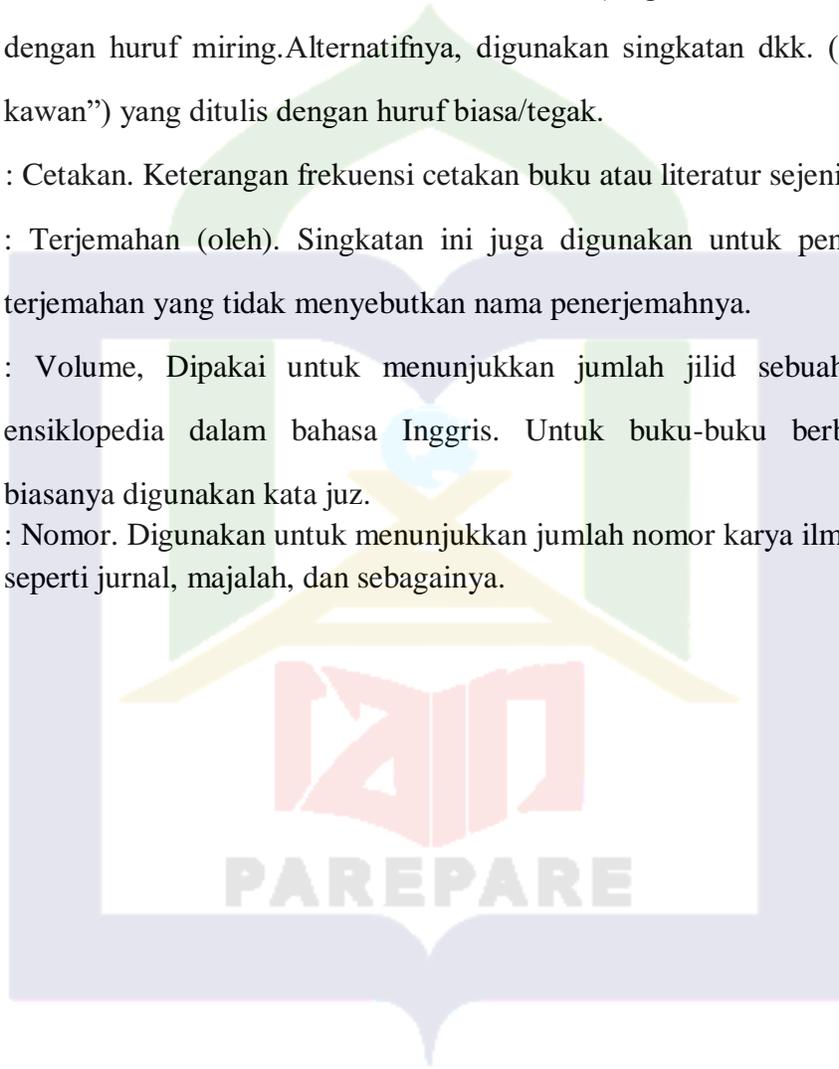
Swt.	=	<i>subḥānahū wa ta'āla</i>
Saw.	=	<i>ṣallallāhu 'alaihi wa sallam</i>
a.s.	=	<i>'alaihi al- sallām</i>
H	=	Hijriah
M	=	Masehi
SM	=	Sebelum Masehi
l.	=	Lahir tahun
w.	=	Wafat tahun
QS .../...4	=	QS al-Baqarah/2:187 atau QS Ibrahim/ ..., ayat 4
HR	=	Hadis Riwayat

Beberapa singkatan dalam bahasa Arab:

س	صفحة
د	بدون مكان
و	
ص	صلى الله عليه وسلم
هـ	
ط	طبعة
د	بدون ناشر
الخ	إلى آخرها/إلى آخره
خ	جزء

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

- ed. : Editor (atau, eds [dari kata editors] jika lebih dari satu 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 sejenisnya.
- Terj. : Terjemahan (oleh). Singkatan ini juga digunakan untuk penulisan karya terjemahan yang tidak menyebutkan nama penerjemahnya.
- Vol. : Volume, Dipakai untuk menunjukkan jumlah jilid sebuah buku atau ensiklopedia dalam bahasa Inggris. Untuk buku-buku berbahasa Arab biasanya digunakan kata juz.
- No. : Nomor. Digunakan untuk menunjukkan jumlah nomor karya ilmiah berkala seperti jurnal, majalah, dan sebagainya.



BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada perkembangan era globalisasi keuangan, proses transaksi menjadi salah satu instrument utama. Pesatnya perkembangan teknologi informasi saat ini telah membawa perubahan menuju era digital, banyak aktivitas keuangan yang dilakukan secara digital.¹Perbankan sebagai salah satu lembaga keuangan tentu membutuhkan penyesuaian pelayanan secara digital, tidak terkecuali perbankan di Indonesia. Secara umum, perbankan di Indonesia terdiri dari dua konsep pendekatannya itu perbankan konvensional dan perbankan syariah. Kehadiran dan fungsi perbankan di Indonesia baik untuk masyarakat, industri besar, menengah atau bawah mempunyai peranan dan pengaruh yang sangat signifikan. Dalam mengantisipasi kebutuhan masyarakat serta memberikan rasa aman, nyaman dalam transaksi perbankan, kehadiran Bank Syariah merupakan salah satu solusi untuk menambah kepercayaan masyarakat muslim terhadap kegiatan perbankan khususnya di Indonesia.²

Menurut data Otoritas Jasa Keuangan (OJK) per maret 2021, kinerja positif Bank Syariah ditunjukkan dengan posisi asset mencapai Rp 605 triliun, pembiayaan tumbuh sekitar 6,52% dengan tetap menjaga *non performing financing* (NPF) sebesar 3,29% dan efisiensi BOPO pada posisi 78,75%. Perkembangan positif ini, salah satunya karena transaksi digital juga menjadi perhatian khusus bagi perbankan

¹Miftahurrohman, 'Digitalisasi Akuntansi Pengelolaan Keuangan Dengan Metode Accrual Basis Pada Klinik As Shifa Kendal. (JURNAL ILMIAH KOMPUTERISASI AKUNTANSI, Vol. 13, No. 1, Juli 2020), h. 47 – 62.

²Agus Marimin, *Perkembangan Bank Syariah Di Indonesia*. (Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam - Vol. 01, No. 02, Juli 2015.) h. 14

syariahi Indonesia. Lembaga ini harus mampu masuk untuk memberikan produk terbaiknya. Meningkatnya pengguna smartphone di masyarakat, menjadikan konsumen mampu memenuhi kebutuhannya dengan hanya mengakses aplikasi yang dimiliki. Tidak berlebihan ketika dilakukan di era digital, produk barang ataupun jasa layanan ditentukan melalui jemari konsumen.³

Istilah umum yang menunjukkan fenomena digitalisasi perbankan termasuk perbankan syariah yaitu *Mobile Banking*. Istilah tersebut diartikan sebagai berkaitan erat dengan fasilitas perbankan melalui komunikasi bergerak seperti handphone, dengan penyediaan fasilitas yang hampir sama dengan ATM, kecuali mengambil uang cash.⁴ *Mobile Banking* sangat membantu dalam meningkatkan efisiensi, efektivitas, dan produktivitas bagi masyarakat khususnya diperkotaan yang memiliki aktivitas yang padat. Bank telah memanfaatkan perkembangan teknologi informasi dalam layanan perbankannya dengan meluncurkan media layanan transaksi perbankan berbasis teknologi informasi yaitu mobile banking (m-banking). Produk *mobile banking* merupakan layanan tambahan kepada nasabah yang sudah memiliki rekening di bank. Layanan *mobile banking* bank syariah adalah pengembangan dari dua bentuk inovasi bank syariah sebelumnya yaitu sms banking dan internet banking. Layanan *mobile banking* digunakan dengan perangkat smart phone seperti, dan HP dengan sistem operasi berbasis android serta windows.⁵

Industri perbankan khususnya layanan *mobile banking*, elemen kunci dari kepuasan pelanggan adalah sifat hubungan antara pelanggan dan penyedia produk

³ToniBaharuddin, “*Dunia Digital*” Marketing.co.id 02 Maret 2019,

⁴WijiNurastuti, *Teknologi Perbankan*. (Jakarta: Graha Ilmu, 2011), h. 77

⁵ Muammar Arafat Yusmad, *Aspek Hukum Perbankan Syariah dari Teori ke Praktik* (Yogyakarta: Deepublish, 2018), h. 79.

dan jasa yaitu bank. Produk dan kualitas layanan *mobile banking* biasanya dicatat sebagai prasyarat penting untuk memuaskan pelanggan dan mempertahankan nilai pelanggan. Dalam industri perbankan, pelanggan telah menempatkan kriteria kepuasan pelanggan terhadap kualitas layanan *mobile banking* yang disediakan oleh bank. Sebagai contoh: cepat dan efisien, kerahasiaan bank, kecepatan transaksi, akurasi tagihan, ketepatan waktu penagihan, kejelasan penagihan, biaya akses yang kompetitif, dan kualitas layanan merupakan faktor kunci yang secara signifikan mempengaruhi kepuasan pelanggan. Sama halnya dengan bank lain, BSI juga memiliki layanan *mobile banking* namanya *BSI MOBILE*. Layanan dari bank syariah ini memiliki beberapa keunggulan yaitu: (1) Lebih mudah untuk mengatur keuangan, karena terdapat beberapa fitur seperti transaksi terjadwal, manajemen kartu, dan berbagai fitur menarik lainnya. (2) Terdapat layanan Islami seperti lokasi masjid, waktu shalat, dan arah kiblat. Sehingga aplikasi ini menunjang proses ibadah menjadi lebih mudah. (3) Memiliki fitur Berbagi-Ziswaf yang mempermudah pengguna BSI Mobile Banking untuk berbagi dengan orang lain.⁶

Keberhasilan suatu Bank dalam bersaing juga sangat tergantung pada cara mereka memberikan kualitas layanan teknologi Informasi kepada masyarakat. Sebagai lembaga intermediasi, yang dimana pihak perbankan memang sudah seharusnya memberikan kualitas layanan yang lebih baik kepada nasabahnya, seperti dalam jasa layanan *mobile banking*, sehingga perhatian bank tidak hanya terbatas dari pelayanan secara tatap muka pada nasabah, tetapi juga pada aspek pelayanan dari jarak jauh *mobile banking*. Dimana hal ini selain untuk memberikan kemudahan bagi

⁶ <https://katadata.co.id/sitinuraeni/digital/61e7d143e660e/cara-aktivasi-bsi-mobile-banking-tanpa-ribet-bisa-pakaiwhatsapp#:~:text=Bank%20ini%20diresmikan%20pada%201,syariah%20ini%20memiliki%20beberapa%20keunggulan.> (Diakses tanggal 14 april 2022)

nasabah, juga menghemat waktu bagi nasabah yang ingin melakukan pembayaran melalui *mobile banking*. Berdasarkan data nasabah pengguna. Layanan *mobile banking* di Bank Syariah Indonesia KCP Barru semakin meningkat setiap bulannya, dapat dijelaskan bahwa layanan teknologi semakin berkembang dan trend dikalangan masyarakat terutama didunia perbankan. Berdasarkan data informasi yang diperoleh di Internet untuk pengguna layanan *mobile banking* di Bank Syariah Indonesia yang meningkat terus setiap bulan nya menandakan bahwa terdapat pengaruh kepercayaan serta kualitas dari *mobile banking* itu sendiri. PT. Bank Syariah Indonesia Tbk (BRIS) atau BSI, mencatatkan pertumbuhan transaksi mobile banking 97,4% secara tahunan pada periode Juli 2021 atau sebanyak 46,4 juta transaksi. BSI menargetkan 3 juta pengguna baru BSI Mobile dan juga target fee based sebesar Rp 532 miliar dari transaksi e-channel.⁷

Nasabah BSI Mobile banyak yang merasa sangat dimudahkan tanpa harus mengantri di bank, nasabah tetap dapat bertransaksi dimanapun asalkan terhubung dengan jaringan internet. Meskipun layanan mobile banking memberikan kemudahan kepada para penggunanya tetapi masih terdapat keluhan atau kurang nyaman pada saat menggunakan layanan tersebut. Dalam prakteknya bahwa karena layanan *mobile banking* yang menggunakan berbasis internet sehingga banyak sekali terjadi jaringan trobel. Dan memperlambat kinerja layanan mobile banking dan keterbatasan akses sinyal disetiap daerah sehingga masyarakat lebih memilih untuk mengatri dari pada menggunakan mobile banking. Keluhan yang disampaikan oleh pengguna tersebut yaitu apabila uangnya terdebit karena kendala jaringan yang sering kali tidak

⁷ <https://www.google.co.id/amp/s/www.cnbcindonesia.com/syariah/20210823140844-29-270488/gegara-ini-mobile-banking-bank-syariah-indonesia-melesat-98/amp>. (Diakses tanggal 14 april 2022)

menentu, atau mutasi rekening yang kadang tidak muncul. Keluhan yang disampaikan oleh pengguna merupakan suatu bentuk ketidak nyamanan dari sisipengguna dan hal tersebut dapat mengurangi kepercayaan pengguna terhadap layanan tersebut. Dengan demikian penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dalam bentuk skripsi dengan judul “Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah BSI KCP Barru”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan yang hendak diteliti adalah sebagai berikut:

1. Seberapa baik kualitas layanan mobile banking di BSI KCP Barru?
2. Seberapa tinggi tingkat kepuasan nasabah terhadap layanan mobile banking di BSI KCP Barru?
3. Apakah ada hubungan positif antara kualitas layanan mobile banking dengan kepuasan nasabah BSI KCP Barru?
4. Apakah kualitas layanan mobile banking berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah BSI KCP Barru?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai melalui penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui seberapa baik kualitas layanan mobile banking di BSI KCP Barru.
2. Untuk mengetahui Seberapa tinggi tingkat kepuasan nasabah terhadap layanan mobile banking di BSI KCP Barru.
3. Untuk mengetahui hubungan yang positif antara kualitas layanan mobile banking dengan kepuasan nasabah BSI KCP Barru.

4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan mobile banking terhadap kepuasan nasabah di BSI KC Barru.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat pada penelitian ini dapat ditinjau dari dua aspek yaitu secara teoritis dan praktis.

1. Manfaat Teoritis

- a. Diharapkan dapat memperkaya kajian teoritis tentang ekonomi, khususnya mengenai sektor keuangan.
- b. Mengembangkan kajian teori perbankan dan disesuaikan dengan kondisi aktual ekonomi (perkembangan teknologi informasi).

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Masyarakat

Memberikan pemahaman kepada masyarakat tentang layanan mobile banking dan memberikan pertimbangan bagi masyarakat dalam proses pengambilan keputusan untuk menggunakan mobile banking .

b. Bagi Penulis

Penelitian ini adalah hasil elaborasi penulis terhadap pengetahuan teoritis selama menempuh kuliah sarjana di IAIN Parepare dengan fenomena ekonomi yang terjadi di tengah masyarakat. Secara umum dapat menambah wawasan dan pengalaman pada kegiatan penelitian.

c. Bagi Perusahaan atau bank (BSI KCP BARRU)

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan informasi dan rujukan Bank BSI KCP Barru dalam pengambilan keputusan, kebijakan, dan masukan

dalam menentukan strategi maupun hal-hal yang mendukung bank kearah kemajuan.

d. Bagi Akademisi

Penelitian ini dapat menjadi referensi untuk penelitian-penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan sector keuangan khususnya tentang perbankan. Selain itu, dapat menjadi bahan pembanding (penelitian terdahulu), khususnya pada penelitian yang menggunakan pendekatan kuantitatif.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Penelitian Relevan

Tinjauan hasil penelitian ini merupakan perbandingan dengan penelitian-penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya, dimana hal ini merupakan upaya untuk menjamin keaslian bahwa penelitian ini bukan plagiatisme. Terdapat beberapa tulisan hasil penelitian langsung dengan pembahasan proposal ini yakni tentang pengaruh kualitas layanan mobile banking terhadap kepuasan nasabah.

Penelitian pertama dilakukan oleh I Made Stevana Adi Santhika Sudirman dan I Gusti Agung Ketut Gede Suasana tahun 2018. Dengan judul penelitian yaitu Pengaruh Kualitas Layanan Online Terhadap Kepuasan, Komitmen, dan Loyalitas Nasabah Internet Banking di Kota Denpasar. Variabel penelitian yaitu Kualitas Layanan Online (independen), Kepuasan, Komitmen dan Kepuasan Nasabah (dependen). Metode penelitian ini menggunakan teknik analisis Structural Equation Modelling (SEM). Pengambilan sampel menggunakan purposive sampling. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ketujuh variabel dimensi e-service quality berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Ditemukan juga bahwa kepuasan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah, baik secara langsung maupun melaluimediiasi secara persial komitmen nasabah.⁸ Adapun persamaan dari penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti yaitu terletak pada fokus penelitiannya yaitu terkait kualitas layanan. Sedangkan yang membedakan dari kedua penelitian ini yaitu

⁸I Made Stevana Adi Santhika Sudirman, 'Pengaruh Kualitas Layanan Online Terhadap Kepuasan, Komitmen, dan Loyalitas Nasabah Internet Banking di Kota Denpasar', (Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia Volume 1, Nomor 4, September 2018), h. 7

terletak pada objek penelitiannya. Dimana penelitian terdahulu menggunakan nasabah yang ada di kota Denpasar sebagai objek penelitian sedangkan objek penelitian peneliti yaitu nasabah BSI KCP Barru.

Penelitian kedua dilakukan oleh Fajar Akbar Heriansyah, Niken Hendrakusma Wardani dan Admaja Dwi Herlambang tahun 2019. Judulnya adalah Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah pada Pengguna Layanan BRI Mobile Bank Rakyat Indonesia di Kantor Cabang Cirebon. Variabel penelitian yaitu Kualitas Layanan Mobile Banking (independen), Kepuasan dan Loyalitas Nasabah (dependen). Metode penelitian ini menggunakan model E-S-Qual dan E-Recs-Qual. Pengambilan sampel menggunakan purposive sampling. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan ketujuh variabel berpengaruh secara signifikan terhadap satisfaction atau kepuasan pengguna sebesar 40,90%. Secara persial hanya variabel responsiveness dan compability of mobile device yang berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna. Ditemukan juga bahwa kepuasan pengguna tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap loyalty atau loyalitas pengguna sebesar 32,40%.⁹ Adapun persamaan dari penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti yaitu terletak pada fokus penelitiannya dimana terkait tentang kualitas layanan mobile banking. Dan juga sama-sama variable Xnya yaitu kualitas layanan mobile banking. Adapun yang membedakan dari kedua penelitian ini yaitu terletak pada objek penelitiannya. Dimana penelitian terdahulu menggunakan nasabah BRI yang ada di kantorCirebon sebagai objek penelitian sedangkan objek penelitian peneliti yaitu nasabah BSI KCP Barru.

⁹Fajar Akbar Hariansyah dkk, 'Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah pada Pengguna Layanan BRI Mobile Bank Rakyat Indonesia di Kantor Cabang Cirebon,(Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer e-ISSN: 2548-964X Vol. 3, No. 5, Mei 2019), h. 4267-4275

Penelitian ketiga dilakukan oleh Charissa Kezia Rahmawati, Bayu Arie Fianto tahun 2020. Judulnya adalah Analisis Deskriptif Pada Dimensi Kualitas Layanan Mobile Banking (M-Banking) Terhadap Kepuasan Nasabah Perbankan Syariah. Variabel penelitian yaitu Kualitas Layanan Mobile Banking (independen). Kepuasan Nasabah (dependen). Metode penelitian ini menggunakan uji validitas dan reliabilitas. Pengambilan sampel menggunakan purposive sampling. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dimensi kualitas layanan yang memiliki pengaruh tertinggi terhadap kepuasan nasabah jatuh pada dimensi kemudahan yakni dengan mean komposit sebesar 4,48. Hal ini menunjukkan bahwa secara keseluruhan responden merasa aplikasi M-banking syariah dapat diakses dimana dan kapan saja, memudahkan dan tepat waktu. Sementara dimensi kualitas layanan yang memiliki pengaruh terendah terhadap kepuasan nasabah jatuh pada dimensi desain yakni dengan mean komposit sebesar 3,85 termasuk pada kategori baik dalam artian responden merasa desain aplikasi M-banking syariah sangat menarik dan kreatif (unik).¹⁰ Adapun persamaan dari penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti yaitu terletak pada fokus penelitiannya dimana terkait tentang kualitas layanan mobile banking (M-Banking) terhadap kepuasan nasabah perbankan syariah. Dan juga variabelnya sama. Serta objek penelitiannya juga sama yaitu nasabah bank syariah hanya saja peneliti memfokus pada nasabah BSI KCP Barru.

¹⁰Charissa Kezia Rahmawati, Bayu Arie Fianto, 'Analisis Deskriptif Pada Dimensi Kualitas Layanan Mobile Banking (M-Banking) Terhadap Kepuasan Nasabah Perbankan Syariah', (Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan p-ISSN: 2407-1935, e-ISSN: 2502-1508. Vol. 7 No. 6 Juni 2020: 1118-1127; DOI: 10.20473/vol7iss20206pp1118-1127), h. 75

Penelitian keempat dilakukan oleh Anita Elvi Mutiasari, Embun Duriyany Soemarso tahun 2020. Judulnya adalah Analisis Kepuasan Nasabah Atas Kualitas Layanan Internet Banking Pada PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Tengah Kantor Cabang Pati. Variabel penelitian yaitu Kepuasan Nasabah (independen). Kualitas Layanan Internet Banking (dependen). Metode penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif. Pengambilan sampel menggunakan purposive sampling. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepuasan nasabah pengguna layanan internet banking Bank Jateng Kantor Cabang Pati diketahui dengan indeks kepuasan/ weighting average kualitas pelayanan mendapat nilai 4,219 yang berada diantara 3,43-4,23 yang berarti secara keseluruhan responden Puas terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh Bank Jateng Kantor Cabang Pati.¹¹ Adapun persamaan dari penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti yaitu terletak pada fokus penelitiannya dimana terkait tentang kepuasan nasabah dan kualitas layanan. Adapun yang membedakan dari kedua penelitian ini yaitu terletak pada objek penelitiannya. Dimana penelitian terdahulu menggunakan PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Tengah Kantor Cabang Patisebagai objek penelitian sedangkan objek penelitian peneliti yaitu nasabah BSI KCP Barru.

Penelitian kelima dilakukan oleh Olivia Mimin Trisnawati, Syaifuddin Fahmi tahun 2017. Judulnya adalah Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik (E-Servqual) Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna Mobile Banking (Studi Pada Pengguna Mobile Banking Bank Sinarmas Cabang Malang). Variabel penelitian yaitu Kualitas Layanan Elektronik (E-Servqual) (independen). Kepuasan Nasabah Pengguna Mobile

¹¹Anita Elvi Mutiasari, 'Analisis Kepuasan Nasabah Atas Kualitas Layanan Internet Baking Pada PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Tengah Kantor Cabang Pat ', (keunis Majalah Ilmiah – ISSN No 2302-9315 Vol. 8 No 2 Thn VIII Juli 2020), h. 14

Banking (dependen). Metode penelitian ini menggunakan deskriptif dan verifikatif. Pengambilan sampel menggunakan rumus Slovin. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa keempat variabel e-SERVQUAL berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah.¹² Adapun persamaan dari penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti yaitu terletak pada fokus penelitiannya dimana terkait tentang Pengaruh kualitas layanan elektronik (E-Servqual) terhadap kepuasan nasabah pengguna mobile banking. Dan variabel dari penelitian terdahulu sama dengan variabel peneliti. Adapun yang membedakan dari kedua penelitian ini yaitu terletak pada objek penelitiannya. Dimana penelitian terdahulu menggunakan nasabah Bank Sinarmas Cabang Malang sebagai objek penelitian sedangkan objek penelitian peneliti yaitu nasabah BSI KCP Barru.

B. Tinjauan Teori

1. Kualitas Layanan

a. Kualitas

Kualitas adalah suatu kondisi diamis yang berhubungan dengan produk, manusia/tenaga kerja, proses dan tugas, serta lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan pelanggan atau konsumen.

Dari definisi di atas dapat diketahui bahwa kualitas merupakan keseluruhan ciri serta sifat dari suatu produk atau pelayanan yang perpusat pada pelanggan. Seorang penjual yang telah memberikan kualitas apabila produk/pelayanan penjualan memenuhi/melebihi harapan pelanggan. Dalam hal

¹²Olivia Mimin Trisnawati, 'Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik (E-Servqual) terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna Mobile Banking (Studi Pada Pengguna Mobile Banking Bank Sinarmas Cabang Malang)', (Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia Vol. 4, Nomor 2, Feb 2017), h. 41

ini kualitas merupakan faktor utama yang dilakukan untuk menawarkan produk yang akan dijual sehingga pelanggan merasa tertarik dan puas dengan hasil yang diterimanya dari produk/jasa yang dibelinya untuk dikonsumsi.¹³

b. Pengertian Kualitas Layanan

Menurut Kotler Keller kualitas layanan adalah segala bentuk aktifitas yang dilakukan oleh perusahaan guna memenuhi harapan pelanggan. Menurut Tjiptono kualitas layanan adalah upaya penyampaian jasa untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk mengibangi harapan pelanggan. Harapan konsumen merupakan keyakinan konsumen sebelum mencoba atau membeli suatu produk yang diajukan acuan dalam menilai kinerja produk tersebut. Berdasarkan pengertian diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa kualitas layanan adalah segala bentuk aktifitas yang dilakukan oleh perusahaan guna memenuhi harapan pelanggan.¹⁴

Kualitas layanan berkaitan dengan persepsi konsumen. Persepsi tersebut menyangkut mutu perusahaan. Jika perusahaan memiliki tingkat kualitas layanan yang tinggi, maka tingkat kepuasan pelanggan dipengaruhi lima faktor. Salah satunya adalah kualitas layanan.¹⁵

c. Indikator Kualitas Layanan

Ada lima faktor utama kualitas pelayanan yang digunakan konsumen untuk menilai atau menentukan kualitas pelayanan. Kelima faktor tersebut

¹³ M. N Nasution, Manajemen Jasa Terpadu, (Ghalia Indonesia, 2004), h. 41

¹⁴ Fandy Tjiptono, Manajemen Jasa, Edisi ke-2, (yogyakarta: Andi Offset, 2010), h.243

¹⁵ Lopiyoadi dan Hamdani. Manajemen Pemasaran Jasa Edisi Kedua. (Jakarta: Salemba Empat, 2007), h. 158

adalah keandalan (*Reability*), dayatanggap (*Responsiveness*), jaminan (*Asurance*), empati (*Emphaty*) dan buktifisik (*Tangible*).¹⁶

1) Keandalan (*Reability*)

Kehandalan (*Reliability*) yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang disimpatik dan dengan akurasi yang tinggi.¹⁷

2) Daya tanggap (*Responsiveness*)

Merupakan kemampuan perusahaan yang dilakukan langsung oleh karyawan untuk memberikan pelayanan dengan cepat dan tanggap. Daya tanggap dapat menumbuhkan persepsi yang positif terhadap kualitas jasa yang diberikan. Termasuk didalamnya jika terjadi kegagalan atau keterlambatan dalam penyampaian jasa, pihak penyedia jasa berusaha memperbaiki atau meminimalkan kerugian konsumen dengan segera. Hal ini menekankan pada perhatian dan kecepatan karyawan yang terlibat untuk menanggapi permintaan, pertanyaan, dan keluhan konsumen. Jadi komponen atau unsure dari dimensi ini terdiri dari kesigapan karyawan dalam melayani pelanggan, kecepatan karyawan dalam melayani pelanggan dan penanganan keluhan pelanggan.¹⁸

¹⁶Meithiana Indrasari, *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*, (Bandung, Deepublish), h. 65-66.

¹⁷Jaka Atmaja, "Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Pada Bank BJB, (*Jurnal Ecodemica* 2, no. 1 2018), h. 51.

¹⁸Alfi Syahri Lubis and Nur Rahmah Andayani, "Pengaruh Kualitas Pelayanan (*Service Quality*) Terhadap Kepuasan Pelanggan Pt. Sucofindo Batam,"(*Journal of Applied Business Administration* 1, no. 2 2017): h. 234-235.

3) Jaminan (*Assurance*)

Assurance merupakan indikator yang berhubungan dengan kemampuan perusahaan dan perilaku staf dalam menanamkan rasa percaya dan keyakinan kepada pelanggannya. Jaminan mencakup kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, risiko, atau keraguan.¹⁹

4) Empati (*Emphaty*)

Empati merupakan memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan pelanggan.²⁰

5) Bukti fisik (*Tangible*).

Bukti fisik merupakan suatu service yang bisa dilihat, bisa dicium dan bisa diraba, maka aspek tangible menjadi penting sebagai ukuran terhadap pelayanan. Bukti fisik suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberijasa yang meliputi fasilitas fisik perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi. *Tangible* yang baik akan mempengaruhi persepsi pelanggan.²¹

¹⁹Baby Silvia Putri and Lindawati Kartika, “Pengaruh Kualitas Pelayanan BPJS Kesehatan Terhadap Kepuasan Pengguna Perspektif Dokter Rumah Sakit Hermna Bogor,” (Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis 2, no. 1 2017): h. 3.

²⁰Solekhul Amin, “Strategi Peningkatan Kualitas Pelayanan Akademik Pada Perguruan Tinggi,” (Jurnal Madaniyah 7, no. 2 2017): h. 230.

²¹Lubis and Andayani, “Pengaruh Kualitas Pelayanan (*Service Quality*) Terhadap Kepuasan Pelanggan Pt. Sucofindo Batam.” (Jurnal Madaniyah 7, no. 2 2017), h. 32

Menurut Tatik Suryani dimensi kualitas layanan online, menghasilkan berbagai ragam perumusan. Salah satunya mengadopsi dan menggabungkan dua konsep teoritis tersebut diatas dalam konteks online yaitu :

- 1) *Reliability*, kemampuan untuk memberikan pelayanan yang sesuai dengan janji yang ditawarkan.
- 2) *Responsiveness*, respon atau kesiagapan dalam membantu pelanggan dan memberikan pelayanan cepat.
- 3) *Assurance*, didefinisikan sebagai kemampuan dalam menyampaikan kepercayaan dan keyakinan, hal ini meliputi keterampilan dalam memberikan keamanan dalam menanamkan kepercayaan pelanggan.
- 4) *Empathy*, perhatian secara individu yang diberikan perusahaan kepada pelanggan seperti kemudahan untuk menghubungi perusahaan
- 5) *Tangible*, didefinisikan sebagai penampilan fasilitas fisik, perlengkapan, personil dan bahan komunikasi.²²

2. Mobile Banking

Mobile Banking (*M-Banking*) diluncurkan pertama kali oleh Exelcom pada akhir 1995 dan respon yang di dapat juga beragam. Latar belakang dari kemunculan *mobile banking* ini juga di sebabkan oleh bank-bank yang saat ini ingin mendapat kepercayaan dari setiap nasabahnya. Dan salah satu cara yang dilakukan yaitu dengan pemanfaatan teknologi.

Teknologi yang tumbuh dengan pesat, harus dimanfaatkan secara cermat dan tepat. Berbagai teknologi menyediakan terobosan baru yang dapat digunakan oleh bank dalam usahanya untuk selalu meningkatkan kualitas layanan yang ada.

²² Tatik Suryani, *Manajemen Strategik Bank di EraGlobalMenciptakanNilai Unggul untuk Kepuasan Nasabah* (Jakarta:Prenadamedia Group, 2017), h. 165.

Sehingga dari situlah bank-bank yang ada diseluruh dunia membuat inovasi baru dengan meluncurkan *mobile banking*. Proses *mobile banking* sendiri muncul tidak hanya berhubungan dengan bank saja, namun teknologi ini juga bekerja sama dengan operator seluler. Sehingga dapat dilihat bahwa *mobile banking* memberikan banyak keuntungan bagi semua kalangan, baik bagi bank, operator seluler maupun bagi para nasabah penggunaan *mobile banking*.²³

Mobile banking merupakan suatu aplikasi penerapan *mobile commerce* yang berfokus terhadap masalah finansial perbankan, sehingga memungkinkan dilakukannya kegiatan – kegiatan seperti kegiatan yang dapat dilakukan melalui ATM (*Automated Teller Machine*) dengan memanfaatkan perangkat *mobile*. *E-commerce* atau sering disebut elektronik *commerce* (perdagangan secara elektronik) adalah transaksi bisnis yang terjadi dalam jaringan elektronik seperti internet. Siapapun yang dapat mengakses komputer atau laptop dan juga *smartphone* yang memiliki sambungan ke internet, dan memiliki cara untuk membayar barang-barang atau jasa yang mereka beli, dan dapat berpartisipasi dalam *e-commerce* tersebut.²⁴

Mobile banking adalah “sebuah fasilitas perbankan melalui komunikasi bergerak seperti *handphone* dengan penyediaan fasilitas yang hampir sama dengan ATM kecuali mengambil uang *cash*.”²⁵

²³Dara Saputri, *Pengaruh kemudahan, Daya Guna, Kenyamanan, Kepercayaan Terhadap Minat Nasabah Pengguna Mobile Banking pada PT Bank BRI Syariah Kantor Cabang Tanjung Karang*’, (Skripsi Sarjana: fakultas ekonomi dan bisnis islam universitas islam negeri raden intan lampung, 2017), h.61

²⁴Bayu Dwi Juniansyah, “Pembuatan E Commerce Pemesanan Jasa Event Organizer Untuk Zero Seven Entertainment” (*Jurnal Tekno Kompak*. Vol 14 No 1 2020), h. 23

²⁵Rian Maulana, “Pengaruh Penggunaan Mobile Banking Terhadap Minat Nasabah Dalam Bertransaksi Menggunakan *Technology Acceptance Model*”, (*Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi* Vol 02 No 02 2018), h. 147

a. Manfaat Penerapan Mobile Banking

Mobile banking (m-Banking) merupakan suatu layanan perbankan berbasis *mobile phone* atau *handphone* (HP). M-banking kini telah tersebar ke seluruh dunia, termasuk Indonesia telah menikmati kemudahan akses perbankan yang ditawarkan bank melalui m-banking dimana saja melalui perangkat *mobile* seperti *handphone* dan PDA.

Dengan adanya m-banking, bank berusaha mempermudah akses para nasabahnya dalam melakukan transaksi perbankan. Hampir semua bank di Indonesia telah menyediakan fasilitas mbanking, baik berupa SIM toolkit (Menu Layanan Data) maupun SMS plain (SMS Manual) yang biasa dikenal dengan SMS banking. SMS banking merupakan sebuah fasilitas yang disediakan oleh bank untuk melakukan transaksi keuangan dan permintaan informasi keuangan seperti cek saldo, mutasi rekening, dan sebagainya.

Kegunaan, keuntungan dan kenyamanan yang dapat diperoleh dari penggunaan mobile banking, adalah:

1) Mudah

Untuk melakukan transaksi perbankan kita tidak perlu datang langsung ke bank, kecuali pada saat mendaftarkan nomor ponsel.

2) Praktis

Setiap nasabah dapat langsung bertransaksi perbankan melalui ponsel setiap saat, kapan saja dan dimana saja.

3) Aman

M-banking dilengkapi dengan sistem proteksi yang maksimal yang secara otomatis sudah terprogram sejak pendaftaran. Selain menggunakan

pin yang dapat dipilih sendiri dan nomor ponsel yang didaftarkan, setiap transaksi yang dilakukan juga akan diacak untuk menjamin keamanan para nasabah.

4) Penggunaan yang bersahabat

M-banking dirancang sedemikian rupa sehingga mudah digunakan oleh siapa saja, nasabah bisa memilih jenis transaksi dari menu yang telah tersedia tanpa harus menghafal kode transaksi yang ingin dilakukan.

5) Nyaman

Nasabah seperti mempunyai ATM dalam genggam tangan, karena berbagai transaksi yang *biasa* dilakukan di ATM, kini dapat dilakukan melalui *m-banking* kecuali penarikan tunai.

b. BSI Mobile

BSI Mobile merupakan fasilitas mobile banking Bank Syariah Indonesia bagi para nasabahnya. BSI Mobile memiliki akses ke rekening tabungan nasabah sehingga dapat digunakan untuk melakukan berbagai transaksi secara online.

Aplikasi ini dapat diakses kapan pun dan di mana pun melalui ponsel baik Android maupun iOS. Fitur-fitur yang terdapat pada aplikasi BSI Mobile kurang lebih sama dengan penggunaan ATM Bank Syariah Indonesia, antara lain:

- 1) Pengecekan saldo dan mutasi rekening
- 2) Transfer saldo
- 3) Pembayaran kebutuhan sehari-hari
- 4) Pembayaran zakat dan lain sebagainya.

Untuk mulai menggunakan fitur-fitur pada BSI Mobile, terlebih dahulu Anda perlu mengetahui bagaimana cara pendaftaran dan aktivasi BSI Mobile.

1) Cara Pendaftaran dan Aktivasi Layanan BSI Mobile Syariah

Proses pendaftaran dan aktivasi layanan BSI Mobile cukup mudah.

Berikut ini langkah-langkahnya:

- a) Kunjungi Kantor Cabang Bank Syariah Indonesia terdekat lalu ambil antrean customer service
- b) Setelah mendapat giliran, sampaikan tujuan Anda untuk aktivasi BSI Mobile
- c) Customer service akan membantu proses registrasi. Selanjutnya, Anda akan menerima SMS yang berisikan kode aktivasi BSI Mobile
- d) Download aplikasi BSI Mobile di ponsel Anda melalui Play Store (Android) atau App Store (iOS).
- e) Buka aplikasi kemudian klik “Sudah Memiliki Rekening”
- f) Selanjutnya klik “Aktivasi”
- g) Isi nomor HP dan kode aktivasi yang telah dikirimkan sebelumnya
- h) Buat password untuk akun BSI Mobile Anda. Apabila proses aktivasi sudah berhasil, Anda dapat mulai menikmati berbagai fitur yang ada pada BSI Mobile.

2) Manfaat BSI Mobil

Sebagaimana layanan mobile banking lainnya, BSI Mobile juga memberikan fitur dan layanan yang dapat membantu transaksi para nasabahnya. Fitur-fitur tersebut antara lain seperti pengecekan saldo rekening, transfer dana, dan berbagai pembayaran lainnya.

a) Pengecekan Saldo Rekening

Fitur ini memungkinkan para nasabah untuk mengecek saldo rekening BSI miliknya tanpa perlu ke bank atau ATM. Selain pengecekan saldo, nasabah juga dapat melakukan pengecekan segala informasi transaksi pada rekeningnya.

Informasi selain jumlah saldo rekening tersebut antara lain: mutasi rekening, portofolio, sampai daftar transaksi terjadwal.

b) Transfer Dana

Fitur kedua di BSI Mobile adalah fitur transfer atau kirim dana. Seperti fitur internet banking BRI atau bank lain pada umumnya, layanan transfer dana ini dapat memudahkan nasabah BSI untuk melakukan transfer dana tanpa harus ke bank atau ATM. Fitur transfer di BSI Mobile dilakukan secara online dalam 24 jam nonstop. Sehingga, Anda dapat melakukan transfer kapan pun. Namun perlu diingat, penggunaan BSI Mobile membutuhkan jaringan internet yang stabil dan lancar agar proses transaksi tidak terkendala.

c) Pembelian

Pembelian keperluan sehari-hari seperti pulsa atau paket data juga dapat dilakukan dengan fitur pembelian BSI Mobile. Selain pulsa dan paket data, Anda juga dapat melakukan pembelian token listrik dan berbagai keperluan lainnya kapanpun saat dibutuhkan.

d) Pembayaran

BSI Mobile dapat digunakan untuk pembayaran kebutuhan sehari-hari. Layanan pembayaran yang dapat dilakukan, antara lain: Biaya

pendidikan, iuran BPJS, tagihan listrik, tiket transportasi, transaksi e-commerce, dan berbagai pembayaran lainnya.

e) QRIS

QRIS atau Quick Response Indonesian Standard merupakan kode QR yang diluncurkan Bank Indonesia dan Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia untuk layanan pembayaran di Indonesia.

Fitur QRIS pada BSI Mobile membantu mempercepat proses pembayaran hanya dengan scan kode QR yang tertera.

f) E-mas

Jika Anda ingin investasi, fitur E-mas dari BSI Mobile dapat menjadi pilihan. Fitur E-mas memfasilitasi pembelian emas untuk nasabah secara online. Jumlah minimal pembelian emas pada fitur ini adalah 0,05 gram dan batas maksimalnya Rp100 juta per hari. Selain pembelian emas, Anda juga dapat melakukan penjualan dan penarikan fisik emas yang telah dibeli sebelumnya. Penarikan tabungan E-mas menjadi emas fisik dapat dilakukan dengan pecahan mulai dari 2 gram hingga 100 gram.

g) Tarik Tunai

Apabila Anda ingin melakukan tarik tunai di ATM namun lupa membawa kartu ATM, Anda dapat menggunakan aplikasi BSI Mobile untuk tarik tunai tanpa kartu. Jumlah penarikan dana mulai dari Rp50.000 hingga Rp500.000 setiap harinya.

h) Layanan Islami

Selain memfasilitasi layanan keuangan, BSI Mobile Syariah juga memiliki fitur layanan islami pada aplikasinya. Pada fitur ini, Anda dapat membaca Asmaul Husna, Juz Amma, belajar tentang keuangan berbasis syariah, serta layanan pengingat waktu salat dan arah kiblat.

i) Berbagi

Fitur ini memungkinkan Anda untuk menyalurkan infaq, wakaf, dan zakat secara mudah kapan saja melalui aplikasi BSI Mobile. Fitur Berbagi juga dapat digunakan untuk menghitung besaran zakat yang harus dikeluarkan dari pendapatan Anda.

Demikian penjelasan tentang aplikasi BSI Mobile di atas. Semoga pemaparan yang disampaikan dapat membantu Anda memahami tentang BSI Mobile dan dapat menggunakan fitur-fiturnya yang telah disediakan.

c. Perbedaan Internet Banking dan Mobile Banking

Pengertian internet banking atau ibanking adalah salah satu layanan transaksi perbankan yang diakses menggunakan jaringan internet. Jaringan internet pada layanan internet banking dimanfaatkan sebagai media untuk melakukan transaksi dan mendapatkan informasi melalui website milik bank. Umumnya, layanan internet banking memiliki fitur berupa informasi umum rekening tabungan atau giro, transfer uang ke sesama atau antar bank, pembelian pulsa dan paket data, pembelian tiket, penempatan deposito, pembayaran tagihan, serta menampilkan informasi suku bunga dan kurs.

Namun, untuk bisa menggunakan layanan ibanking ini, nasabah harus memiliki user id, password, token atau OTP, dan internet.

Pendaftaran internet banking hanya bisa dilakukan di kantor cabang bank. Nantinya, nasabah akan mendapatkan user id, password, dan token untuk digunakan saat login internet banking. Setelah mendaftar internet banking, nasabah harus membuka alamat website internet banking resmi milik bank yang digunakan. Kemudian memasukkan user id dan password pada halaman login. Jika akan melakukan transaksi finansial, nasabah akan diminta memasukkan kode OTP yang diperoleh dari token atau SMS. Setelah selesai, pastikan untuk melakukan log out dari ibanking.

Adapun perbedaan internet banking dan mobile banking yaitu terletak pada penggunaannya, internet banking dapat diakses melalui website bank sedangkan Mobile Banking dapat diakses dengan aplikasi mobile yang disediakan oleh bank. Selain itu fitur yang ada pada mobile banking lebih lengkap daripada yang ada di ibanking. Pasalnya, pada mobile banking terdapat fitur cek tagihan kartu kredit, melihat lokasi cabang atau ATM terdekat, dan fitur-fitur yang ada pada internet banking. Dan cara penggunaan mobile banking terbilang lebih mudah dibanding internet banking karena nasabah tidak memerlukan token untuk menggunakannya. Namun, nasabah harus memastikan jaringan internetnya stabil selama menggunakan mobile banking.

d. Dampak Pengguna M-banking

Penggunaan m-Banking menimbulkan dampak yang positif secara khusus terhadap bank itu sendiri, nasabah dan operator telepon selular.

1) Bank

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

2) Nasabah

Mendapatkan pelayanan yang lebih dari bank, karena dengan adanya m-Banking akan semakin mempermudah para nasabah dalam melakukan transaksi perbankan atau hanya sekedar melakukan pengecekan saldo dimanapun, kapanpun dengan dimensi ruang dan waktu yang tidak terbatas.

3) Operator Seluler

Mendapatkan konsumen yang aktif dalam penggunaan ponselnya. Konsumen yang menggunakan fasilitas m-banking, pulsa akan terpotong dan konsumen akan melakukan pengisian ulang pulsa kembali untuk melakukan transaksi m-banking.

e. Landasan Hukum M-banking

Seseorang meyakini bahwa suatu teknologi penggunaannya mudah dan tidak memerlukan usaha keras sehingga teknologi tersebut menjadi sering digunakan. Sebagaimana dijelaskan dalam Al Qur'an (QS. Al- Insyirah ayat 5-

6) yaitu:

يُسْرًا أَلَسْرَ مَعْفَانٍ، يُسْرًا أَلَسْرَ مَعَانٍ

Terjemahnya:

Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. (QS. Al-Insyirah 5-6)²⁶

²⁶Departemen Agama RI, *AL-Quran dan Terjemahan*, (Semarang; CV Toha Putra Putra 2007) h.596

Penjelasan ayat tersebut Allah selalu memberikan jalan kemudahan dalam langkah kehidupan agar kita tidak dipersulit diri sendiri. Jika dikaitkan dengan penggunaan mobile banking maka agar kita dalam melakukan transaksi ataupun kegiatan yang berkaitan dengan pembayaran bisa menjadi lebih mudah dan hemat waktu.

Selain dalam Al-Qur'an juga terdapat dalam hadits tentang anjuran memberi kemudahan kepada orang lain. Sebagaimana pada hadits ke-36 dalam buku Hadits Arba'in Nawawi yaitu :

Abu Hurairah r.a. Nabi SAW, bersabda :

Abu Hurairah r.a. Nabi SAW, bersabda:

عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ قَالَ، قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ: مَنْ نَفَسَ عَنْ مُؤْمِنٍ كُرْبَةً مِنْ كُرْبِ الدُّنْيَا نَفَسَ اللَّهُ عَنْهُ كُرْبَةً مِنْ كُرْبِ يَوْمِ الْقِيَامَةِ، وَمَنْ يَسَّرَ عَلَى مُعْسِرٍ يَسَّرَ اللَّهُ عَلَيْهِ فِي الدُّنْيَا وَالْآخِرَةِ، وَمَنْ سَتَرَ مُسْلِمًا سَتَرَهُ اللَّهُ فِي الدُّنْيَا وَالْآخِرَةِ، وَاللَّهُ فِي عَوْنِ الْعَبْدِ مَا كَانَ الْعَبْدُ فِي عَوْنِ أَخِيهِ، وَمَنْ سَلَكَ طَرِيقًا يَلْتَمِسُ فِيهِ عِلْمًا سَهَّلَ اللَّهُ لَهُ بِهِ طَرِيقًا إِلَى الْجَنَّةِ، وَمَا اجْتَمَعَ قَوْمٌ فِي بَيْتٍ مِنْ بُيُوتِ اللَّهِ يَتْلُونَ كِتَابَ اللَّهِ وَيَتَدَارَسُونَ بَيْنَهُمْ إِلَّا نَزَلَتْ عَلَيْهِمُ السَّكِينَةُ وَغَشِيَتْهُمُ الرَّحْمَةُ وَحَقَّتْ لَهُمُ الْمَلَائِكَةُ وَذَكَرَهُمُ اللَّهُ فِيمَنْ عِنْدَهُ، وَمَنْ بَطَأَ بِهِ عَمَلُهُ لَمْ يُسْرَخْ بِهِ نَسَبُهُ. رَوَاهُ مُسْلِمٌ بِهَذَا اللَّفْظِ (oN milsuM.RH.2699)

Artinya:

Dari Abu Hurairah radhiyallahu 'anhu, dari Nabi shallallahu 'alaihi wa sallam bersabda, "Barangsiapa yang menghilangkan kesusahan dari kesusahan-kesusahan dunia orang mukmin, maka Allah akan menghilangkan kesusahan dari kesusahan-kesusahan hari kiamat. Barangsiapa yang memberi kemudahan orang yang kesulitan (utang), maka Allah akan memberi kemudahan baginya di dunia dan akhirat. Siapa yang menutup aib seorang muslim, maka Allah akan menutup aibnya di dunia dan di akhirat. Siapa saja yang menolong saudaranya, maka Allah akan menolongnya sebagaimana ia menolong saudaraya. Barangsiapa yang menempuh perjalanan dalam rangka menuntut ilmu, maka Allah akan mudahkan baginya jalan menuju surga. Tidaklah berkumpul sekelompok orang di salah

satu rumah Allah (masjid) untuk membaca Kitabullah dan saling mempelajarinya di antara mereka, melainkan akan turun kepada mereka ketenangan, rahmat meliputinya, para malaikat mengelilinginya, dan Allah menyanjung namanya kepada Malaikat yang ada di sisi-Nya. Barangsiapa yang lambat amalnya, maka tidak akan bisa dikejar oleh nasabnya (garis keturunannya yang mulia).” (HR. Muslim,no.2699).²⁷

Dari hadist diatas menunjukkan bahwa disetiap kesulitan itu pasti ada kemudahan. Yang mana mobile banking suatu fasilitas yang disediakan oleh bank yang memberi kemudahan bagi nasabahnya untuk melakukan berbagai jenis transaksi sehingga nasabah tidak bersusah payah pergi ke bank untuk melakukan suatu transaksi karena telah diberikan kemudahan seperti transaksi online yang dapat digunakan dimana saja asalkan terhubung dengan jaringan internet.

3. Kepuasan Nasabah

a. Nasabah

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

b. Kepuasan Nasabah

Menurut Barnes²⁸ kepuasan nasabah adalah tanggapan pelanggan atas terpenuhinya kebutuhannya. Hal ini berarti penilaian bahwa suatu barang atau

²⁷ Muslim, Abu Husain Ibn al-Hajjaj, “Shahih Muslim”, (Beirut: Dar al Fikr, 1980)

²⁸Barnes, *Secret of Customer Relationship Management* (Yogyakarta: Andi, 2000), h. 64

jasa itu sendiri, memberikan tingkat kenyamanan yang terkait dengan pemenuhan suatu kebutuhan termasuk pemenuhan kebutuhan dibawah harapan atau pemenuhan kebutuhan melebihi harapan pelanggan.

Pentingnya kepuasan nasabah berkaitan dengan persaingan yang akan ketat, serta tingkat kerugian dan keuntungan perusahaan. Khusus alasan yang terakhir, keuntungan memang tidak selalu ditentukan oleh faktor kepuasan nasabah, tetapi juga oleh kepercayaan dan kesetiaan nasabah terhadap suatu produk dan perusahaan. Beberapa faktor itu jelas saling mempengaruhi karena ditengah ketatnya persaingan, kesetiaan nasabah menjadi hal yang sangat sulit dipertahankan.

Irawan²⁹ berpendapat bahwa “Kepuasan nasabah adalah hasil akumulasi dari konsumen atau nasabah dalam menggunakan produk jasa” oleh karena itu, setiap transaksi atau pengalaman baru, akan memberikan pengaruh terhadap kepuasan nasabah. Dengan demikian, kepuasan nasabah mempunyai dimensi waktu karena hasil akumulasi. Karena itu, siapapun yang terlibat dalam urusan jangka panjang upaya memuaskan nasabah adalah pengalaman panjang yang tidak mengenal batas akhir.

Kepuasan mencerminkan penilaian seseorang tentang kinerja produk anggapannya (atau hasil) dalam kaitannya dengan ekspektasi. Jika kinerja produk tidak memenuhi ekspektasi, pelanggan tersebut tidak puas dan kecewa. Jika kinerja produk sesuai dengan ekspektasi, pelanggan tersebut puas. Jika kinerja produk melebihi ekspektasi, pelanggan tersebut senang.³⁰

²⁹Irawan, *Sepuluh Prinsip Kepuasan Pelanggan*, (Jakarta: Gramedia, 2004), h.3

³⁰ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Marketing Manajement, Thirteenth Edition*, (diterjemahkan oleh Bob Sabran dengan Judul, *Manajemen Pemasaran, Edisi 13*), h. 14

Tingkat kepuasan merupakan fungsi dari peradaban antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Apabila kinerja dibawah harapan maka pelanggan akan kecewa. Bila kinerja sesuai harapan, pelanggan akan puas. Sedangkan kinerja melebihi harapan pelanggan akan sangat puas. Harapan pelanggan akan dibentuk oleh pengalaman masa lampau, komentar dari kerabatnya serta janji dan informasi pasar dan saingannya. Pelanggan yang puas akan setia lebih lama, kurang sensitif terhadap harga dan memberi komentar yang baik tentang perusahaan.³¹

c. Strategi Kepuasan Nasabah

Strategi untuk meningkatkan kepuasan pelanggan menurut ada enam strategi untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, diantaranya adalah:

- 1) *Relationship marketing strategy*, menciptakan hubungan jangka panjang untuk mewujudkan kesetiaan pelanggan melalui kemitraan.
- 2) *Superior customer service strategy*, menawarkan jasa yang lebih baik dibandingkan jasa yang ditawarkan oleh pesaing.
- 3) *Extra ordinary guarantes strategy*, memberikan jaminan istimewa untuk mengatasi kerugian pelanggan.
- 4) *Customer complain handing strategy*, mengenai keluhan pelanggan untuk mengubah ketidakpuasan menjadi kepuasan dan loyalitas.
- 5) *Service performance improvement strategy*, memperbaiki setiap dimensi kualitas jasa secara periodik dan terus menerus untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

³¹J. Supranto, *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar* (Jakarta; Rineka Cipta, 2011), h.233-234

- 6) *Quality function development strategy*, merancang strategi pengembangan fungsi kualitas untuk memenuhi kebutuhan dan tuntutan pelanggan.³²

d. Metode Pengukuran Kepuasan

Pengukuran tingkat kepuasan konsumen dapat dilakukan dengan cara:³³

1) Sistem keluhan dan saran

Sebuah perusahaan yang berfokus pada pelanggan, yang akan mempermudah pelanggannya untuk memberikan saran, pendapat dan keluhan mereka. Media yang digunakan meliputi kotak saran yang diletakkan di tempat-tempat strategis, saluran telepon khusus dan sebagainya. Tetapi metode ini cenderung pasif, sehingga sulit mendapatkan gambaran lengkap kepuasan dan tidak kepuasan. Tidak semua pelanggan yang tidak puas akan menyampaikan keluhannya. Bisa saja langsung tidak menjadi pelanggan lagi dan beralih ke perusahaan lain.

2) Survei kepuasan pelanggan

Perusahaan tidak dapat menggunakan tingkat keluhan sebagai ukuran kepuasan pelanggan. Perusahaan yang responsive mengukur kepuasan pelanggan dengan mengadakan survei berkala, yaitu mengirimkan daftar pertanyaan atau menelpon secara acak dari pelanggan untuk mengetahui perasaan mereka terhadap berbagai kinerja perusahaan. Selain itu juga dapat ditanyakan kinerja dari perusahaan saingannya.

3) Pelanggan bayangan (*ghost shopping*)

³²Tjipto, "Strategi Kepuasan Nasabah", <https://www.hestanto.web.id/manfaat-dan-strategi-kepuasan-pelanggan/> (Diakses pada tanggal 25 juni 2022)

³³Rahmawati, *Manajemen Pemasaran* (Samarinda: Mulawarman University Press, 2016), h. 21-22.

Metode ini dilaksanakan dengan mempekerjakan beberapa orang (*ghost shopper*) untuk berperan sebagai pelanggan potensial produk perusahaan dan pesaing. Lalu *ghost shopper* itu menyampaikan temuan-temuannya mengenai kekuatan dan kelemahan produk perusahaan pesaing sesuai pengalaman mereka dalam pembelian produk-produk tersebut.

4) Analisis pelanggan yang beralih (*lost customer analysis*)

Pihak perusahaan berusaha menghubungi para pelanggannya yang sudah berhenti menjadi pelanggan atau beralih keperusahaan lain, untuk memperoleh informasi dalam pengambilan kebijakan selanjutnya untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

e. Indikator kepuasan

Karena ada begitu banyak pelanggan yang menggunakan produk dan setiap pelanggan menggunakannya secara berbeda, sikap berbeda, dan berbicara secara berbeda. Pada umumnya program kepuasan memiliki beberapa indikator-indikator yakni:

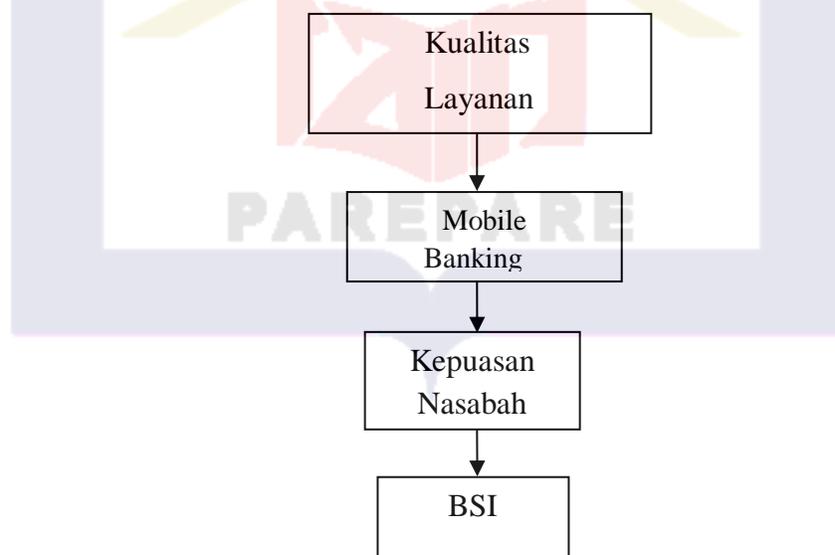
- 1) Kesesuaian harapan, Dalam konsep ini, kepuasan tidak diukur langsung, namun disimpulkan berdasarkan kesesuaian/ketidak sesuaian antara harapan nasabah dengan kinerja aktual produk perusahaan.
- 2) Minat berkunjung kembali, Kepuasan nasabah diukur secara behavioral dengan jalan menanyakan apakah nasabah akan menggunakan jasa perusahaan lagi.
- 3) Kesiediaan merekomendasikan, untuk merekomendasikan produk kepada teman atau keluarganya menjadi ukuran yang penting untuk dianalisis dan di tindak lanjuti.³⁴

³⁴ Meithiana Indrasari, Pemasaran & Kepuasan Pelanggan, h. 92.

Pentingnya kepuasan nasabah berkaitan dengan persaingan yang akan ketat, serta tingkat kerugian dan keuntungan perusahaan. Khusus alasan yang terakhir, keuntungan memang tidak selalu ditentukan oleh faktor kepuasan nasabah, tetapi juga oleh kepercayaan dan kesetiaan nasabah terhadap suatu produk dan perusahaan. Beberapa faktor itu jelas saling mempengaruhi karena ditengah ketatnya persaingan, kesetiaan nasabah menjadi hal yang sangat sulit dipertahankan.

C. Kerangka Pikir

Kerangka pikir sebagai gambaran tentang pola hubungan antara konsep atau secara koheren yang merupakan gambaran yang utuh terhadap fokus penelitian. Jadi Kerangka pikir merupakan sintesa tentang hubungan antara variabel yang disusun dan berbagai teori yang telah dideskripsikan berdasarkan teori-teori tersebut, selanjutnya dianalisis secara kritis dan sistematis, sehingga menghasilkan sintesa tentang hubungan antara variabel yang diteliti.



Gambar 1.1 Bagan Kerangka Pikir

D. Hipotesis

Hipotesis adalah dugaan sementara. Pada penelitian membuat dugaan sementara yaitu:

H0: Tidak ada pengaruh kualitas layanan mobile banking terhadap kepuasan nasabah bsi kpc baru.

H1: Ada pengaruh kualitas layanan mobile banking terhadap kepuasan nasabah bsi kcp baru.



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Desain Penelitian

Adapun jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan sumber data field reseach (penelitian lapangan). Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan deskriptif yaitu data yang diperoleh dari sampel populasi penelitian dianalisis sesuai dengan metode statistic yang digunakan kemudian diinterpretasikan. Dalam penelitian kuantitatif, penelitian berangkat dari teori menuju data, dan berakhir pada penerimaan atau penolakan terhadap teori yang digunakan.³⁵

Penelitian ini lebih ditekankan kepada penelitian lapangan dengan diadakan di Parepare. Disampng sebagai karya ilmiah tidak terlepas mengadakan penelitian kepustakaan dengan cara melalui buku yang relevan dengan masalah yang diangkat.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Adapun lokasi penelitian penulis yaitu di Bank Syariah Indonesia (BSI) Jl. Andimakkasau Parepare. Peneliti akan melakukan penelitian secara penuh dibagian nasabah bank. Penelitian ini menggunakan waktu 1 bulan.

C. Populasi dan Sampel

Menurut Sugiyono Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan dalam penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah M-banking BSI KCP

³⁵ Basrowi & Suwandi, *Memahami Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*, Cet I (Jakarta: Rinneka Cipta, 2008), h.122

Baru. Menurut Arikunto, sampel adalah bagian dari populasi. Karena dalam penelitian ini adanya keterbatasan waktu maka tidak memungkinkan peneliti mengambil sampel dari populasi yang ada. Adapun populasi dari penelitian ini yaitu 1500 populasi.

Teknik penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Non probability sampling atau penarikan secara acak dengan menggunakan Simple Random sampling yaitu dengan teknik pengambilan sampel atau elemen secara acak dimana setiap elemen atau anggota populasi memiliki kesempatan yang sama untuk terpilih menjadi sampel. Penentuan jumlah sampel atau responden ditentukan berdasarkan perhitungan rumus slovin yaitu :

$$\text{Slovin: } S = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan :

S : Sampel

N : Jumlah Sampel

E : Tingkat Kesalahan (error level) 10%

e = batas toleransi kesalahan (0,1)

$$n = \frac{1.500}{1 + 1500(0,1)^2}$$

$$n = \frac{1500}{1 + 1500(0,01)^2}$$

$$n = \frac{1500}{1 + 15}$$

$$n = \frac{1500}{16} n = 94,75$$

Jadi sampel penelitian ini sebesar 95 dengan kriteria nasabah BSI KCP Barru yang menggunakan Mobile Banking.

D. Teknik Pengumpulan dan Pengolahan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini dimaksudkan untuk memperoleh data yang akurat dan relevan dengan masalah yang dibahas, metode pengumpulan data yang terdiri atas:

1. Penelitian lapangan (*Field Research*), yaitu metode pengumpulan data yang terdiri atas :
 - a. Observasi, yaitu peneliti melakukan pengamatan langsung pada masyarakat di lokasi penelitian tentang mobile banking. Informasi yang didapat dalam observasi adalah pelaku, kegiatan, objek, perbuatan, kejadian atau peristiwa pada lokasi penelitian, observasi dilakukan untuk menyajikan gambaran realistis pelaku dan kejadian, observasi dilakukan untuk menyajikan gambaran realistis pelaku dan kejadian, menjawab pertanyaan, maupun membantu mengerti perilaku manusia.³⁶
 - b. Angket (*Kuesioner*), yaitu teknik pengumpulan data dengan cara memberikan daftar pertanyaan yang harus diisi oleh responden.³⁷
2. Penelitian kepustakaan (*Library Research*), yaitu metode pengumpulan data dengan cara membaca beberapa literatur-literatur sebagai dasar teori yang akan dijadikan sebagai landasan teoritis dalam penulisan proposal ini, dan catatan kuliah yang diperoleh selama masa studi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Parepare.

³⁶Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian*, Cet I, (Jakarta: Kencana, 2001), h.140

³⁷Rachmat Kriyanto, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, Cet II (Jakarta: Kencana, 2007), h.93

E. Definisi Operasional Variabel

Agar penelitian ini dapat dilaksanakan sesuai dengan yang diharapkan, maka perlu di pahami berbagai unsur-unsur yang menjadi dasar dari suatu penelitian ilmiah yang termuat dalam operasional variabel penelitian secara rinci operasionalisasi variabel penelitian adalah sebagai berikut :

1. Variabel X : Kualitas Layanan

Kualitas pelayanan adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan terbaik yang bermutu dibandingkan dengan pesaingnya . Pada penelitian ini, kualitas pelayanan berhubungan dengan layanan *Mobile Banking (M-Banking)*. Kualitas layanan diukur dengan indikatornya yaitu :

- a. Bukti Fisik
- b. Keandalan
- c. Daya Tanggap
- d. Jaminan
- e. Empati

2. Variabel Y : Kepuasan Nasabah

Kepuasan pelanggan sebagai evaluasi pasca pembelian (penggunaan layanan atau produk) yang persepsi tersebut memenuhi atau tidak dari harapan. Dalam penelitian ini yaitu nasabah bank BSI Kota Parepare. Kepuasan nasabah diukur dengan indikatornya yaitu:

- a. Konfirmasi harapan
- b. Minat berkunjung kembali
- c. Kesiediaan merekomendasikan

F. Instrumen Penelitian.

Instrumen penelitian ini digunakan untuk mengetahui suatu keadaan, apakah ini baik atau tidak, berpengaruh atau tidak, berhubungan atau tidak, ada peningkatan atau tidak dan lain sebagainya, tentu ada tolak ukur yang digunakan. Untuk data yang diperlukan, peneliti menggunakan tolak ukur yang dinamakan instrumen penelitian.

Instrumen penelitian bertujuan untuk mendukung proses pengumpulan data dan memperoleh data yang dibutuhkan, penelitian menggunakan instrumen berupa angket atau alat ukur untuk mengetahui apakah ada pengaruh atau tidak variabel (X) terhadap variabel (Y) dalam penelitian ini.

Instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel dalam penelitian ini dengan menggunakan skala likert 5 poin yang akan diberikan kepada karyawan. Adapun 5 alternatif jawaban responden yang disediakan, yaitu:

Tabel 2.1 Kriteria pengukuran variabel

Pernyataan	Keterangan	Skor
Sangat Setuju	SS	5
Setuju	S	4
Ragu-ragu	R	3
Tidak Setuju	TS	2
Sangat Tidak Setuju	STS	1

Skala likert adalah skala yang dapat digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang tentang suatu objek atau fenomena tertentu. Skala likert memiliki dua bentuk pernyataan, yaitu pernyataan positif dan negative. Pernyataan positif diberi skor 5, 4, 3, 2, 1, sedangkan bentuk pernyataan

negative diberi skor 1,2, 3, 4, 5. Bentuk jawaban dan skala literal terdiri dari sangat setuju, setuju, ragu-ragu, tidak setuju, sangat tidak setuju.

G. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah suatu proses yang digunakan untuk mengelola hasil penelitian guna memperoleh suatu kesimpulan. Statistik adalah kumpulan data yang disajikan dalam bentuk tabel atau daftar, diagram atau ukuran-ukuran tertentu, misalnya statistik penduduk, statistik kelahiran, dan statistik pertumbuhan ekonomi. Statistik adalah pengetahuan mengenai pengumpulan data, klasifikasi data, penyajian data, pengelolaan data, penarikan kesimpulan dan pengambilan keputusan-keputusan berdasarkan masalah tertentu.³⁸ Berdasarkan tujuan dari penelitian ini, maka teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari beberapa bagian yaitu :

1. Uji Validitas Data

Uji ini mengevaluasi reliabilitas atau validitas kuesioner. Jika pertanyaan survei dapat digunakan untuk menentukan apa yang diukur, survey tersebut dianggap sah.

2. Uji Reliabilitas

Metode yang digunakan untuk menilai validitas suatu kuesioner sebagai indikator suatu variable adalah uji reliabilitas. Dalam penelitian ini, reliabilitas dinilai menggunakan pengukuran tunggal; hasilnya kemudian dibandingkan dengan pertanyaan lain atau korelasi antara pertanyaan dan jawaban mereka.

³⁸ Sofyan Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS Versi 17* (Jakarta: Kencana, 2003), h. 1

3. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan analisis pendahuluan dan merupakan prasyarat untuk menentukan apakah teknik analisis data statistic dapat digunakan untuk menguji hipotesis. Jika terdistribusi normal, beberapa teknik statistic non-parametrik dapat digunakan sebagai gantinya. Data diperiksa normalitasnya menggunakan uji Kolmogrov-Smirnov. Dalam penelitian ini, uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah nilai residual berdistribusi normal. Pada uji normalitas penelitian ini, pengujian dilakukan pada variabel Kualitas Layanan(X) dan Kepuasan nasabah (Y).

4. Uji One Sampel t Test

Uji one sampel t test merupakan Teknik analisis yang bertujuan untuk membandingkan satu variabel bebas. Teknik ini digunakan untuk menguji nilai tertentu berbeda secara signifikan atau tidak dengan rata-rata sebuah sampel. Adapun rumus yang digunakan sebagai berikut:

$$t = \frac{(x - \mu)}{(S / \sqrt{n})}$$

keterangan:

t = koefisien t (t hitung)

x = rata-rata sampel

μ = Rata-rata populasi atau hipotesis yang akan diuji

S = Standar deviasi sampel

n = Jumlah sampel

5. Uji Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi didasarkan pada variabel dependen dan variabel independen fungsional atau kausal. Persamaan umum regresi linear sederhana adalah :

$$Y = a + bX + e$$

Dimana :

Y = Variabel tidak bebas

X = Variabel Bebas

a = Nilai *intercept* (konstan)

b = Koefisien arah regresi

e = Standar error

Harga a dihitung dengan rumus : $a = \frac{\sum Y(\sum X^2) - \sum X \sum XY}{n \sum X^2 - (\sum X)^2}$

Harga b dihitung dengan rumus : $b = \frac{n \sum XY - \sum X \sum Y}{n \sum X^2 - (\sum X)^2}$

6. Uji Korelasi Parsial *Pearson Product Moment*

Kekuatan hubungan antara dua variabel (variabel kontrol) dan variabel lain yang dianggap efektif dikendalikan atau dipertahankan dinilai dengan menggunakan analisis korelasi parsial ini. Metode statistik yang digunakan adalah pearson product moment karena variabel yang diteliti adalah data periode interval. Penentuan koefisien korelasi dengan rumus dibawah ini :

$$r_{xy} = \frac{n \sum x_i y_i - (\sum x_i)(\sum y_i)}{\sqrt{\{n \sum x_i^2 - (\sum x_i)^2\} - \{n \sum y_i^2 - (\sum y_i)^2\}}}$$

Dimana :

r_{xy} = Koefisien korelasi pearson

x_i = Variabel independen

y_i = Variabel dependen

n = Banyak sampel

Tabel 3.1 Pedoman untuk memberikan interpretasi terhadap koefisien korelasi adalah sebagai berikut :

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,80 – 1,000	Sangat Tinggi
0,60 – 0,799	Tinggi
0,40 – 0,599	Cukup Tinggi
0,20 – 0,399	Rendah
0,00 – 0,199	Sangat Rendah

7. Uji Determinasi

Koefisien determinasi menyebabkan perubahan pada variabel Y, yang datanya sebesar koefisien korelasi dan variabel X. Koefisien determinan ini menggambarkan besarnya pengaruh satu variabel (variabel X) terhadap naiknya nilai variabel lain (variabel Y). Koefisien determinasi dirumuskan sebagai berikut :

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

Dimana :

D = Nilai koefisiensi determinasi

r = Nilai koefisiensi korelasi

8. Uji Parsial (Uji t)

Uji T-statistik dan uji parametric (uji korelasi) dilakukan. Hal ini menggambarkan jika masing-masing variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y) memiliki pengaruh. Rumusnya adalah :

$$t = \frac{\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

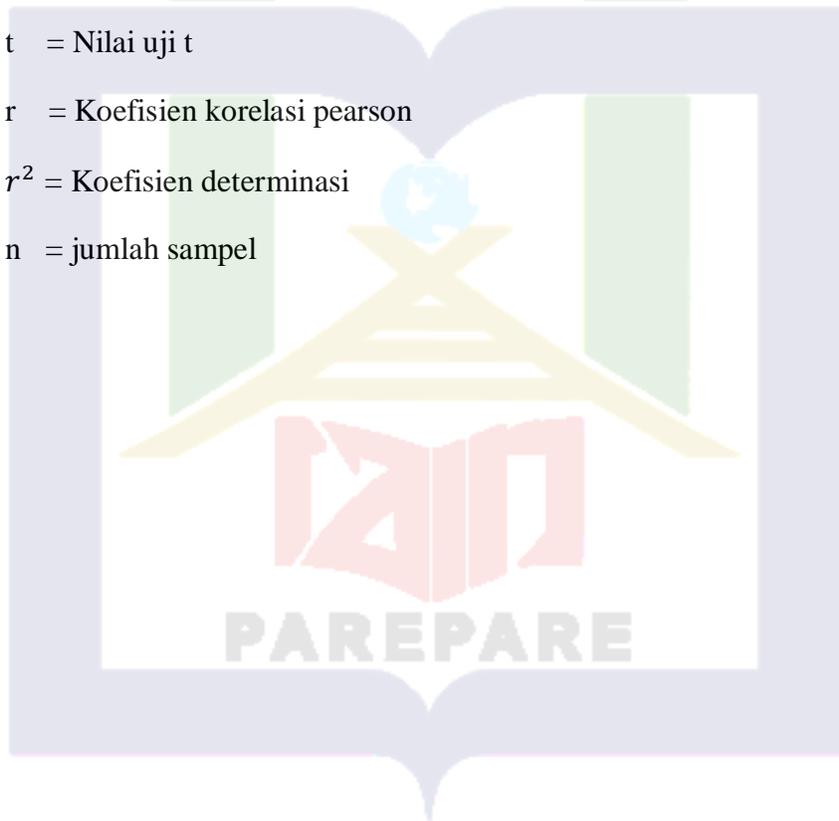
Dimana:

t = Nilai uji t

r = Koefisien korelasi pearson

r^2 = Koefisien determinasi

n = jumlah sampel



BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Bank Syariah Indonesia

1. Sejarah Berdirinya Bank Syariah Indonesia

Industri Perbankan di Indonesia mencatat sejarah baru dengan hadirnya PT. Bank Syariah Indonesia Tbk (BSI) yang secara resmi lahir pada 1 Februari atau 19 Jumadil Akhir 1442 H. Presiden Joko Widodo secara langsung meresmikan bank syariah terbesar di Istana Negara. BSI merupakan bank hasil merger antara PT. Bank BRI Syariah Tbk, PT Bank Syariah Mandiri, dan PT Bank BNI syariah. Otoritas jasa keuangan (OJK) secara resmi mengeluarkan izin merger 3 usaha bank syariah tersebut pada 27 Januari 2021 melalui surat SP-3/PB.1/2021. Selanjutnya, pada 1 Februari, Presiden Joko Widodo meresmikan kehadiran BSI. Komposisi pemegang saham BSI adalah: PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk 50,83%, PT. Bank Rakyat Negara Indonesia (Persero) Tbk 24,85%, PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk 17,25% sisanya adalah pemegang saham yang masing-masing di bawah 5%.

Penggabungan ini menyatukan kelebihan dari ketiga bank syariah, sehingga menghadirkan layanan yang lebih lengkap, jangkauan lebih luas, serta memiliki kapasitas permodalan yang lebih baik. Didukung sinergi dengan perusahaan serta komitmen pemerintah melalui kementerian BUMN, Bank Syariah Indonesia didorong untuk dapat bersaing ditingkat global³⁹. BSI merupakan ikhtiar atas lahirnya bank syariah kebanggaan umat, yang diharapkan menjadi energi baru

³⁹ <https://ir.bankbsi.co.id>

pembangunan ekonomi nasional serta berkontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat luas. Keberadaan Bank Syariah Indonesia yang modern, universal, dan memberikan kebaikan bagi segenap alam (Rahmatan Lil'Aalamiin).

Potensi BSI untuk terus berkembang dan menjadi bagian dari kelompok bank syariah terkemuka di tingkat global sangat terbuka. Selain kinerja yang tumbuh positif, dukungan iklim bahwa pemerintah Indonesia memiliki misi lahirnya ekosistem industri halal dan memiliki bank syariah nasional yang besar serta kuat, fakta bahwa Indonesia sebagai negara dengan penduduk muslim terbanyak di dunia ikut membuka peluang. Dalam konteks inilah kehadiran BSI menjadi sangat penting. Bukan hanya mampu memainkan peran penting sebagai fasilitator pada seluruh aktivitas ekonomi dalam ekosistem industri halal, tetapi juga sebuah ikhtiar mewujudkan harapan negeri.

2. Mobile Banking

Pada perkembangan era globalisasi keuangan, proses transaksi menjadi salah satu instrument utama. Pesatnya perkembangan teknologi informasi saat ini telah membawa perubahan menuju era digital, banyak aktivitas keuangan yang dilakukan secara digital. Istilah umum yang menunjukkan fenomena digitalisasi perbankan termasuk syariah yaitu *Mobile Banking*. Istilah tersebut diartikan sebagai berkaitan erat dengan fasilitas perbankan melalui komunikasi bergerak seperti handphone, dengan penyediaan fasilitas yang hampir sama dengan ATM, kecuali mengambil uang cash. *Mobile Banking* sangat membantu dalam meningkatkan efisiensi, efektivitas, dan produktivitas bagi masyarakat khususnya dipertanian yang memiliki aktivitas yang padat.

Mobile Banking (M-Banking) diluncurkan pertama kali oleh Exelcom pada akhir 1995 dan respon yang di dapat juga beragam. Latar belakang dari kemunculan mobile banking ini juga di sebabkan oleh bank-bank yang saat ini ingin mendapat kepercayaan dari setiap nasabahnya. Dan salah satu cara yang dilakukan yaitu dengan pemanfaatan teknologi.

Sebagaimana layanan mobile banking lainnya, BSI Mobile juga memberikan fitur dan layanan yang dapat membantu transaksi para nasabahnya yaitu :

a. Pengecekan Saldo Rekening

Fitur ini memungkinkan para nasabah untuk mengecek saldo rekening BSI miliknya tanpa perlu ke bank atau ATM. Selain pengecekan saldo, nasabah juga dapat melakukan pengecekan segala informasi transaksi pada rekeningnya.

Informasi selain jumlah saldo rekening tersebut antara lain: mutasi rekening, portofolio, sampai daftar transaksi terjadwal.

b. Transfer Dana

Fitur kedua di BSI Mobile adalah fitur transfer atau kirim dana. Seperti fitur internet banking BRI atau bank lain pada umumnya, layanan transfer dana ini dapat memudahkan nasabah BSI untuk melakukan transfer dana tanpa harus ke bank atau ATM. Fitur transfer di BSI Mobile dilakukan secara online dalam 24 jam nonstop. Sehingga, Anda dapat melakukan transfer kapan pun. Namun perlu diingat, penggunaan BSI Mobile membutuhkan jaringan internet yang stabil dan lancar agar proses transaksi tidak terkendala.

c. Pembelian

Pembelian keperluan sehari-hari seperti pulsa atau paket data juga dapat dilakukan dengan fitur pembelian BSI Mobile. Selain pulsa dan paket data, Anda juga dapat melakukan pembelian token listrik dan berbagai keperluan lainnya kapanpun saat dibutuhkan.

d. Pembayaran

BSI Mobile dapat digunakan untuk pembayaran kebutuhan sehari-hari. Layanan pembayaran yang dapat dilakukan, antara lain: Biaya pendidikan, iuran BPJS, tagihan listrik, tiket transportasi, transaksi e-commerce, dan berbagai pembayaran lainnya.

e. QRIS

QRIS atau Quick Response Indonesian Standard merupakan kode QR yang diluncurkan Bank Indonesia dan Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia untuk layanan pembayaran di Indonesia.

Fitur QRIS pada BSI Mobile membantu mempercepat proses pembayaran hanya dengan scan kode QR yang tertera.

f. E-mas

Jika Anda ingin investasi, fitur E-mas dari BSI Mobile dapat menjadi pilihan. Fitur E-mas memfasilitasi pembelian emas untuk nasabah secara online. Jumlah minimal pembelian emas pada fitur ini adalah 0,05 gram dan batas maksimalnya Rp100 juta per hari. Selain pembelian emas, Anda juga dapat melakukan penjualan dan penarikan fisik emas yang telah dibeli

sebelumnya. Penarikan tabungan E-mas menjadi emas fisik dapat dilakukan dengan pecahan mulai dari 2 gram hingga 100 gram.

g. Tarik Tunai

Apabila Anda ingin melakukan tarik tunai di ATM namun lupa membawa kartu ATM, Anda dapat menggunakan aplikasi BSI Mobile untuk tarik tunai tanpa kartu. Jumlah penarikan dana mulai dari Rp50.000 hingga Rp500.000 setiap harinya.

h. Layanan Islami

Selain memfasilitasi layanan keuangan, BSI Mobile Syariah juga memiliki fitur layanan islami pada aplikasinya. Pada fitur ini, Anda dapat membaca Asmaul Husna, Juz Amma, belajar tentang keuangan berbasis syariah, serta layanan pengingat waktu salat dan arah kiblat.

i. Berbagi

Fitur ini memungkinkan Anda untuk menyalurkan infaq, wakaf, dan zakat secara mudah kapan saja melalui aplikasi BSI Mobile. Fitur Berbagi juga dapat digunakan untuk menghitung besaran zakat yang harus dikeluarkan dari pendapatan Anda.

B. Deskripsi Hasil Penelitian

1. Identifikasi Responden

Penelitian ini dilakukan dengan menyebar kuesioner sebanyak 95 responden yang merupakan Nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Baru yang terdapat di Perum. Griya UBM Blok A.5, Ling. Adapun karakteristik responden ini digunakan untuk mengurangi deskripsi identitas responden sesuai dengan

sampel yang telah ditetapkan. Memberikan suatu gambaran objek yang menjadi sampel penelitian adalah salah satu tujuan dari karakteristik responden. Karakteristik responden diperoleh dari data yang terdapat pada bagian identitas responden yaitu:

a. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

		Usia			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	15-25	76	80.0	80.0	80.0
	26-35	14	14.7	14.7	94.7
	36-45	2	2.1	2.1	96.8
	46-50	3	3.2	3.2	100.0
Total		95	100.0	100.0	

Sumber: Data Olahan SPSS Versi 26

Berdasarkan penelitian di atas, penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 95 Responden/karyawan, dimana sampel yang dipilih ditinjau dari usia, sampel keseluruhan meliputi usia 15-25 sebanyak 76 orang, usia 26-35 sebanyak 14 orang, usia 36-45 sebanyak 2 orang dan 46-50 sebanyak 3 orang. Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa Nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Barru, usia 15-25 lebih banyak.

b. Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.2 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin

		Jenis Kelamin			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	34	35.8	35.8	35.8
	Perempuan	61	64.2	64.2	100.0
	Total	95	100.0	100.0	

Sumber: Data Olahan SPSS Versi 26

Bersadarkan penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 95 responden/nasabah, dimana pada sampel yang dipilih ditinjau dari jenis kelamin, sampel keseluruhan meliputi laki-laki sebanyak 34 orang, selebihnya perempuan sebanyak 61 orang. Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa Nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Barru, perempuan lebih banyak .

c. Karakteristik Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Tabel 4.3 Karakteristik Berdasarkan Pendidikan Terakhir

		Pendidikan akhir			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	DIPLOMA	5	5.3	5.3	5.3
	Lainnya	11	11.6	11.6	16.8
	Sarjana	41	43.2	43.2	60.0
	SMA	38	40.0	40.0	100.0
	Total	95	100.0	100.0	

Sumber: Data Olahan SPSS Versi 26

Berdasarkan tabel diatas penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 95 nasabah/responden, dimana pada sampel yang dipilih ditinjau dari pendidikan terakhir, sampel keseluruhan meliputi SMA sebanyak 38 orang, Diploma sebanyak 5 orang, Sarjana sebanyak 41 orang, Lainnya sebanyak 11 orang,. Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa Nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Barru, Sarjana (S1) lebih banyak.

2. Deskripsi Variabel Penelitian

- a. Tabulasi agket seluruh responden untuk variabel Kualitas Layanan (X)

Tabel 4.4 Mutasi rekening yang dapat diunduh dengan cepat.

		X1			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	6	6.3	6.3	6.3
	S	57	60.0	60.0	66.3
	SS	32	33.7	33.7	100.0
	Total	95	100.0	100.0	

Sumber: Data Olahan SPSS Versi 26

Berdasarkan tabel 4.4 dapat dilihat bahwa dari 95 responden/nasabah yang ada 6 atau 6,3% yang menjawab netral dengan pernyataan Mutasi rekening yang dapat diunduh dengan cepat, 57 atau 60,0 % yang memilih setuju, dan 32 atau 33,7% yang mengatakan sangat setuju. Dari analisis data diatas frekuensi tertinggi berada pada kategori jawaban setuju bahwa nasabah BSI KCP Barru yang menggunakan mobile banking dapat mengunduh mutasi rekening dengan cepat.

Tabel 4.5 Struk transaksi sesuai dengan yang ditransaksikan.

X2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid N	1	1.1	1.1	1.1
S	60	63.2	63.2	64.2
SS	34	35.8	35.8	100.0
Total	95	100.0	100.0	

Sumber: Data Olahan SPSS Versi 26

Berdasarkan tabel 4.5 dapat dilihat bahwa dari 95 responden/nasabah 1 atau 1,1% yang menjawab netral dengan pernyataan struk transaksi sesuai dengan yang ditransaksikan, 60 atau 63,2 % yang memilih setuju, dan 34 atau 35,8% yang memilih sangat setuju. Dari analisis data diatas frekuensi tertinggi berada pada kategori jawaban setuju bahwa kualitas layanan mobile banking sesuai struk transaksi yang ditransaksikan.

Tabel 4.6 Dapat digunakan selama 24 jam

X3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid N	9	9.5	9.5	9.5
S	49	51.6	51.6	61.1
SS	37	38.9	38.9	100.0
Total	95	100.0	100.0	

Sumber: Data Olahan SPSS Versi 26

Berdasarkan tabel 4.6 dapat dilihat bahwa dari 95 responden/nasabah 9 atau 9,5% yang menjawab netral dengan pernyataan dapat digunakan selama 24 jam, 49 atau 51,6% yang memilih setuju, dan 37 atau 38,9% yang memilih sangat setuju. Dari analisis data diatas frekuensi tertinggi berada pada kategori jawaban setuju bahwa nasabah BSI KCP Barru dapat menggunakan layanan mobile banking selama 24 jam.

Tabel 4.7 Layanan yang diberikan M-Banking BSI dapat dimengerti

X4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	5	5.3	5.3	5.3
	S	59	62.1	62.1	67.4
	SS	31	32.6	32.6	100.0
	Total	95	100.0	100.0	

Sumber: Data Olahan SPSS Versi 26

Berdasarkan tabel 4.7 dapat dilihat bahwa dari 95 responden/nasabah yang ada, 5 atau 5,3% yang menjawab netral dengan pernyataan Layanan yang diberikan M-Banking BSI dapat dimengerti, 59 atau 62,1% yang memilih setuju, dan 31 atau 32,6% yang memilih sangat setuju. Dari analisis data diatas frekuensi tertinggi berada pada kategori jawaban setuju bahwa nasabah BSI KCP Barru dapat mengerti dalam penggunaan M-Banking atau BSI Mobile.

Tabel 4.8 Pelayanan yang diberikan sesuai prosedur.

X5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TS	1	1.1	1.1	1.1
N	8	8.4	8.4	9.5
S	55	57.9	57.9	67.4
SS	31	32.6	32.6	100.0
Total	95	100.0	100.0	

Sumber: Data Olahan SPSS Versi 26

Berdasarkan tabel 4.8 dapat dilihat bahwa dari 95 responden/nasabah yang ada, terdapat 1 atau 1,1% memilih tidak setuju dengan pernyataan pelayanan yang diberikan sesuai prosedur, 8 atau 8,4% responden yang menjawab netral, 55 atau 57,9% responden yang menjawab setuju, dan 31 atau 32,6% juga yang menjawab sangat setuju. Dari analisis data diatas frekuensi tertinggi berada pada jawaban setuju bahwa layanan Mobile Banking atau BSI Mobile sudah sesuai prosedur.

Tabel 4.9 Menjawab pertanyaan nasabah.

X6

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TS	1	1.1	1.1	1.1
N	10	10.5	10.5	11.6
S	54	56.8	56.8	68.4

SS	30	31.6	31.6	100.0
Total	95	100.0	100.0	

Sumber: Data Olahan SPSS Versi 26

Berdasarkan tabel 4.9 dapat dilihat bahwa dari 95 responden/nasabah yang ada, terdapat 1 atau 1,1% yang mengatakan tidak setuju mengenai pernyataan menjawab pertanyaan nasabah, 10 atau 10,5% menjawab netral, 54 atau 56,8% mengatakan setuju dan 30 atau 31,6% yang mengatakan setuju. Dari analisis data diatas frekuensi tertinggi berada pada kategori setuju bahwa layanan Mobile Banking dapat menjawab pertanyaan nasabah.

Tabel 4.10 Memberikan informasi yang akurat

X7

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid N	9	9.5	9.5	9.5
S	54	56.8	56.8	66.3
SS	32	33.7	33.7	100.0
Total	95	100.0	100.0	

Sumber: Data Olahan SPSS Versi 26

Berdasarkan tabel 4.10 dapat dilihat bahwa dari 95 responden/nasabah yang ada, terdapat 9 atau 9,5% responden yang menjawab netral mengenai pernyataan memberikan informasi yang akurat, 54 atau 56,8% responden yang menjawab setuju, dan 32 atau 33,7% yang menjawab sangat setuju. Dari analisis diatas frekuensi tertinggi berada pada kategori jawaban setuju bahwa

layanan Mobile banking dapat memberikan informasi yang akurat kepada nasabah.

Tabel 4.11 Menjamin keamanan data nasabah.

X8

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid N	9	9.5	9.5	9.5
S	46	48.4	48.4	57.9
SS	40	42.1	42.1	100.0
Total	95	100.0	100.0	

Sumber: Data Olahan SPSS Versi 26

Berdasarkan tabel 4.11 dapat dilihat bahwa dari 95 responden/nasabah yang ada, terdapat 9 atau 9,5% yang menjawab netral dengan pernyataan menjamin keamanan data nasabah, 46 atau 48,4% yang memilih setuju, dan 40 atau 42,1% yang memilih sangat setuju. Dari analisis data diatas frekuensi tertinggi berada pada kategori jawaban setuju bahwa layanan mobile banking atau aplikasi BSI Mobile dapat menjamin keamanan data nasabah.

Tabel 4.12 Merasa nyaman menggunakan M-Banking karna dilengkapi dengan sistem keamanan yang berlapis.

X9

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid N	6	6.3	6.3	6.3
S	50	52.6	52.6	58.9
SS	39	41.1	41.1	100.0

X9

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid N	6	6.3	6.3	6.3
S	50	52.6	52.6	58.9
SS	39	41.1	41.1	100.0
Total	95	100.0	100.0	

Sumber: Data Olahan SPSS Versi 26

Berdasarkan tabel 4.12 dapat dilihat bahwa dari 95 responden/nasabah yang ada, terdapat 6 atau 6,3% yang menjawab netral dengan pernyataan Merasa nyaman menggunakan M-Banking karna dilengkapi dengan sistem keamanan yang berlapis, 50 atau 52,6% yang memilih setuju, dan 39 atau 41,1% yang memilih sangat setuju. Dari analisis data diatas frekuensi tertinggi berada pada kategori jawaban setuju bahwa nasabah BSI KCP Barru merasa nyaman menggunakan M-Banking karna dilengkapi dengan sistem keamanan yang berlapis.

Tabel 4.13 Memberikan nomor atau identitas nasabah agar mudah dihubungi.

X10

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TS	1	1.1	1.1	1.1
N	3	3.2	3.2	4.2
S	67	70.5	70.5	74.7
SS	24	25.3	25.3	100.0

Total	95	100.0	100.0
-------	----	-------	-------

Sumber: Data Olahan SPSS Versi 26

Berdasarkan tabel 4.13 dapat dilihat bahwa dari 95 responden/nasabah yang ada, terdapat 1 atau 1,1% yang mengatakan tidak setuju mengenai pernyataan memberikan nomor atau identitas nasabah agar mudah dihubungi, 3 atau 3,2% menjawab netral, 67 atau 56,8% mengatakan setuju dan 30 atau 31,6% yang mengatakan setuju. Dari analisis data diatas frekuensi tertinggi berada pada kategori setuju bahwa nasabah dapat mempercayai layanan Mobile Banking untuk memberikan nomor serta identitas agar mudah dihubungi jika ada masalah.

Tabel 4.14 Memberikan pelayanan tanpa memandang status.

X11

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	1	1.1	1.1	1.1
	N	7	7.4	7.4	8.4
	S	45	47.4	47.4	55.8
	SS	42	44.2	44.2	100.0
	Total	95	100.0	100.0	

Sumber: Data Olahan SPSS Versi 26

Berdasarkan tabel 4.14 dapat dilihat bahwa dari 95 responden/nasabah yang ada, terdapat 1 atau 1,1% yang mengatakan tidak setuju mengenai pernyataan memberikan pelayanan tanpa memandang status, 7 atau 7,4% menjawab netral, 45 atau 47,4% mengatakan setuju dan 42 atau 44,2% yang mengatakan setuju. Dari analisis data diatas frekuensi tertinggi berada pada

kategori setuju bahwa layanan Mobile Banking dapat digunakan semua orang tanpa memandang status nasabah.

Tabel 4.15 Pihak bank akan bersedia membantu nasabah bila mengalami kesulitan dalam penggunaan M-banking.

X12

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid N	4	4.2	4.2	4.2
S	52	54.7	54.7	58.9
SS	39	41.1	41.1	100.0
Total	95	100.0	100.0	

Sumber: Data Olahan SPSS Versi 26

Berdasarkan tabel 4.15 dapat dilihat bahwa dari 95 responden/nasabah yang ada, terdapat 4 atau 4,2% yang menjawab netral dengan pernyataan Pihak bank akan bersedia membantu nasabah bila mengalami kesulitan dalam penggunaan M-banking, 52 atau 54,7% yang memilih setuju, dan 39 atau 41,1% yang memilih sangat setuju. Dari analisis data diatas frekuensi tertinggi berada pada kategori jawaban setuju bahwa Pihak bank akan bersedia membantu nasabah jika mengalami kesulitan dalam penggunaan M-banking.

b. Tabulasi Seluruh Variabel Kepuasan Nasabah (Y)

Tabel 4.16 Layanan yang diberikan oleh BSI Mobile sesuai dengan harapan saudara.

Y1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent

Valid	N	11	11.6	11.6	11.6
	S	55	57.9	57.9	69.5
	SS	29	30.5	30.5	100.0
	Total	95	100.0	100.0	

Sumber: Data Olahan SPSS Versi 26

Berdasarkan tabel 4.6 dapat dilihat bahwa dari 95 responden/nasabah yang ada, terdapat 11 atau 11,6% yang menjawab netral dengan pernyataan Layanan yang diberikan oleh BSI Mobile sesuai dengan harapan saudara, 55 atau 57,9% yang memilih setuju, dan 29 atau 30,5% yang memilih sangat setuju. Dari analisis data diatas frekuensi tertinggi berada pada kategori jawaban setuju bahwa layanan BSI Mobile sesuai dengan harapan nasabah BSI KCP Barru.

Tabel 4.17 Fitur-fitur yang disediakan BSI Mobile sesuai dengan kebutuhan saudara.

Y2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	1	1.1	1.1	1.1
	N	9	9.5	9.5	10.5
	S	57	60.0	60.0	70.5
	SS	28	29.5	29.5	100.0
	Total	95	100.0	100.0	

Sumber: Data Olahan SPSS Versi 26

Berdasarkan tabel 4.17 dapat dilihat bahwa dari 95 responden/nasabah yang ada, terdapat 1 atau 1,1% yang mengatakan tidak setuju mengenai

pernyataan Fitur-fitur yang disediakan BSI Mobile sesuai dengan kebutuhan saudara, 9 atau 9,5% menjawab netral, 57 atau 60% mengatakan setuju dan 28 atau 29,5% yang mengatakan setuju. Dari analisis data diatas frekuensi tertinggi berada pada kategori setuju bahwa layanan BSI Mobile menyediakan fitur-fitur sesuai dengan kebutuhan nasabah BSI KCP Barru.

Tabel 4.18 Saudara selalu menggunakan layanan BSI Mobile secara berulang.

Y3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TS	2	2.1	2.1	2.1
N	13	13.7	13.7	15.8
S	52	54.7	54.7	70.5
SS	28	29.5	29.5	100.0
Total	95	100.0	100.0	

Sumber: Data Olahan SPSS Versi 26

Berdasarkan tabel 4.18 dapat dilihat bahwa dari 95 responden/nasabah yang ada, terdapat 2 atau 2,1% yang mengatakan tidak setuju mengenai pernyataan saudara selalu menggunakan layanan BSI Mobile secara berulang, 13 atau 13,7% menjawab netral, 52 atau 54,7% mengatakan setuju dan 28 atau 29,5% yang mengatakan setuju. Dari analisis data diatas frekuensi tertinggi berada pada kategori setuju bahwa nasabah BSI KCP Barru menggunakan layanan BSI Mobile secara berulang.

Tabel 4.19 Saudara akan menggunakan kembali layanan BSI Mobile secara berulang karena memberikan kemudahan dalam bertransaksi.

Y4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TS	2	2.1	2.1	2.1
N	9	9.5	9.5	11.6
S	52	54.7	54.7	66.3
SS	32	33.7	33.7	100.0
Total	95	100.0	100.0	

Sumber: Data Olahan SPSS Versi 26

Berdasarkan tabel 4.19 dapat dilihat bahwa dari 95 responden/nasabah yang ada, terdapat 2 atau 2,1% yang mengatakan tidak setuju mengenai pernyataan saudara akan menggunakan layanan BSI Mobile secara berulang karena memberikan kemudahan dalam bertransaksi, 9 atau 9,5% menjawab netral, 52 atau 54,7% mengatakan setuju dan 32 atau 33,7% yang mengatakan setuju. Dari analisis data diatas frekuensi tertinggi berada pada kategori setuju bahwa nasabah BSI KCP Barru akan menggunakan BSI Mobile secara berulang karena mempermudah nasabah dalam bertransaksi.

Tabel 4.20 Saudara akan memberitahukan kepada orang lain bahwa BSI Mobile nyaman digunakan bertransaksi.

Y5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid STS	1	1.1	1.1	1.1
TS	1	1.1	1.1	2.1
N	11	11.6	11.6	13.7
S	55	57.9	57.9	71.6

SS	27	28.4	28.4	100.0
Total	95	100.0	100.0	

Sumber: Data Olahan SPSS Versi 26

Berdasarkan tabel 4.20 dapat dilihat bahwa dari 95 responden/nasabah yang ada, terdapat 1 atau 1,1% responden yang mengatakan sangat tidak setuju mengenai pernyataan Saudara akan memberitahukan kepada orang lain bahwa BSI Mobile nyaman digunakan bertransaksi, 1 atau 1,1% responden yang mengatakan tidak setuju, 11 atau 11,6% responden mengatakan netral, 55 atau 57,9% responden mengatakan setuju, dan 27 atau 28,4% responden yang mengatakan sangat setuju. Dari hasil analisis data diatas frekuensi tertinggi berada pada kategori setuju bahwa nasabah BSI KCP Barru memberitahukan kepada orang lain bahwa BSI Mobile nyaman digunakan dalam bertransaksi.

Tabel 4.21 Saudara lebih menyarankan kepada kerabat/teman untuk menggunakan BSI Mobile dibandingkan produk elektronik banking lainnya.

Y6

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid N	10	10.5	10.5	10.5
S	54	56.8	56.8	67.4
SS	31	32.6	32.6	100.0
Total	95	100.0	100.0	

Sumber: Data Olahan SPSS Versi 26

Berdasarkan tabel 4.21 dapat dilihat bahwa dari 95 responden/nasabah yang ada, terdapat 10 atau 10,5% yang menjawab netral dengan pernyataan

Saudara lebih menyarankan kepada kerabat/teman untuk menggunakan BSI Mobile dibandingkan produk elektronik banking lainnya, 54 atau 56,8% yang memilih setuju, dan 31 atau 32,6% yang memilih sangat setuju. Dari analisis data diatas frekuensi tertinggi berada pada kategori jawaban setuju bahwa nasabah BSI KCP Barru akan lebih menyarankan kepada kerabat/teman untuk menggunakan BSI Mobile

C. Pengujian Persyaratan Analisis

1. Uji Validitas

Uji Validitas bertujuan untuk mengetahui kevalidan angket kuesioner yang digunakan oleh peneliti dalam mengukur dan memperoleh data penelitian dari responden.

Tabel 4.22 Hasil Uji Variabel Kalitas Layanan (X)

Variabel	Pernyataan	r hitung	R tabel	Keterangan
Kualitas Layanan (X)	1	0,691	0,202	VALID
	2	0,775	0,202	VALID
	3	0,660	0,202	VALID
	4	0,748	0,202	VALID
	5	0,790	0,202	VALID
	6	0,779	0,202	VALID
	7	0,767	0,202	VALID
	8	0,751	0,202	VALID
	9	0,843	0,202	VALID

	10	0,723	0,202	VALID
	11	0,819	0,202	VALID
	12	0,716	0,202	VALID

Sumber: Data Olahan SPSS Versi 26

Berdasarkan tabel 4.22 diatas, hasil uji validitas dari butir pernyataan 1 diperoleh nilai r hitung sebesar $(0,691) > r$ tabel $(0,202)$ artinya butiran pernyataan pertama pada variabel kualitas layanan dinyatakan valid. pada butiran pernyataan 2 diperoleh r hitung sebesar $(0,775) > r$ tabel $(0,202)$ artinya butiran pernyataan kedua variabel kualitas layanan dinyatakan valid. Pada butiran pernyataan 3 diperoleh r hitung $(0,660) > r$ tabel $(0,202)$ artinya pernyataan ketiga pada variabel kualitas layanan dinyatakan valid. pada butiran pernyataan 4 diperoleh nilai r hitung sebesar $(0,748) > r$ tabel $(0,202)$ artinya butiran pernyataan keempat variabel kualitas layanan dinyatakan valid. pada butiran pernyataan 5 diperoleh nilai r hitung $(0,790) > r$ tabel $(0,202)$ artinya butiran pernyataan kelima variabel kualitas layanan dinyatakan valid. pada butiran pernyataan 6 diperoleh r hitung sebesar $(0,779) > r$ tabel $(0,202)$ artinya pernyataan keenam pada variabel kompetensi dinyatakan valid. pada butiran pernyataan 7 diperoleh nilai r hitung $(0,767) > r$ tabel $(0,202)$ artinya butiran pernyataan ketujuh variabel kompetensi dinyatakan valid. pada butiran pernyataan 8 diperoleh r hitung sebesar $(0,751) > r$ tabel $(0,202)$ artinya butiran pernyataan kedua variabel kualitas layanan dinyatakan valid. pada butiran pernyataan 9 diperoleh r hitung $(0,843) > r$ tabel $(0,202)$ artinya pernyataan ketiga pada variabel kualitas layanan dinyatakan valid. pada butiran pernyataan 10 diperoleh nilai r hitung sebesar $(0,723) > r$ tabel $(0,202)$ artinya butiran pernyataan keempat variabel kualitas layanan dinyatakan

valid. pada butiran pernyataan 11 diperoleh nilai r hitung (0,819) $>$ r tabel (0,202) artinya butiran pernyataan kelima variabel kualitas layanan dinyatakan valid. pada butiran pernyataan 12 diperoleh r hitung sebesar (0,716) $>$ r tabel (0,202) artinya pernyataan keenam pada variabel kualitas layanan dinyatakan valid.

Tabel 4.23 Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Nasabah (Y)

Variabel	Pernyataan	r hitung	R tabel	Keterangan
Kepuasan Nasabah (Y)	1	0,841	0,202	VALID
	2	0,870	0,202	VALID
	3	0,832	0,202	VALID
	4	0,826	0,202	VALID
	5	0,781	0,202	VALID
	6	0,794	0,202	VALID

Sumber: Data Olahan SPSS Versi 26

Berdasarkan tabel 4.23 diatas, hasil uji validitas dari butiran 1 diperoleh nilai r hitung sebesar (0,841) $>$ r tabel (0,202) artinya pada butiran pernyataan pertama pada kepuasan nasabah dinyatakan valid. pada butiran pernyataan 2 diperoleh nilai r hitung sebesar (0,870) $>$ r tabel (0,202) artinya pada butiran pernyataan kedua pada variabel kualitas layanan dinyatakan valid. pada butiran pernyataan 3 diperoleh nilai r hitung sebesar (0,832) $>$ r tabel (0,202) artinya pada butiran pernyataan ketiga pada variabel kualitas layanan dinyatakan valid. pada butiran pernyataan 4 diperoleh nilai r hitung sebesar (0,826) $>$ r tabel (0,202) artinya butiran pernyataan keempat pada kualitas Layanan dinyatakan valid. pada

butiran pernyataan 5 diperoleh nilai r hitung sebesar $(0,781) > r$ tabel $(0,202)$ artinya butir pernyataan kelima pada kualitas layanan dinyatakan valid. pada butir pernyataan 6 diperoleh r hitung sebesar $(0,794) > r$ tabel $(0,202)$ artinya butir pernyataan keenam pada variabel kualitas Layanan dinyatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas dimaksud untuk memastikan bahwa kuesioner yang telah disusun benar-benar efektif dalam mengukur gejala dan menghasilkan data yang valid. Berikut merupakan uji reliabilitas alpha cronbach's:

Tabel 4.24 Hasil untuk variabel Kualitas Layanan (X)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.931	12

Sumber: Data Olahan SPSS Versi 26

Berdasarkan tabel 4.24 diatas, menunjukkan bahwa nilai N of items (banyaknya item atau butir pernyataan angket) terdapat 12 buah item dengan nilai cronbach's alpha sebesar 0,941. Karena nilai cronbach's alpha $0,931 > 0,60$, maka sebagaimana dasar kriteria pengambilan keputusan dalam uji reliabilitas, dapat disimpulkan bahwa ke-12 item atau semua item pernyataan yang terdapat dalam angket/kuesioner untuk variabel kualitas layanan (X) dapat dikatakan reliabel atau konsisten.

Tabel 4.25 Hasil untuk variabel produktivitas (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.903	6

Sumber: Data Olahan SPSS Versi 26

Berdasarkan tabel 4.25 diatas, menunjukkan bahwa nilai N of items (banyaknya item atau butiran pernyataan angket) terdapat 6 buah item dengan nilai cronbach's alpha $0,903 > 0,60$, maka sebagaimana dasar kriteria pengambilan keputusan dalam uji reliabilitas, dapat disimpulkan bahwa ke-6 item atau semua pernyataan yang terdapat dalam angket/kuesioner untuk variabel kepuasan nasabah (Y) dapat dinyatakan reliable atau konsisten.

3. Uji Normalitas

Uji normalitas biasanya digunakan untuk mengukur data pada skala ordinal, interval, atau proporsional. Jika analisis menggunakan metode parametric, syarat normalitas harus dipenuhi, yaitu data berasal dari distribusi normal.

Tabel 4.26 Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		95
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.97819014
Most Extreme Differences	Absolute	.159
	Positive	.079
	Negative	-.159
Kolmogorov-Smirnov Z		1.548
Asymp. Sig. (2-tailed)		.017
a. Test distribution is Normal.		

Sumber: Data Olahan SPSS Versi 26

Berdasarkan tabel 4.26 di atas diketahui bahwa nilai signifikansi Asymp.sig (2-tailed) sebesar $0,017 > 0,05$. Maka sesuai dengan dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas kolmogorov-smirnov di atas, dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal. Dengan demikian, kualitas Layanan Mobile Banking sesuai yang ditransaksikan nasabah.

4. Uji Regresi Linier Sederhana

Penelitian ini menggunakan teknik analisis data regresi linier sederhana bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen sebagai berikut:

Tabel 4. 27 uji regresi linear sederhana

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
Model		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.824	1.971		.418	.677
	Kualitas Layanan	.472	.038	.791	12.455	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Persamaan regresi linier sederhana secara umum adalah:

$$Y = a + \beta x + e$$

Nilai a sebesar 824 angka ini merupakan angka constant yang mempunyai arti bahwa jika tidak ada kualitas layanan (X) maka nilai konsistensi regresi kepuasan nasabah (Y) adalah 824. Sedangkan β merupakan angka koefisien

regresi dimana nilai β sebesar 0,472 angka ini mempunyai arti bahwa setiap penambahan 1% kualitas layanan (X), maka kepuasan nasabah (Y) akan meningkat sebesar 0,472. Karena koefisien regresi bernilai positif (+), maka dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan (X) berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah (Y). Sehingga persamaan regresinya adalah sebagai berikut:

a	9,616	Persamaan Regresi
β	0,479	$Y = 9,616 + 0,479X + e$

Dimana:

Y = Kepuasan Nasabah

X = Kualitas Layanan

Regresi diatas dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- a. Nilai konstanta 824 menunjukkan besarnya tingkat kepuasan nasabah adalah sebesar 824 jika variable kualitas Layanan (X) adalah 0 (nol).
- b. Persamaan regresi memperlihatkan bahwa variable Kualitas Layanan (X), mempunyai arah koefisien regresi positif dengan Kepuasan Nasabah yaitu $\beta = 0,472$ yang berarti pengaruhnya sebesar 0,472 dimana apabila kualitas Layanan naik satu satuan maka kepuasan nasabah akan naik sebesar 0,472 dengan asumsi variable independen yang lain konstan.

5. Uji Korelasi Pearson Product Moment.

Tabel 4.28 Hasil Uji Korelasi *Pearson Product Moment*

Correlations

		Kualitas Layanan	Kepuasan Nasabah
Kualitas Layanan	Pearson Correlation	1	.791**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	95	95
Kepuasan Nasabah	Pearson Correlation	.791**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	95	95

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

Sumber: Data Olahan SPSS 26

Dari tabel 4.28 dapat ditarik kesimpulan dengan merujuk pada kedua dasar pengambilan keputusan dalam analisis korelasi pearson product moment.

- Berdasarkan nilai sigifikasi sig. (2-tailed): dari tabel output diatas diketahui nilai sig.(2-tailed antara variabel kualitas Layanan (X) dengan variabel kepuasan nasabah (Y) adalah sebesar $0,00 < 0,05$ yang berarti terdapat korelasi yang signifikan antara variabel (X) dengan variabel (Y). Jika signifikansi $> 0,05$ maka H_0 ditolak, jika signifikansi $< 0,05$ maka H_a diterima.
- Berdasarkan nilai r hitung pearson correlations sig.(2-tailed). Diketahui r hitung untuk hubungan variabel kualitas layanan (X) dengan variabel kepuasan nasabah (Y) adalah sebesar $0,791 > r$ tabel $0,202$ taraf signif 5%, maka dapat disimpulkan bahwa ada hubungan variabel kualitas Layanan (X) dengan variabel kepuasan nasabah (Y). Karena r hitung atau pearson

correlations dalam analisis ini bersifat positif maka itu artinya hubungan antara kedua variabel tersebut bersifat positif atau dengan kata lain semakin meningkatnya kualitas Layanan mobile banking akan meningkat pula kepuasan nasabah .

- c. Berdasarkan tanda bintang (*)SPSS: dari output diatas diketahui bahwa nilai pearson correlations antara masing-masing variabel yang dihubungkan mempunyai dua tanda bintang(**), ini berarti terdapat korelasi anantara variabel yang dihubungkan dengan taraf signifikansi 1%.

Dapat dilihat pada tabel diatas terkait interprestasi terhadap koefisien korelasi untuk mengentahui hubungan pada uji korelasi dapat disimpulkan bahwa terdapat tingkat hubungan yang kuat variabel kualitas Layanan Mobile Banking terhadap kepuasan nasabah BSI KCP Barru

6. Uji One Sampel T (Test)

Tabel 4. 29 Hasil Uji One Sampel T (Test)

One-Sample Test						
	Test Value = 0					
	T	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
KUALITAS LAYANAN	93.152	94	.000	51.695	50.59	52.80
KEPUASAN NASABAH	76.141	94	.000	25.242	24.58	25.90

Sumber:Data Olahan SPSS 26

- a. Hasil uji one sampel t test variabel kualitas Layanan (X)

Agar menjawab rumusan masalah tersebut, maka yang pertama ditentukan terlebih dahulu skor ideal. Skor ideal adalah skor yang ditetapkan dengan asumsi bahwa setiap pernyataan memberi jawaban skor tertinggi. Skor ideal untuk kualitas Layanan (X) yaitu $5 \times 12 \times 95 = 5.700$ (5 = skor tertinggi, 12 = jumlah item instrument, 95 = jumlah responden). Maka diperoleh nilai rata-rata $5.700 : 95 = 60$. Untuk variabel kualitas Layanan nilai yang dihipotesiskan adalah paling tinggi 75% dari nilai ideal. Hal itu dapat berarti $0,75 \times 95 = 71,25$. Hipotesis statistiknya dapat dirumuskan yaitu H_0 untuk dapat memprediksi nilai yang di hipotesiskan lebih rendah atau sama dengan 75% dari skor ideal.

Berdasarkan hasil uji one sampel diperoleh nilai t hitung variabel kualitas layanan (X) sebesar 93,152, jika dibandingkan dengan nilai t tabel dengan $dk = n-1$ ($95-1=94$) dengan taraf signifikansi $\alpha = 5\%$ (0,05) diperoleh t tabel sebesar 1,661. Nilai t hitung $46,217 > 1,661$ maka H_0 diterima maksudnya nilai yang dihipotesiskan lebih rendah atau sama dengan 75 dan H_a ditolak maksudnya nilai yang dihipotesiskan lebih besar atau sama dengan 75, dan nilai (- tailed) yaitu $0,000 < 0,05$ maka H_0 dan H_a diterima.

Perhitungan sampel diatas ditemukan rata-rata kualitas Layanan = 60% yang diharapkan secara ideal. Skor yang diharapkan untuk jawaban responden terhadap pernyataan kusioner adalah 5.700. Dari perhitungan dalam tabel jawaban responden menunjukkan nilai diperoleh 4.886 atau 85,7 % dari skor ideal. Dengan demikian variabel kualitas Layanan berada pada kategori baik.

b. Hasil uji one sampel t test variabel kepuasan nasabah (Y)

Agar menjawab rumusan masalah tersebut, maka yang pertama ditentukan terlebih dahulu skor ideal. Skor ideal adalah skor yang ditetapkan dengan asumsi bahwa setiap pernyataan memberi jawaban skor tertinggi. Skor ideal untuk kepuasan nasabah (Y) yaitu $5 \times 6 \times 95 = 2.850$ ($5 =$ skor tertinggi, $6 =$ jumlah item instrument, $95 =$ jumlah responden). Maka diperoleh nilai rata-rata $2.850 : 95 = 30$. Untuk variabel kompetensi nilai yang dihipotesiskan adalah paling tinggi 75% dari nilai ideal. Hal itu dapat berarti $0,75 \times 30 = 22,5$. Hipotesis statistiknya dapat dirumuskan yaitu H_0 untuk dapat memprediksi nilai yang dihipotesiskan lebih rendah atau sama dengan 75% dari skor ideal.

Berdasarkan hasil uji one sampel diperoleh nilai t hitung variabel kepuasan nasabah (Y) sebesar 76,141 jika dibandingkan dengan nilai t tabel dengan $dk = n-1$ ($95-1= 94$) dengan taraf signifikansi $\alpha = 5\%$ (0,05) diperoleh t tabel sebesar 1,661. Nilai t hitung $76,141 > 1,661$ maka H_0 diterima maksudnya nilai yang dihipotesiskan lebih rendah atau sama dengan 75 dan H_a ditolak maksudnya nilai yang dihipotesiskan lebih besar atau sama dengan 75 dan nilai (- tailed) yaitu $0,000 < 0,05$ maka H_0 dan H_a diterima.

Perhitungan sampel diatas ditemukan rata-rata kepuasan nasabah = 30% yang diharapkan secara ideal. Skor yang diharapkan untuk jawaban responden terhadap pernyataan kusioner adalah 2.850. Dari perhitungan dalam tabel jawaban responden menunjukkan nilai diperoleh 2.377 atau 83,4 % dari skor ideal. Dengan demikian variabel kepuasan nasabah berada pada kategori baik.

7. Uji Determinasi (R^2)

Tabel 4.30 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Berdasarkan hasil koefisien determinasi (R^2) :

- Berdasarkan table 4.30 dapat diketahui bahwa R Square atau koefisien determinasi sebesar 0,625 dan nilai adjusted R square sebesar 0,621 atau 62,1% maka dapat disimpulkan bahwa tingkat korelasi dan kekuatan hubungan dengan nilai R tersebut memiliki tingkat hubungan renda.
- Berdasarkan tabel model summary dapat diketahui nilai R square. 0,625. Nilai ini memiliki arti 62,5% kepuasan nasabah (Y) dipengaruhi Kualitas Layanan (X) 37,7% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

8. Uji T (Parsial)

parsial

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.791 ^a	.625	.621	1.989

Uji

a. Predictors: (Constant), TOTAL.X

b. Dependent Variable: TOTAL.Y

dimanfaatkan untuk mengetahui bagaimana hubungan variabel independen secara individu (parsial) mempengaruhi variabel dependen, ini berarti menjelaskan kualitas layanan secara terpisah mempengaruhi kepuasan nasabah.

Tabel 4.31 Uji T (Parsial)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.824	1.971		.418	.677
	Kualitas Layanan	.472	.038	.791	12.455	.000

Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Dasar pengambilan keputusan dalam Uji T adalah:

a. Berdasarkan nilai signifikansi

- 1) Jika nilai sig < 0,05 maka kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah BSI KCP Barru.
- 2) Jika nilai sig > 0,05 maka kualitas layanan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah BSI KCP Barru.

Hasil output SPSS diatas, diketahui nilai signifikansi variabel kualitas layanan(X) adalah sebesar 0,000. Karena nilai sig 0,000 < 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima. Jadi, kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah BSI KCP Barru.

b. Berdasarkan nilai T hitung dengan T tabel

- 1) Jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka ada pengaruh kualitas layanan (X) terhadap kepuasan nasabah (Y) BSI KCP Barru.
- 2) Jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka tidak ada kualitas layanan (X) terhadap kepuasan nasabah (Y) BSI KCP Barru.

Nilai Signifikansi dari tabel diatas diperoleh nilai t hitung sebesar 12,455. Dalam mencari t_{tabel} , adapun rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$t_{tabel} = (a/2 ; df)$$

$$t_{\text{tabel}} = (0,05/2 ; n-2)$$

$$t_{\text{tabel}} = (0,025 ; 100-2)$$

$$t_{\text{tabel}} = (0,025 ; 98) \text{ (Dilihat pada tabel distribusi bilai } t \text{ tabel)}$$

$$t_{\text{tabel}} = 1,661$$

Diketahui bahwa $t_{\text{hitung}} 12,455 > t_{\text{tabel}} 1661$, sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima yang berarti kualitas Layanan (X) berpengaruh positif dan signifikansi terhadap kepuasan nasabah (Y) BSI KCP Barru.

D. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Kualitas layanan Mobile Banking BSI KCP Barru.

Rumusan masalah pertama yakni “seberapa baik kualitas layanan mobile banking di BSI KCP Barru?”. Kualitas layanan adalah segala bentuk aktifitas yang dilakukan oleh perusahaan guna memenuhi harapan nasabah. Kualitas layanan berkaitan dengan persepsi konsumen atau nasabah. Persepsi tersebut menyangkut mutu perusahaan atau bank BSI KCP Barru. Jika perusahaan memiliki tingkat kualitas layanan yang tinggi, maka tingkat kualitas layanan dipengaruhi lima faktor yaitu Keandalan, Bukti fisik, Daya tanggap, Jaminan, Empati.⁴⁰

Maka diperoleh nilai t hitung variabel kualitas layanan (X) sebesar 93,152, jika dibandingkan dengan nilai t tabel dengan $dk = n-1$ ($95-1 = 94$) dengan taraf signifikansi $\alpha = 5\%$ (0,05) diperoleh t tabel sebesar 1,661. Nilai t hitung $93,152 > 1,661$ maka H_0 diterima maksudnya nilai yang dihipotesiskan lebih rendah atau sama dengan 75 dan H_a ditolak maksudnya nilai yang dihipotesiskan lebih besar

⁴⁰ Fandy Tjiptono, Manajemen Jasa, Edisi ke-2, (yogyakarta: Andi Offset, 2010), h.243

atau sama dengan 75, dan nilai (- tailed) yaitu $0,000 < 0,05$ maka H_0 dan H_a diterima. Rata-rata kualitas layanan = 60% yang diharapkan secara ideal. Skor yang diharapkan untuk jawaban responden terhadap pernyataan kusioner adalah 5.700. Dari perhitungan dalam tabel jawaban responden menunjukkan nilai diperoleh 4.886 atau 85,7 % dari skor ideal. Dengan demikian variabel kualitas layanan berada pada kategori baik. Hal tersebut menjelaskan bahwa kualitas layanan Mobile Banking baik, maka tentu saja akan berpengaruh dengan peningkatan kepuasan nasabah Bank syariah Indonesia KCP Barru.

Berdasarkan pada hasil kuesioner penelitian ini, indikator kualitas layanan berupa Jaminan (Assurance) menjadi indikator yang mendapatkan nilai akumulasi data tertinggi dari sampel data terkumpul. Total rata-rata nilai pada indikator ini sebesar 409, dengan bersumber dari dua penilaian. Penilaian pertama menjelaskan bahwa Bank BSI menjamin keamanan data nasabah sehingga berdampak pada kepuasan nasabah. Penilaian kedua menjelaskan bahwa secara umum nasabah BSI merasa layanan M-Banking yang disediakan memiliki keamanan ganda (berlapis). Jika mengidentifikasi dari total nilai kuesioner dari dua penilaian tersebut, penilaian kedua memiliki nilai yang lebih tinggi dari penilaian pertama dengan total nilai 409. Sehingga, kesimpulan yang didapatkan dari analisis ini adalah keamanan ganda yang diterapkan oleh BSI pada layanan M-Banking membuat nasabah yakin dengan kualitas layanan BSI.

Sementara itu, indikator kualitas layanan berupa daya tanggap (responsiveness) menjadi indikator dengan total nilai terendah dari sampel data terkumpul. Total rata-rata nilai pada indikator ini sebesar 398, dengan bersumber dari dua penilaian. Penilaian pertama menjelaskan terkait daya tanggap pihak BSI

dalam menjawab pertanyaan pelanggan (nasabah). Penilaian kedua menjelaskan terkait daya tanggap BSI dalam memberikan informasi yang akurat kepada nasabah. Jika mengidentifikasi dari total nilai kuesioner dari dua penilaian tersebut, penilaian pertama memiliki nilai yang lebih rendah dari penilaian kedua dengan total nilai 395. Sehingga, kesimpulan yang didapatkan dari analisis ini adalah daya tanggap BSI dalam memberikan jawaban atas pertanyaan nasabahnya melalui mobile banking rendah dan mempengaruhi kualitas layanan BSI.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang di lakukan oleh Anita Elvii Mutiasari tahun 2020 berdasarkan hasil analisis faktor yang telah dilakukan hasilnya ialah variabel independent internet banking berpengaruh memiliki layanan terhadap variabel dependen kepuasan nasabah. Hampir setiap bank memiliki mobile banking , baik pada bank konvensional maupun bank syariah. Pada dasarnya diterapkannya Layanan mobile banking ini agar memberikan kemudahan bagi nasabah untuk melakukan transaksi perbankan hanya melalui smartphone atau gadget. Selain nasabah e-channel juga memberikan kemudahan bagi pihak bank.

2. Tingkat kepuasan nasabah terhadap Layanan Mobile Banking.

Rumusan masalah kedua yakni “Seberapa tinggi tingkat kepuasan nasabah terhadap Layanan Mobile Banking di BSI KCP Barru?”. Maka diperoleh pengujian One Sampel T-test menunjukkan nilai t hitung variabel kepuasan nasabah (Y) 76,141 jika dibandingkan dengan nilai t tabel dengan $dk=n-1$ ($95-1=94$) dengan taraf sidnifikansi $\alpha=5\%$ (0,05) diperoleh t tabel sebesar 1,661. Nilai t hitung $76,141 > 1,661$ maka H_0 diterima maksudnya nilai yang dihipotesiskan lebih rendah atau sama dengan 75 dan H_a ditolak maksudnya nilai yang

dihipotesiskan lebih besar atau sama dengan 75 dan nilai (- tailed) yaitu $0,000 < 0,05$ maka H_0 dan H_a diterima.

Dalam perhitungan sampel ditemukan rata-rata kepuasan nasabah = 30% yang diharapkan untuk jawaban responden terhadap pernyataan kuesioner adalah 1500 dari perhitungan dalam tabel jawaban responden menunjukkan nilai diperoleh 2377 atau 83,4% dari skor ideal. Dengan demikian tingkat kepuasan nasabah terhadap layanan Mobile Banking BSI KCP Barru sebesar 83,4% berada pada kategori tinggi.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian Made Stevana Adi Santhika Sudirman tahun 2018. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat kepuasan nasabah terhadap Layanan mobile banking memiliki tingkat kepuasan yang tinggi.

Kepuasan nasabah adalah tanggapan pelanggan atas terpenuhinya kebutuhannya. Hal ini berarti penilaian bahwa suatu barang atau jasa itu sendiri, memberikan tingkat kenyamanan yang terkait dengan pemenuhan suatu kebutuhan termasuk pemenuhan kebutuhan dibawah harapan atau pemenuhan kebutuhan melebihi harapan pelanggan atau nasabah.

Pentingnya kepuasan nasabah berkaitan dengan persaingan yang semakin ketat, serta tingkat kerugian dan keuntungan perusahaan atau Bank. Khusus alasan yang terakhir, keuntungan memang tidak selalu ditentukan oleh faktor kepuasan nasabah, tetapi juga oleh kepercayaan dan kesetiaan nasabah terhadap suatu produk dan perusahaan. Beberapa faktor itu jelas saling mempengaruhi karena ditengah ketatnya persaingan, kesetiaan nasabah menjadi hal yang sangat sulit dipertahankan⁴¹. Sementara itu, Berdasarkan hasil kuesioner data penelitian,

⁴¹ J. Supranto, *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar* (Jakarta; Rineka Cipta, 2011), h.233-234

indikator yang menentukan kepuasan nasabah BSI adalah konfirmasi harapan. Total nilai data indikator ini sebesar 395, dengan bersumber dari dua komponen penilaian yaitu pertama, layanan yang diberikan oleh BSI Mobile sesuai dengan harapan nasabah, dan kedua, fitur-fitur yang disediakan BSI Mobile sesuai dengan kebutuhan nasabah. Komponen penilaian pertama memiliki nilai lebih tinggi dibanding penilaian kedua. Sehingga, kesimpulan yang di dapatkan bahwa kepuasan nasabah pada penelitian ini, lebih dipengaruhi oleh kesesuaian harapan layanan BSI Mobile sudah sesuai dengan ekspektasinya.

3. Hubungan Kualitas Layanan Mobile Banking dengan kepuasan nasabah.

Rumusan masalah ketiga, yakni “adakah hubungan yang positif dan signifikansi antara kualitas Layanan Mobile Banking dengan kepuasan nasabah BSI KCP Barru?” Diperoleh hasil dari tabel correlation memberikan informasi mengenai hubungan variabel X dengan variabel Y. Nilai koefisien korelasi 0,791 dengan nilai signifikansi (2-tailed) ialah 0.000. Karena nilai signifikansi < 0.05 maka yang berarti terdapat korelasi yang signifikansi antara variabel kualitas layanan (X) dengan variabel kepuasan nasabah (Y), karena signifikansi $0.000 < 0.05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya ada hubungan yang positif dan signifikansi antara kualitas Layanan terhadap kepuasan nasabah BSI KCP Barru. Pernyataan diatas juga diperkuat pada Tabel Interpretasi Terhadap Koefisien Korelasi yaitu 0,51 – 0,75 maka terdapat tingkat hubungan yang kuat antara kualitas Layanan Mobile Banking terhadap kepuasan nasabah BSI KCP Barru.

Berdasarkan nilai r hitung Pearson Correlation Sig. (2-tailed): Diketahui nilai r hitung untuk hubungan variabel kualitas (X) dengan variabel kepuasan nasabah (Y) adalah sebesar $0,791 > r$ tabel 0,661 taraf signif 5% , maka dapat

disimpulkan bahwa ada hubungan variabel kualitas Layanan (X) dengan variabel kepuasan nasabah (Y). Karena r hitung atau pearson correlations dalam analisis ini bersifat positif maka itu artinya hubungan antara kedua variabel tersebut bersifat positif atau dengan kata lain semakin meningkatnya kualitas Layanan Mobile Banking maka semakin meningkat pula kepuasan nasabah.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian Olivia Mimin Trisnawati tahun 2017. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hubungan antara Layanan mobile banking dan kepuasan nasabah secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Dari kedua variabel tersebut, terdapat satu variabel yang paling dominan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada bank Sinarmas Cabang Malang.

4. Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah BSI KCP Barru.

Rumusan masalah keempat yakni, “Apakah kualitas layanan Mobile Banking Berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah BSI KCP Barru?” Berdasarkan tabel dapat diketahui bahwa R Square atau koefisien determinasi sebesar 0,625 dan nilai adjusted R square sebesar 0,621 maka dapat disimpulkan bahwa nilai R atau koefisien determinasi sebesar 62,5 memiliki pengaruh yang kuat. Maka nilai 62,5% untuk kepuasan nasabah (Y) dipengaruhi Kualitas Layanan (X) 37,5% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Secara umum rumus persamaan regresi linear sederhana adalah $Y = \alpha + \beta X + e$. Sementara untuk mengetahui nilai koefisien regresi tersebut dapat dilihat pada tabel Coefficients.

α = angka konstan dari *unstandardized coefficients*. Dalam kasus ini nilainya sebesar 824. Angka ini merupakan angka konstan yang mempunyai arti bahwa jika

tidak ada kualitas Layanan Mobile Banking (X) maka nilai konstan kepuasan nasabah (Y) adalah sebesar 824.

β = angka koefisien regresi. Nilainya sebesar 0,472. Angka ini mengandung arti bahwa setiap penambahan 1% tingkat kualitas Layanan Mobile Banking, maka kepuasana nasabahnya meningkat sebesar 0,472.

Karena nilai koefisien regresi linear sederhana bernilai positif (+) maka dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan (X) berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah (Y). Sehingga persamaan regresinya adalah $Y = 824 + 472X + e$.

Dengan adanya Layanan Mobile Banking berpengaruh dalam menciptakan kepuasan nasabah. Nasabah bank BSI merasa terpenuhi dan adanya rasa kepuasan yang diperoleh. Nasabah merasa bahwa penting untuk memberikan pelayanan yang sangat menjanjikan. Hasil penelitian yang signifikan menunjukkan bahwa penggunaan Mobile Banking memberikan pengaruh terhadap kepuasan nasabah. Hal ini disimpulkan hipotesis pada dimensi pengaruh penggunaan Mobile Banking (BSI Mobile) memenuhi indikator-indikator sehingga memberikan pengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Dengan meningkatnya kepuasan nasabah pada Layanan Mobile Banking yang tersedia maka pihak bank juga merasa diuntungkan.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Fajar Akbar Heriansyah tahun 2019. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan ketujuh variabel berpengaruh secara signifikan terhadap satisfaction atau kepuasan pengguna sebesar 40,90%. Secara persial hanya variabel responsiveness dan compability of mobile device yang berpengaruh signifikan terhadap kepuasan

pengguna. Ditemukan juga bahwa kepuasan pengguna tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas.



BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan tentang pengaruh kualitas Layanan Mobile Banking terhadap kepuasan nasabah BSI KCP Barru, maka penulis menarik simpulan sebagai berikut:

1. Pada penelitian ini kualitas layanan adalah segala bentuk aktifitas yang dilakukan oleh perusahaan guna memenuhi harapan nasabah. Kualitas layanan berkaitan dengan persepsi konsumen atau nasabah. Persepsi tersebut menyangkut mutu perusahaan atau bank BSI KCP Barru. Hasil uji One Sampel T-test variabel (X) kualitas layanan, menunjukkan nilai diperoleh 4.886 atau 85,7% dari skor ideal. Dengan demikian variabel kualitas layanan berada pada kategori baik.
2. Hasil uji One Sampel T-test variabel (Y) Kepuasan nasabah, menunjukkan nilai diperoleh 2.377 atau 83,4% dari skor ideal. Dengan demikian besar tingkat variabel kepuasan nasabah sebesar 83,4% berada pada kategori tinggi.
3. Terdapat hubungan yang positif antara kualitas Layanan dengan kepuasan nasabah. Hasil uji korelasipearson product moment diperoleh 0,791 dengan nilai signifikansi (2-tailed) ialah 0.000. Karena nilai signifikansi < 0.05 maka yang berarti terdapat korelasi yang signifikansi antara variabel kualitas layanan (X) dengan variabel kepuasan nasabah (Y), karena signifikansi $0.000 < 0.05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya ada hubungan yang positif antara kualitas Layanan terhadap kepuasan nasabah BSI KCP Barru.
4. Terdapat pengaruh signifikan kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah, Berdasarkan tabel dapat diketahui bahwa R Square atau koefisien determinasi

sebesar 0,625 dan nilai adjusted R square sebesar 0,621 maka dapat disimpulkan bahwa nilai R atau koefisien determinasi sebesar 62,5 memiliki pengaruh yang kuat. Maka nilai 62,5% untuk kepuasan nasabah (Y) dipengaruhi Kualitas Layanan (X) 37,5% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

B. Saran

1. Bagi Instansi (Bank Syariah)

Berdasarkan jawaban responden yang mayoritas memberikan jawaban setuju terhadap variabel kualitas layanan Mobile Banking Bank Syariah Indonesia. Dapat diartikan bahwa variabel tersebut sudah cukup baik dan memenuhi harapan nasabah, sehingga diharapkan instansi terkait dapat mempertahankan serta meningkatkan kualitas layanan mobile banking untuk meningkatkan tingkat kepuasan nasabah. Dengan cara meningkatkan kualitas kecepatan serta memperketat lagi sistem keamanan data nasabah pada layanan Mobile Banking Bank Syariah Indonesia .

2. Bagi peneliti selanjutnya

Diharapkan peneliti selanjutnya dapat menambahkan variabel lain yang belum diteliti guna untuk mengetahui adanya pengaruh variabel-variabel lain terhadap tingkat kepuasan nasabah dalam menggunakan layanan Mobile Banking. Penelitian selanjutnya juga diharapkan tidak hanya menggunakan metode kuesioner saja melainkan dengan menggunakan metode wawancara agar mendapatkan data yang lebih akurat. Sehingga nantinya hasil penelitian yang dilakukan dapat menjadi rujukan pada penelitian selanjutnya serta dapat menjadi masukan instansi terkait dalam upaya meningkatkan kualitas layanan *Mobile Banking* bank syariah.

DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur'an Al-Karim

- Barnes. *Secret of Customer Relationship Management*. Yogyakarta: Andi, 2000.
- Cahyani, Putri Dwi. "Tingkat Kepuasan Nasabah Terhadap Kualitas Layanan Perbankan." *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, Vol 6 No 2.
- charissa Kezia Rahmawati, ddk. "Analisis Deskriptif Pada Dimensi Kualitas Layanan Mobile Banking (M-Banking) Terhadap Kepuasan Nasabah Perbankan Syariah." *Jurnal Ekonomi Syariah dan Terapan p-ISSN*, 2020: 1118-1127.
- dkk, Basrowi. *Memahami Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Jakarta: Rinneka Cipta, 2008.
- Philip Kotler. *Manajemen Pemasaran*. Bandung, 2002.
- fajar Akbar Hariansyah, dkk. "Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Pada Pengguna Layanan BRI Mobile Bank Rakyat Indonesia di Kantor Cabang Cirebon." *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*, 2019.
- Fandy, Tjiptono. *Strategi Pemasaran Edisi I*. Yogyakarta: Andi Offset, 2007.
- Harish, Irfan Nurahmadi. "Pengaruh kepercayaan Nasabah Dan Kualitas layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah ." 2017: 4.
- I Made Stevana Adi Santhika Sudirman, dkk. "Pengaruh Kualitas Layanan Online Terhadap Kepuasan, Komitmen, dan Loyalitas Nasabah Internet Banking di Kota Denpasar." *jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen vol 1, No 4*,
- Irwan. *Indonesia Customer Satisfaction*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2004.
- Sepuluh Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Gramedia, 2004.
- Juniansyah, Bayu Dwi. "Pembuatan E-commerce Pemesanan Jasa Event Organizer Untuk Zero Seven Entertainment." *Jurnal Tekno Kompak*, 2020:
- Kertajaya, Hermawan. *Syariah Marketing*. Bandung: Mizan, 2006.
- Kotler. *Manajemen Pemasaran di Indonesia (Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian)*. Jakarta: Salemba Empat, 2002.

- Kotler, Philip. *Marketing Manajemen Edisi Milenium*. New jersey: Prentice Hall Intl, 2000.
- Kriyanto, Rahmat. *Teknik Praktis Riset Komunikasi cet II*. Jakarta: Kencana, 2007.
- Maulana, Rian. “Pengaruh Penggunaan Mobile Banking Terhadap Minat Nasabah Dalam Bertransaksi Menggunakan Technology Acceptance Model.” *Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi*, 2018.
- Mutiasari, Anita Elvi. “Analisis Kepuasan Nasabah Atas Kualitas Layanan Internet Banking pada PT. Bank Pembangunan Daerah Jawa Tengah Kantor Cabang Pati.” *Keunis Majalah Ilmiah*, 2020.
- Noor, Juliansyah. *Metodelogi Penelitian*. Jakarta: Kencana, 2001.
- Saputri, Dara. “Pengaruh Kemudahan, Daya Guna, Kenyamanan, Kepercayaan Terhadap Minat Nasabah Pengguna Mobile Banking Pada PT Bank BRI Syariah Kantor Cabang Tjnung Karang.” *Skripsi*, 2017.
- Supraktikno, Hedrawan. *Ekonomi Nurani VS Ekonomi Naluri*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2010.
- Supranto, J. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar*. Jakarta: Rieneka Cipta, 2011.
- Tjiptono, Fandi. *Kualitas Jasa : Pengukuran, keterbatasan dan Implikasi Manajerial*. Jakarta: Majalah Manajemen Usahawan Indonesia, 2006.
- Trisnawati, Olivia Mimin. “Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik (E-Servqual) Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna Mobile Banking (Studi Pada Pengguna Mobile Banking Bank Sinarmas Cabang Malang).” *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia*, 2017: 136.
- Yusmat, Muhammar Arafat. *Aspek Hukum Perbankan Syariah Dari Teori ke Praktik*. Yogyakarta: Deepublish, 2018.



LAMPIRAN-LAMPIRAN

PAREPARE



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

Jl. AmalBakti No. 8 Soreang 91131 Telp. (0421) 21307

VALIDASI INSTRUMEN PENELITIAN

NAMA MAHASISWA : SULFILA
NIM : 18.2300.049
FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
PRODI : PERBANKAN SYARIAH
JUDUL : PENGARUHKUALITAS LAYANAN MOBILE
BANKING TERHADAP KEPUASAN NASABAH
BSI KCP BARRU

KUESIONER PENELITIAN

Kepada Yth.

Saudara/i

Di Tempat

Assalamualaikum Wr. Wb

Saudara/I dalam rangka menyelesaikan karya (skripsi) pada Prodi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare maka saya,

Nama : SULFILA

NIM : 18.300.049

Judul : Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah
BSI KCP BARRU.

Untuk membantu kelancaran penelitian ini, Saya memohon dengan hormat kesediaan Saudara/I untuk mengisi kuesioner penelitian ini. Atas ketersediaan Saudara/I untuk menjawab pertanyaan atau pernyataan pada kuesioner ini, kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Hormat Saya,

SULFILA

I. IDENTITAS REPONDEN

1. Nama =
2. Umur =
3. Jenis Kelamin = Laki-Laki Perempuan
4. Pendidikan
 - a. SD
 - b. SMP
 - c. SMA
 - d. SI,S2,S3
 - e. LAINNYA

II. PETUNJUK PENGISIAN

1. Pertanyaan yang ada, mohon dibaca dan dipahami dengan sebaik-baiknya, sehingga tidak ada pernyataan yang tidak terisi atau terlewat.
2. Berilah tanda ceklis pada jawaban yang Saudara/I pada kolom yang telah disediakan. Pilihan jawaban yang sesuai pendapat atas pernyataan, dengan keterangan di bawah ini :

SS	: Sangat Setuju	= 5
S	: Setuju	= 4
N	: Netral	= 3
TS	: Tidak Setuju	= 2
STS	: Sangat Tidak Setuju	= 1
3. Setiap pertanyaan hanya membutuhkan suatu jawaban saja
4. Terimakasih atas partisipasinya

1. Kualitas Layanan (X)

No	Indikator Variabel	Pilihan Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
		5	4	3	2	1
1.	Bukti Fisik (<i>Tangibles</i>)					
a.	Mutasi rekening dapat diunduh dengan cepat					
b.	Struk transaksi sesuai dengan yang di transaksikan					
2.	Kehandalan (<i>Reliability</i>)					
a.	Dapat digunakan selama 24 jam					
b.	Layanan yang diberikan M-Banking BSI dapat dimengerti					
c.	Pelayanan yang diberikan sesuai prosedur					
3.	Daya tanggap (<i>Ressponsiveness</i>)					
a.	Menjawab pertanyaan pelanggan					
b.	Memberikan informasi yang akurat					
4.	Jaminan (<i>Assurance</i>)					
a.	Menjamin keamanan data nasabah					
b.	Merasa nyaman menggunakan M-Banking karna dilengkapi dengan system keamanan yang berlapis					
5.	Empati (<i>Empaty</i>)					
a.	Memberikan nomor atau identitas nasabah agar mudah dihubungi					

b.	Memberikan pelayanan tanpa memandang status					
c.	Pihak bank akan bersedia membantu nasabah bila mengalami kesulitan dalam penggunaan M-Banking					

2. Kepuasan Nasabah (Y)

No	Indikator Variabel	Pilihan Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
1 Konfirmasi harapan						
a.	Layanan yang diberikan oleh BSI Mobile sesuai dengan harapan saudara					
b.	Fitur-fitur yang disediakan BSI Mobile sesuai dengan kebutuhan saudara					
2 Minat Berkunjung Kembali						
a.	Saudara selalu menggunakan layanan BSI Mobile secara berulang					
b.	Saudara akan menggunakan kembali layanan BSI Mobile secara berulang karena memberikan keudahan dalam bertransaksi					
3 Kesiediaan merekoendasikan						
a.	Saudara akan memberitahukan kepada orang lain bahwa BSI Mobile nyaman					

	digunakan bertransaksi					
b.	Saudara lebih menyarankan kepada kerabat/teman untuk menggunakan BSI Mobile dari pada produk electronic banking lainnya.					

Setelah mencermati instrument dalam penelitian skripsi mahasiswa sesuai dengan judul diatas, maka instrument tersebut di pandang telah memnuhi kelayakan untuk digunakan dalam penelitian yang bersangkutan.

	Parepare, 14 November 2022
	Mengetahui
Pembimbing Utama	Pembimbing Pendamping
(Dr. Hj. St. Nurhayati, M.Hum.)	(Abdul Hamid, S.E, M.M.)
NIP. 19641231 199102 2 002	NIP. 19720929 200801 1 012



PEMERINTAHAN KABUPATEN BARRU
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU

Mal Pelayanan Publik Masiga Lt. 1-3 Jl. Iskandar Unru Telp. (0427) 21662, Fax (0427) 21410
<http://izinonline.barrukab.go.id> : e-mail : barrudpmptspk@gmail.com Kode Pos 90711

Barru, 24 November 2022

Nomor : 579/IP/DPMTSP/XI/2022
Lampiran : -
Perihal : Izin/Rekomendasi Penelitian

Kepada
Yth. Direktur BSI KCP Barru
Di -
Tempat

Berdasarkan Surat dari Dekan Fak. Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Parepare Nomor : B.5392/In.39.8/PP.00.9/11/2022 tanggal 27 November 2022 perihal tersebut di atas, maka Mahasiswa (ia) / Peneliti / Dosen / Pegawai di bawah ini :

Nama : SULFILA
Nomor Pokok : 18.2300.049
Program Studi : Perbankan Syariah
Pekerjaan : Mahasiswa (S1)

Alamat : Jl. Reformasi Kel. Kampung Baru Kec. Bacukiki Barat Kota Parepare

Diberikan izin untuk melakukan Penelitian/Pengambilan Data di Wilayah/Kantor Saudara yang berlangsung mulai tanggal **24 November 2022 s/d 23 Desember 2022**, dalam rangka penyusunan Skrripsi, dengan judul :

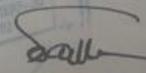
"PENGARUH KUALITAS LAYANAN MOBILE BANKING TERHADAP KEPUASAN NASABAH BSI KCP BARRU"

Sehubungan dengan hal tersebut diatas, pada prinsipnya kami menyetujui kegiatan dimaksud dengan ketentuan :

1. Sebelum dan sesudah melaksanakan kegiatan, kepada yang bersangkutan melapor kepada Kepala SKPD (Unit Kerja) / Camat, apabila kegiatan dilaksanakan di SKPD (Unit Kerja) / Kecamatan setempat;
2. Penelitian tidak menyimpang dari izin yang diberikan;
3. Mentaati semua Peraturan Perundang Undangan yang berlaku dan mengindahkan adat istiadat setempat;
4. Menyerahkan 1(satu) eksampelar copy hasil penelitian kepada Bupati Barru Cq. Kepala Dinas Penanaman Modal Dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaten Barru;
5. Surat Izin akan dicabut kembali dan dinyatakan tidak berlaku apabila ternyata pemegang surat izin ini tidak mentaati ketentuan tersebut di atas.

Untuk terlaksananya tugas penelitian tersebut dengan baik dan lancar, diminta kepada Saudara(i) untuk memberikan bantuan fasilitas seperlunya. Demikian disampaikan untuk dimaklumi dan dipergunakan seperlunya.

a.n. Kepala Dinas,
Sub. Koordinator Pelayanan


SARMIATI BURHANUDDIN, SH, M.Pd
Pangkat : Pembina, IV/a
NIP. 19761112200502 2 002

TEMBUSAN : disampaikan Kepada Yth.

1. Bupati Barru (Sebagai Laporan);
2. Kepala Bappelitbanda Kab. Barru;
3. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Parepare;
4. Mahasiswa yang bersangkutan;
5. Peringgal.



**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.5392/In.39.8/PP.00.9/11/2022
Lampiran : -
Hal : Permohonan Izin Pelaksanaan Penelitian

Yth. PIMPINAN BSI KCP BARRU
Di
KABUPATEN BARRU

Assalamu Alaikum Wr. Wb.

Dengan ini disampaikan bahwa mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Parepare :

Nama : SULFILA
Tempat/ Tgl. Lahir : PAREPARE, 14 DESEMBER 1999
NIM : 18.2300.049
Fakultas/ Program Studi : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM/PERBANKAN SYARIAH
Semester : IX (SEMBILAN)
Alamat : JL. REFORMASI, KELURAHAN KAMPUNG BARU,
KECAMATAN BACUKIKI BARAT, KOTA PAREPARE

Bermaksud akan mengadakan penelitian di wilayah KABUPATEN BARRU dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul :

PENGARUH KUALITAS LAYANAN MOBILE BANKING TERHADAP KEPUASAN NASABAH BSI KCP BARRU

Pelaksanaan penelitian ini direncanakan pada bulan November sampai selesai.

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

Wassalamu Alaikum Wr. Wb.

Parepare, 17 November 2022

Dekan,



Muztalifah Muhammadun

SURAT KETERANGAN PENELITIAN

No. : 2/212-03/8073

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Amiruddin
Jabatan : Branch Operations & Service Manager
NIP : 2189008368

Menerangkan bahwa

Nama : Sulfila
NIM : 18.2300.049
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Perguruan Tinggi : Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare

Adalah benar telah melaksanakan penelitian perihal KUALITAS LAYANAN MOBILE BANKING TERHADAP KEPUASAN NASABAH BSI KCP BARRU.

Demikian surat keterangan ini kami buat dengan sebenarnya untuk diprgunakan sebagaimana mestinya.

Barru, 24 Desember 2022

PT. Bank Syariah Indonesia
Branch Office Barru

 **BSI** BANK SYARIAH
INDONESIA
KCP Barro

Amiruddin
Branch Operations & Service Manager

Identitas Responden

No	Nama Responden	Umur	Jenis Kelamin	Pendidikan Terakhir
1	FATIMAH	46-50	Perempuan	Lainnya
2	RUSTIANY	46-50	Perempuan	SMA
3	LUTFIANI NATSIR	26-35	Perempuan	SMA
4	LUTFIYANI LUKMAN	15-25	Perempuan	SMA
5	ARDIANSYAH	26-35	Laki-laki	S1
6	AKBAR	26-35	Laki-laki	SMA
7	MUHAMMAD ILHAM	26-35	Laki-laki	SMA
8	HELMI	15-25	Laki-laki	DIPLOMA
9	BOY	26-35	Laki-laki	DIPLOMA
10	ZAINUDDIN. D	26-35	Laki-laki	S1
11	HUSNUL KHOTOMAH	26-35	Perempuan	SMA
12	ANASTASYA	15-25	Perempuan	SMA
13	SUL ALI	15-25	Laki-laki	DIPLOMA
14	NUR AFNI	15-25	Perempuan	SMA
15	IHDAL HUSYENI	15-25	Perempuan	S1
16	HADIJAH	15-25	Perempuan	S1
17	SULFILA	15-25	Perempuan	S1
18	ARINDA PUTRI ZAINUDDIN	15-25	Perempuan	SMA
19	HASWINDA	15-25	Perempuan	S1
20	AINUN	15-25	Perempuan	Lainnya
21	SUSANTI	15-25	Perempuan	S1
22	TENRI	15-25	Perempuan	SMA
23	JIRO	15-25	Laki-laki	S1
24	RISWANDI	15-25	Laki-laki	S1
25	YENNI SAPUTRI	15-25	Perempuan	SMA
26	ZAFAR	15-25	Laki-laki	S1
27	SINDY RAHAYU	15-25	Perempuan	SMA
28	SALMA.S	15-25	Perempuan	S1
29	UPHY	15-25	Perempuan	S1
30	HASMIRA	15-25	Perempuan	S1
31	SEPIA	15-25	Perempuan	S1
32	MUTMAINNAH	15-25	Perempuan	SMA

33	AKRIMNAH YUSUF	15-25	Perempuan	SMA
34	AFTAR AKBAR	15-25	Laki-laki	S1
35	SITTI INDARA AYU RASMALA	15-25	Laki-laki	SMA
36	DWIKY PRAMUDYA ALFAYED	26-35	Laki-laki	SMA
37	MERISA AMALIA	15-25	Perempuan	SMA
38	IRMAYANTI	15-25	Perempuan	S1
39	NUR AMELIAH	15-25	Perempuan	SMA
40	SRI WAHYUNINGSIH	26-35	Perempuan	SMA
41	IRMA	15-25	Perempuan	SMA
42	CITRA MAULANI	15-25	Perempuan	Lainnya
43	ARDI	15-25	Laki-laki	S1
44	NITA	15-25	Perempuan	S1
45	YUYUN	15-25	Perempuan	S1
46	IQBAL	15-25	Laki-laki	S1
47	YUNI MAHARANI	26-35	Perempuan	S1
48	IRNA	15-25	Perempuan	S1
49	ELPIRA	15-25	Perempuan	SMA
50	NUR ULFA	15-25	Perempuan	S1
51	SARI NURFADILLAH	15-25	Perempuan	S1
52	FERDIAN	15-25	Laki-laki	SMA
53	YUDA OCTAVIANO	15-25	Laki-laki	SMA
54	ANTI	15-25	Perempuan	SMA
55	ANITA ANGGRAENI	15-25	Perempuan	S1
56	SUCI	15-25	Perempuan	SMA
57	ASRUL A	15-25	Laki-laki	SMA
58	MAGFIRA	15-25	Perempuan	S1
59	ANDI REZKI SAPUTRA	15-25	Laki-laki	SMA
60	HARYANI ARIFIN	15-25	Perempuan	SMA
61	MUHAMMAD NURFAHRI	15-25	Laki-laki	SMA
62	ADRIAN	15-25	Laki-laki	SMA
63	NUR HIKMA	26-35	Perempuan	S1
64	REYNALDI	15-25	Laki-laki	S1
65	FATURRAHMAN FAISAL	15-25	Laki-laki	SMA
66	DYAH KINASIH	15-25	Perempuan	S1

67	SRI WAHYUNI.S	15-25	Perempuan	S1
68	MUHAMMAD IQBAL	15-25	Laki-laki	SMA
69	DEWI	15-25	Perempuan	S1
70	IKHSAN SAFITRAH	26-35	Laki-laki	SMA
71	UCHU	15-25	Laki-laki	Lainnya
72	RIZWAN ADI PUTRA	15-25	Laki-laki	Lainnya
73	HASTUTI	15-25	Perempuan	S1
74	HAJRA MARYAM	15-25	Perempuan	S1
75	AULYATMA AHMAD	15-25	Perempuan	SMA
76	MUTMAINNAH	15-25	Perempuan	SMA
77	FIRMANSYAH	15-25	Laki-laki	Lainnya
78	ASMAN SUARDI	15-25	Laki-laki	S1
79	TUTI RHODIANA	15-25	Perempuan	S1
80	RISNAWATI ADAM	15-25	Perempuan	Lainnya
81	REZKY AYU SAFITRI	15-25	Perempuan	S1
82	ATMARAJA	15-25	Perempuan	S1
83	ANDI MELIA RUSDI	15-25	Perempuan	S1
84	ANUGRAH	15-25	Laki-laki	SMA
85	SAFIRA	15-25	Perempuan	S1
86	OLIVIA	36-45	Perempuan	DIPLOMA
87	JUSTINAH	15-25	Perempuan	S1
88	MUTMA	15-25	Perempuan	SMA
89	HARIANTO	26-35	Laki-laki	Lainnya
90	HAMDANI	36-45	Laki-laki	S1
91	ALISHA	15-25	Perempuan	Lainnya
92	IRA	15-25	Perempuan	Lainnya
93	ABDIANA	26-35	Laki-laki	DIPLOMA
94	MUHAYMIN	46-50	Laki-laki	Lainnya
95	MITA ANGRAENI	15-25	Perempuan	SMA

Jawaban Responden

No	Kualitas Layanan (X)												Total X
	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11	X12	
1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
2	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	55
3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	56
5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	55
6	4	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	57
7	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
8	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	58
9	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	54
10	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
11	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	56
12	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	58
13	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
14	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	45
15	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	38
16	4	4	3	4	4	4	5	4	3	4	3	4	46
17	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	47
18	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
19	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
20	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	51
21	5	4	5	4	4	4	4	5	4	2	5	5	51
22	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	4	55
23	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	46
24	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	51
25	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
26	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
27	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	58
28	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	51
29	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
30	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	45
31	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	52
32	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	57
33	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	47
34	4	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5	4	54
35	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
36	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	5	5	53
37	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	47
38	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48

39	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
40	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
41	5	4	5	4	5	4	4	5	5	4	4	4	53
42	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
43	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	50
44	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	42
45	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
46	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	58
47	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
48	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	4	3	42
49	4	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	55
50	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	3	4	44
51	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	49
52	5	5	5	4	4	4	3	5	4	4	5	5	53
53	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
54	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
55	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	53
56	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	58
57	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
58	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
59	4	4	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	53
60	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
61	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	57
62	4	5	4	5	5	5	4	4	5	4	5	5	55
63	4	4	4	4	2	2	4	4	4	4	2	4	42
64	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
65	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	49
66	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
67	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	58
68	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
69	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
70	4	4	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	55
71	5	4	4	5	3	3	3	3	3	4	3	4	44
72	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	53
73	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	50
74	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	56
75	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	58
76	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	44
77	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
78	4	5	4	3	4	5	5	5	4	5	5	5	54
79	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	59
80	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60

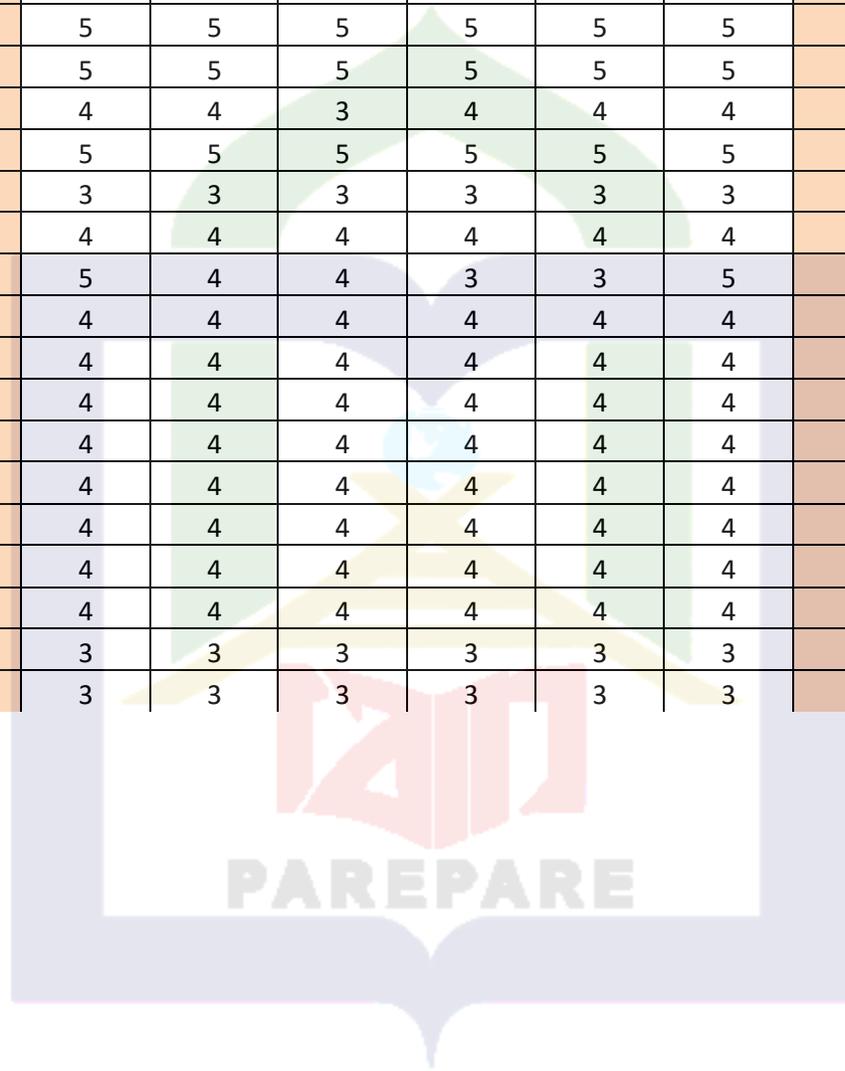
81	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	56
82	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	58
83	4	4	5	3	3	3	3	4	4	4	5	4	46
84	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
85	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	51
86	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
87	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	49
88	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
89	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
90	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
91	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
92	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
93	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
94	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	47
95	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	44



No	Kepuasan Nasabah (Y)						Total Y
	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	
1	5	5	5	5	5	5	30
2	5	4	5	5	5	5	29
3	5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	4	4	4	4	24
5	5	4	5	5	4	5	28
6	5	5	5	5	4	4	28
7	5	5	5	5	5	5	30
8	5	5	5	5	5	5	30
9	4	5	4	5	4	5	27
10	5	5	5	5	5	5	30
11	5	5	5	5	5	5	30
12	4	4	4	4	4	4	24
13	4	4	4	4	4	4	24
14	4	4	4	4	4	4	24
15	3	3	4	3	3	3	19
16	3	4	4	4	4	4	23
17	5	5	5	5	5	5	30
18	4	4	4	5	5	4	26
19	5	5	5	5	5	5	30
20	4	4	5	4	4	4	25
21	4	5	5	5	5	5	29
22	5	5	4	5	4	3	26
23	4	4	4	4	4	4	24
24	4	4	4	3	3	3	21
25	5	5	5	5	5	5	30
26	4	4	4	4	4	4	24
27	5	5	5	5	5	5	30
28	4	3	3	4	4	5	23
29	4	4	4	4	4	4	24
30	4	4	3	4	4	4	23
31	3	3	4	4	5	4	23
32	4	4	4	4	4	4	24
33	4	4	4	4	4	4	24
34	4	4	4	4	4	4	24
35	4	4	4	4	4	4	24

36	4	4	3	4	3	4	22
37	4	4	4	4	4	4	24
38	4	4	4	4	4	4	24
39	5	5	5	5	5	5	30
40	4	4	4	4	4	4	24
41	4	4	3	5	5	4	25
42	3	3	3	3	3	3	18
43	4	5	4	4	4	4	25
44	4	4	4	4	4	4	24
45	5	5	5	5	5	5	30
46	5	5	4	4	5	5	28
47	4	4	4	4	4	4	24
48	3	4	3	4	4	3	21
49	5	4	5	4	4	5	27
50	4	4	4	2	1	4	19
51	4	4	3	4	3	4	22
52	5	4	5	4	5	5	28
53	4	4	4	4	4	4	24
54	4	4	4	4	4	4	24
55	4	4	4	4	4	4	24
56	5	5	5	4	4	5	28
57	4	4	4	4	4	4	24
58	5	5	5	5	5	5	30
59	4	4	4	5	4	4	25
60	4	4	4	4	4	4	24
61	5	5	5	5	5	5	30
62	4	5	5	5	4	4	27
63	4	2	2	2	2	4	16
64	5	5	5	5	5	5	30
65	4	4	3	3	4	4	22
66	3	4	4	4	4	4	23
67	5	5	4	5	5	5	29
68	4	4	4	4	4	4	24
69	4	4	4	4	3	3	22
70	4	4	4	5	4	4	25
71	3	3	2	3	4	5	20
72	4	4	4	4	4	4	24

73	4	4	4	4	4	4	24
74	4	4	4	5	4	4	25
75	5	5	5	5	5	5	30
76	3	3	3	4	4	4	21
77	4	4	4	4	4	4	24
78	4	4	4	4	3	3	22
79	5	5	5	5	5	5	30
80	5	5	5	5	5	5	30
81	4	4	3	4	4	4	23
82	5	5	5	5	5	5	30
83	3	3	3	3	3	3	18
84	4	4	4	4	4	4	24
85	5	4	4	3	3	5	24
86	4	4	4	4	4	4	24
87	4	4	4	4	4	4	24
88	4	4	4	4	4	4	24
89	4	4	4	4	4	4	24
90	4	4	4	4	4	4	24
91	4	4	4	4	4	4	24
92	4	4	4	4	4	4	24
93	4	4	4	4	4	4	24
94	3	3	3	3	3	3	18
95	3	3	3	3	3	3	18



Lampiran Hasil Uji Data Diolah dengan IBM SPSS 2

Uji Validitas

		Correlations												TOTAL.
		X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11	X12	X
X1	Pearson Correlation	1	.615*	.440*	.489*	.444*	.456*	.470*	.485*	.515*	.436*	.473*	.499*	.691**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95
X2	Pearson Correlation	.615*	1	.479*	.651*	.493*	.542*	.554*	.523*	.553*	.569*	.600*	.541*	.775**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95
X3	Pearson Correlation	.440*	.479*	1	.464*	.420*	.328*	.361*	.535*	.626*	.356*	.574*	.354*	.660**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95
X4	Pearson Correlation	.489*	.651*	.464*	1	.673*	.476*	.557*	.453*	.577*	.492*	.532*	.473*	.748**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95

X5	Pearson Correlation	.444*	.493*	.420*	.673*	1	.675*	.579*	.490*	.660*	.531*	.659*	.478*	.790**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95
X6	Pearson Correlation	.456*	.542*	.328*	.476*	.675*	1	.613*	.526*	.590*	.567*	.720*	.502*	.779**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95
X7	Pearson Correlation	.470*	.554*	.361*	.557*	.579*	.613*	1	.518*	.612*	.632*	.511*	.563*	.767**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95
X8	Pearson Correlation	.485*	.523*	.535*	.453*	.490*	.526*	.518*	1	.659*	.447*	.600*	.522*	.751**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95
X9	Pearson Correlation	.515*	.553*	.626*	.577*	.660*	.590*	.612*	.659*	1	.609*	.666*	.549*	.843**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95
X10	Pearson Correlation	.436*	.569*	.356*	.492*	.531*	.567*	.632*	.447*	.609*	1	.477*	.506*	.723**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95

	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	
X11	Pearson Correlation	.473*	.600*	.574*	.532*	.659*	.720*	.511*	.600*	.666*	.477*	1	.543*	.819**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95
X12	Pearson Correlation	.499*	.541*	.354*	.473*	.478*	.502*	.563*	.522*	.549*	.506*	.543*	1	.716**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95
TOTAL X	Pearson Correlation	.691*	.775*	.660*	.748*	.790*	.779*	.767*	.751*	.843*	.723*	.819*	.716*	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95

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

Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	TOTAL.Y
Y1	Pearson Correlation	1	.755**	.701**	.568**	.456**	.721**	.841**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	95	95	95	95	95	95	95
Y2	Pearson Correlation	.755**	1	.730**	.696**	.541**	.599**	.870**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	95	95	95	95	95	95	95
Y3	Pearson Correlation	.701**	.730**	1	.577**	.547**	.536**	.832**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	95	95	95	95	95	95	95
Y4	Pearson Correlation	.568**	.696**	.577**	1	.702**	.545**	.826**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	95	95	95	95	95	95	95
Y5	Pearson Correlation	.456**	.541**	.547**	.702**	1	.553**	.781**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	95	95	95	95	95	95	95
Y6	Pearson Correlation	.721**	.599**	.536**	.545**	.553**	1	.794**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	95	95	95	95	95	95	95
TOTAL.Y	Pearson Correlation	.841**	.870**	.832**	.826**	.781**	.794**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	95	95	95	95	95	95	95

Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	TOTAL.Y
Y1	Pearson Correlation	1	.755**	.701**	.568**	.456**	.721**	.841**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	95	95	95	95	95	95	95
Y2	Pearson Correlation	.755**	1	.730**	.696**	.541**	.599**	.870**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	95	95	95	95	95	95	95
Y3	Pearson Correlation	.701**	.730**	1	.577**	.547**	.536**	.832**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	95	95	95	95	95	95	95
Y4	Pearson Correlation	.568**	.696**	.577**	1	.702**	.545**	.826**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	95	95	95	95	95	95	95
Y5	Pearson Correlation	.456**	.541**	.547**	.702**	1	.553**	.781**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	95	95	95	95	95	95	95
Y6	Pearson Correlation	.721**	.599**	.536**	.545**	.553**	1	.794**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	95	95	95	95	95	95	95
TOTAL.Y	Pearson Correlation	.841**	.870**	.832**	.826**	.781**	.794**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	95	95	95	95	95	95	95

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

Uji Variabel Kalitas Layanan (X)

Variabel	Pernyataan	r hitung	R tabel	Keterangan
Kualitas Layanan (X)	1	0,691	0,202	VALID
	2	0,775	0,202	VALID
	3	0,660	0,202	VALID
	4	0,748	0,202	VALID
	5	0,790	0,202	VALID
	6	0,779	0,202	VALID
	7	0,767	0,202	VALID
	8	0,751	0,202	VALID
	9	0,843	0,202	VALID
	10	0,723	0,202	VALID
	11	0,819	0,202	VALID
	12	0,716	0,202	VALID

Uji Validitas Variabel Kepuasan Nasabah (Y)

Variabel	Pernyataan	r hitung	R tabel	Keterangan
Kepuasan Nasabah (Y)	1	0,841	0,202	VALID
	2	0,870	0,202	VALID
	3	0,832	0,202	VALID
	4	0,826	0,202	VALID
	5	0,781	0,202	VALID
	6	0,794	0,202	VALID

Uji Reliabilitas variabel Kualitas Layanan (X)**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.931	12

variabel produktivitas (Y)**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.903	6

Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		95
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.97819014
Most Extreme Differences	Absolute	.159
	Positive	.079
	Negative	-.159
Kolmogorov-Smirnov Z		1.548
Asymp. Sig. (2-tailed)		.017

a. Test distribution is Normal.

uji regresi linear sederhana

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.824	1.971		.418	.677
	Kualitas Layanan	.472	.038	.791	12.455	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Uji Korelasi *Pearson Product Moment*

Correlations

		Kualitas Layanan	Kepuasan Nasabah
Kualitas Layanan	Pearson Correlation	1	.791**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	95	95
Kepuasan Nasabah	Pearson Correlation	.791**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	95	95

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

Uji One Sampel T (Test)

One-Sample Test

	Test Value = 0					
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
KUALITAS LAYANAN	93.152	94	.000	51.695	50.59	52.80
KEPUASAN NASABAH	76.141	94	.000	25.242	24.58	25.90

Sumber: Data Olahan SPSS 26

Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.791 ^a	.625	.621	1.989

a. Predictors: (Constant), TOTAL.X

b. Dependent Variable: TOTAL.Y

Uji T (Persial)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.824	1.971		.418	.677
	Kualitas Layanan	.472	.038	.791	12.455	.000

Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Dokumentasi

Memberikan kuesioner ke nasabah di Bank BSI KCP Barru





Kuesioner penelitian melalui google formulir.



BIODATA PENULIS



SULFILA, Dilahirkan di Kota Parepare pada tanggal 14 Desember 1999. Alamat Jl. Reformasi, Kel. Kampung Baru, Kec. Bacukiki Barat, Kota Parepare. Anak dari Ibu bernama Matriany, dan Ayah bernama Akbar. Adapun riwayat Pendidikan penulis yaitu memulai Pendidikan pada Tahun 2006-2012 di SD Negeri 24 Kota Parepare. Tahun 2012-2015 di SMP Negeri 9 Parepare. Tahun 2015-2018 di SMK Negeri 1 Kota Parepare mengambil jurusan Akuntansi Keuangan. Dan kemudian penulis melanjutkan Pendidikan ke salah satu perguruan tinggi Negeri di Kota Parepare pada Tahun 2018 yaitu Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare dengan mengambil Program Sarjana (S1) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dengan Program Studi Perbankan Syariah. Penulis melaksanakan Kuliah Pengabdian Masyarakat (KPM) di Desa Buntu Batuan, Kec. Malua, Kab. Enrekang, Sulawesi Selatan dan melaksanakan Peraktik Pengalaman Lapangan (PPL) di BPR Pataru Laba Kota parepare. Penulis menyelesaikan Skripsi sebagai tugas akhir dengan judul : Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah BSI KCP Barru.