

**PENGARUH KEPERCAYAAN DAN KUALITAS LAYANAN
MOBILE BANKING TERHADAP KEPUASAN NASABAH
PADA BANK SYARIAH INDONESIA
KANTOR CABANG PEMBANTU
PONOROGO**

SKRIPSI



Oleh:

Anisa Indriani Sagitawati

NIM 402190017

**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO
2023**

ABSTRAK

Sagitawati, Anisa Indriani. Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Layanan *Mobile Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Ponorogo. *Skripsi*. 2023. Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Institut Agama Islam Negeri Ponorogo. Pembimbing: Dr. Shinta Maharani, M.Ak.

Kata Kunci: Kepercayaan, Kualitas Layanan *Mobile Banking*, Kepuasan Nasabah

Industri perbankan menyediakan fasilitas *mobile banking* guna mencapai kepuasan nasabah. Kepuasan nasabah terjadi jika kinerja telah memenuhi harapan, pelanggan akan merasa puas. Sebaliknya jika melebihi harapan, pelanggan akan merasa sangat puas. Penelitian ini dilakukan pada nasabah BSI KCP Ponorogo yang dilatar belakangi adanya perubahan perilaku dari nasabah yaitu kurangnya kepuasan nasabah mengenai kepercayaan dan Kualitas layanan dari *mobile banking* BSI. Permasalahan yang melatar belakangi penelitian ini diantaranya terdapat nasabah yang mengalami kegagalan bertransaksi namun saldo tetap berkurang dan pada saat mengakses *mobile banking* pada kerap kali terjadi *error*. *Mobile Banking* (BSI *Mobile*) menyediakan berbagai macam transaksi, salah satunya yaitu transfer antar bank maupun beda bank di dalam BSI *Mobile* juga menyediakan pembukaan rekening tabungan.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh kepercayaan dan kualitas layanan *mobile banking* terhadap kepuasan nasabah pada BSI KCP Ponorogo. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *purposive sampling*. Sampel yang diambil sebanyak 100 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner.

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan: Kepercayaan berpengaruh parsial terhadap kepuasan nasabah, dengan nilai Uji T signifikan yaitu $5,836 > 1,661$. Kualitas layanan *mobile banking* berpengaruh parsial terhadap penggunaan *mobile banking* dengan nilai Uji T yaitu $8,076 < 1,661$. Adapun hasil penelitian secara simultan variabel kepercayaan dan kualitas layanan *mobile banking* berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan nasabah Kepercayaan dan kualitas layanan *mobile banking* berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan nasabah dengan nilai Uji F signifikan yaitu $0,000 < 0,05$ koefisien determinasi (*R Square*) sebesar 46,7% dan sisanya 53,3% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak masuk dalam model.



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

Jl. Puspita Jaya desa Pintu Jenangan Ponorogo

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini menerangkan bahwa skripsi atas nama:

NO	NAMA	NIM	JURUSAN	JUDUL
1	Anisa Indriani Sagitawati	402190017	Perbankan Syariah	Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas <i>Mobile Banking</i> Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Ponorogo

Telah selesai melaksanakan bimbingan, dan selanjutnya disetujui untuk
diujikan pada ujian skripsi.

Mengetahui,

Ketua Jurusan Perbankan Syariah


Muhammad Amri, M.S.Ak.
NIP.198907102018011001

Ponorogo, 20 Maret 2023

Menyetujui,

Dosen Pembimbing



Dr. Shinta Maharani M.Ak.

NIP.197905252003122002



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

Jl. Puspita Jaya desa Pintu Jenangan Ponorogo

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Naskah skripsi berikut ini:

Judul : Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Layanan *Mobile Banking*
Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Syariah Indonesia Kantor
Cabang Pembantu Ponorogo

Nama : Anisa Indriani Sagitawati

NIM : 402190017

Jurusan : Perbankan Syariah

Telah diujikan dalam sidang *Ujian Skripsi* oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi
dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo dan dapat diterima sebagai salah satu syarat
memperoleh gelar sarjana dalam bidang Ekonomi.

Dewan Penguji

Ketua Sidang :

Ridho Rokamah, S.Ag.,MSI.

NIP. 197412111999032002

()

Penguji I :

Ruliq Suryaningsih, M.Pd.

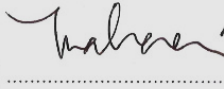
NIDN. 2020068801

()

Penguji II :

Dr. Shinta Maharani, M.Ak.

NIP. 197905252003122002

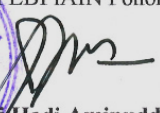
()

Ponorogo, 05 Mei 2023

Mengesahkan,

Dekan FEBI IAIN Ponorogo




Dr. H. Hafid Hadi Aminuddin, M.Ag.

NIP. 196308142000031005

SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Anisa Indriani Sagitawati
NIM : 402190017
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Perbankan Syariah
Judul Skripsi / Tesis : Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Layanan *Mobile Banking*
Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Syariah Indonesia
Kantor Cabang Pembantu Ponorogo

Menyatakan bahwa naskah skripsi telah diperiksa dan disahkan oleh dosen pembimbing. Selanjutnya saya bersedia naskah tersebut dipublikasikan oleh perpustakaan IAIN Ponorogo yang dapat diakses di **etheses.iainponorogo.ac.id**. Adapun isi dari keseluruhan tulisan tersebut, sepenuhnya menjadi tanggung jawab dari penulis.

Demikian pernyataan ini dibuat untuk dapat dipergunakan semestinya.

Ponorogo, 15 Mei 2023

Pembuat Pernyataan,



Anisa Indriani Sagitawati

NIM 402190017

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Anisa Indriani Sagitawati

NIM : 402190017

Jurusan : Perbankan Syariah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul:

PENGARUH KEPERCAYAAN DAN KUALITAS LAYANAN *MOBILE BANKING* TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA BANK SYARIAH INDONESIA KANTOR CABANG PEMBANTU PONOROGO

Secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali bagian tertentu yang dirujuk sumbernya.

Ponorogo, 05 Mei 2023

Pembuat Pernyataan,



Anisa Indriani Sagitawati

NIM 402190017

DAFTAR ISI

COVER	i
ABSTRAK	ii
LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iv
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	v
SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
DAFTAR ISI.....	vii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian	9
E. Sistematika Pembahasan	10
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Landasan Teori	13
B. Studi Penelitian Terdahulu	27
C. Kerangka Berpikir	38
D. Hipotesis	40
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Rancangan Penelitian	43
B. Variabel Penelitian Dan Definisi Operasional	44
C. Lokasi Penelitian	50
D. Populasi Dan Sampel	50
E. Jenis Dan Sumber Data	53
F. Metode Pengumpulan Data	53
G. Validitas Dan Reabilitas Instrumen	54
H. Teknik Pengolahan Dan Analisis Data	55

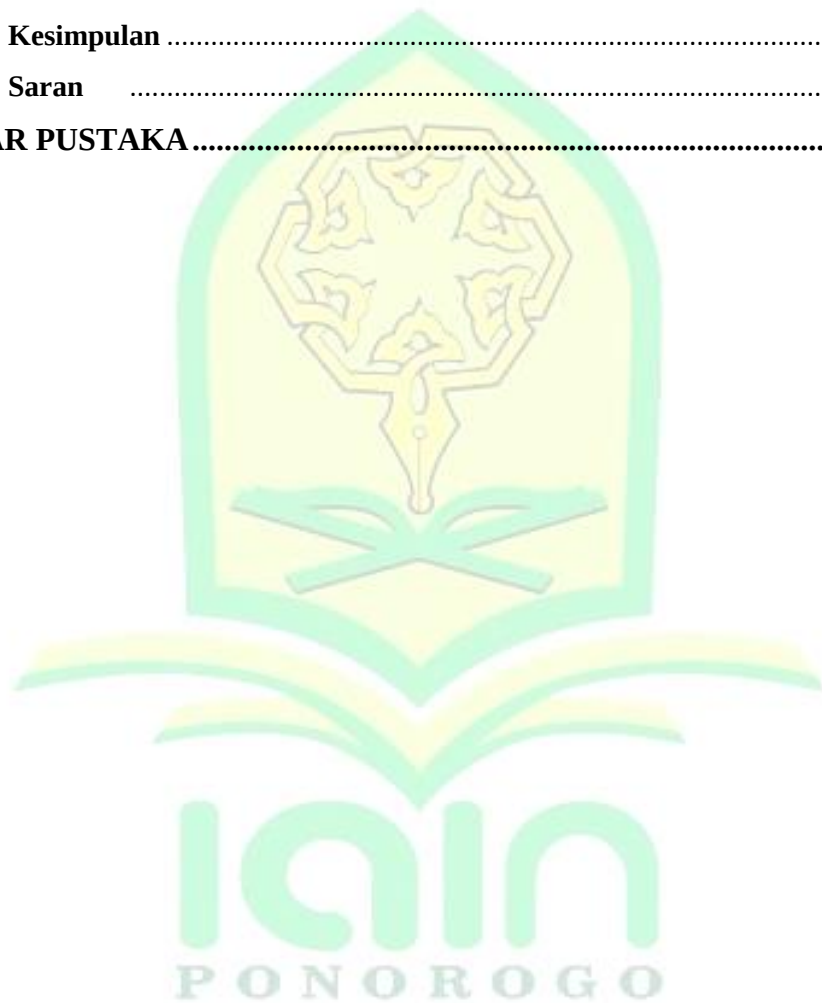
BAB IV PEMBAHASAN DAN ANALISA DATA

A. Gambaran Umum Obyek Penelitian	68
B. Hasil Pengujian Instrumen	76
C. Hasil Pengujian Deskriptif	79
D. Hasil Pengujian Hipotesis	83
E. Pembahasan	95

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	103
B. Saran	104

DAFTAR PUSTAKA	105
-----------------------------	------------



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bank syariah merupakan lembaga keuangan terpenting dan utama dalam keuangan industri syariah. Lembaga keuangan yang kegiatan utamanya adalah menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkannya kembali dana tersebut ke masyarakat serta memberikan jasa bank lainnya. Jadi, perbankan merupakan satu lembaga yang melaksanakan tiga kegiatan utama, yaitu menghimpun dana, menyalurkan dana, dan memberikan jasa lainnya.¹

Industri perbankan menyediakan fasilitas *mobile banking* guna mencapai kepuasan nasabah. Menurut Freddy Rangkuti, kepuasan adalah suatu tanggapan emosional yang dirasakan oleh nasabah pada saat mereka menikmati pengalaman menggunakan produk/jasa.² Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, kepuasan nasabah adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka.³ Jika kepuasan nasabah tercapai maka akan timbul loyalitas dari nasabah.

¹ Vivi Lutfiatin dan Luthfi Hadi Aminuddin, "Strategi Customer Service Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Kidul wonosari Dalam Meningkatkan Pelayanan Prima terhadap Prinsip Syariah" *Asy-Syarikah Jurnal Lembaga Keuangan, Ekonomi dan Bisnis Islam*, Vol. 4, No. 2, (2022), 132.

² Freddy Rangkuti, *Customer Service Satisfaction & Call Center Berdasarkan Iso 9001* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2013), 7.

³ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 2009),

Kepuasan nasabah merupakan hal yang penting bagi perusahaan, nasabah yang merasa puas akan suatu produk dari suatu merek, maka nasabah akan terus menerus membeli dan menggunakannya.⁴

Kepuasan nasabah terjadi jika kinerja tersebut berada dibawah tangan, maka pelanggan tersebut merasa dikecewakan, jika memenuhi harapan, pelanggan tersebut akan merasa puas dan jika melebihi harapan, pelanggan akan merasa sangat puas. Harapan pelanggan dapat dibentuk oleh pengalaman masa lampau, komentar dari kerabatnya serta janji dan informasi pemasar dan saingannya. Pelanggan yang puas akan setia lebih lama, kurang sensitif terhadap harga dan memberi komentar yang baik tentang perusahaan.⁵ Setelah menggunakan produk, nasabah akan merasakan kepuasan atau kekecewaan.

Kepuasan akan mendorong nasabah untuk menggunakan ulang produk. Sebaliknya, jika kecewa nasabah tidak akan menggunakan produk yang sama lagi di kemudian hari.⁶ Secara umum, kepuasan nasabah dapat diartikan sebagai adanya kesamaan antara kinerja produk dan pelayanan yang diterima dengan kinerja produk dan pelayanan yang diharapkan nasabah.⁷ Kepuasan nasabah ditentukan oleh kepercayaan dan kualitas

⁴ Ni Made Arie Sulistyawati dan Ni Ketut Seminari, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Indus Ubud Gianyar," *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 4, No. 8, (2015), 320.

⁵ John C. Mowen, Michael Minor, *Perilaku Konsumen*, (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2002), 89

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

⁷ Ibid., 182.

layanan *mobile banking*. Sehingga jaminan kepercayaan dan kualitas layanan dari *mobile banking* menjadi reputasi utama bagi suatu perusahaan. Selanjutnya, Fandy Tjiptono dan Chandra menyebutkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah, meliputi kualitas produk, kualitas layanan, emosional, harga, dan kemudahan.⁸ Selain faktor-faktor diatas juga terdapat indikator yang dijadikan sebuah pengukuran kepuasan nasabah diantaranya ialah kepuasan pelanggan keseluruhan, konfirmasi harapan, minat, kesediaan merekomendasikan, ketidakpuasan nasabah.⁹

Faktor kepercayaan merupakan faktor penting, karena tanpa kepercayaan maka masyarakat tidak akan menyimpan dananya di bank. Untuk itu bank harus mampu menjaga kepercayaan dari masyarakat bahwa dana yang disimpan aman. Kepercayaan terbentuk dari pengalaman masa lalu dan interaksi sebelumnya. Adapun indikator dari kepercayaan adalah pemenuhan kepuasan nasabah, pelayanan, kebutuhan transaksi, dan ketersediaan memberikan informasi pribadi.¹⁰

Faktor lainnya yang mempengaruhi kepuasan nasabah adalah kualitas layanan *mobile banking*. Adapun indikator yang dijadikan sebagai pengukuran kualitas layanan *mobile banking* diantaranya efisiensi, pemenuhan janji, kesediaan sistem beroperasi, privasi, jaminan atau

⁸ Fandy Tjiptono dan Chandra, *Service, Quality, dan Satisfaction, Edisi Ke-4*. (Yogyakarta: Andi, 2015), 231

⁹ Fandy Tjiptono, *Perspektif Manajemen dan Pemasaran Kontemporer* (Yogyakarta: Andi, 2000), 101.

¹⁰ Jogiyanto, "Sistem informasi keperilakuan. Edisi revisi", (Yogyakarta: Andi Offset, 2007), hlm 111.

kepercayaan, dan tampilan situs.¹¹ Seiring kemajuan zaman, perkembangan teknologi membawa dampak bagi kehidupan dan menyebabkan kebutuhan dari manusia terhadap sumber informasi semakin kompleks. Hal ini dapat menyebabkan banyak dari perusahaan maupun dari instansi seperti Bank Syariah Indonesia juga harus turut memperhatikan. Perkembangan teknologi yang dimanfaatkan oleh Bank Syariah Indonesia adalah dengan menawarkan kemudahan untuk nasabah melalui layanan *mobile banking*.

Kemajuan teknologi saat ini sangatlah pesat, di mana pada setiap kegiatan selalu mengedepankan kemudahan dan kecepatan pada bidang teknologi. Berdasarkan data statistika, Indonesia masuk dalam lima besar Negara terbanyak dalam proporsi penggunaan internet di wilayah dunia.¹² Menurut Djatmiko, penerapan layanan perbankan elektronik (*e-banking*) atau *e-channel* yang berkualitas merupakan salah satu kunci keberhasilan perusahaan perbankan untuk menghimpun dana dari nasabah.¹³ Penerapan sistem layanan *e-channel* memberikan berbagai keuntungan bagi perusahaan yaitu lebih efisiensi biaya dan waktu, serta mampu menciptakan diferensiasi dan sanggup membangun segmen pasar dengan biaya yang murah. Apalagi bagi bidang industri perbankan, yang selalu

¹¹ Tatik Suryani, *Manajemen Strategik Bank di Era Global: Menciptakan Nilai Unggul untuk Kepuasan Nasabah* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2017), 165.

¹² Dwi Hadya Jayani, "Indonesia peringkat kelima dunia dalam jumlah pengguna internet," dalam <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/09/11/indonesia-peringkat-kelima-dunia-dalam-jumlah-pengguna-internet>, (diakses pada tanggal 16 November 2022, jam 22.34).

¹³ Djatmiko yang dikutip oleh Mike Suharini 2008. "Persepsi Nasabah Terhadap Penerapan Sistem Layanan Produk dan Jasa E-Banking". *Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi*, Vol.15, No.3, 168.

mengedepankan kualitas pelayanan jasa sebagai daya tarik bagi para nasabah atau pelanggan.¹⁴

Mobile Banking atau yang lebih dikenal dengan sebutan *m-Banking* merupakan sebuah fasilitas atau layanan perbankan menggunakan alat komunikasi bergerak seperti *handphone*, dengan penyediaan fasilitas untuk bertransaksi perbankan melalui aplikasi (unggulan) pada *handphone*.¹⁵ BSI *Mobile* adalah aplikasi *mobile banking* yang dimiliki oleh Bank Syariah Indonesia. BSI *Mobile* menyediakan layanan transaksi, ibadah dan sharing melalui berbagai fitur di dalam satu aplikasi secara langsung tanpa harus datang ke bank serta dapat diakses dalam *smartphone* selama 24 jam.

Kontribusi transaksi BSI *Mobile* mengalami peningkatan setiap tahunnya. Tercatat pertumbuhan transaksi *mobile banking* 97,4% secara tahunan pada periode Juli 2021 atau sebanyak 46,4 juta transaksi. Hal tersebut diungkapkan oleh Direktur Utama BSI Hery Gunardi. Beliau juga mengungkapkan bahwa peningkatan transaksi ini didorong oleh hadirnya kebiasaan baru masyarakat Indonesia yaitu aktivitas transaksi keuangan nasabah dalam berbelanja di *e-commerce*.¹⁶

Mobile banking yang merupakan suatu layanan perbankan yang diberikan pihak bank untuk mendukung kelancaran dan kemudahan

¹⁴ Ibid, 168.

¹⁵ Budi Agus Riswandi, *Aspek Hukum Internet Banking*, (Yogyakarta: Persada, 2005), 83.

¹⁶ Fajar Widhiyanto, "Transaksi *Mobile Banking* BSI Naik 97,4%," dalam <https://investor.id/finance/260397/transaksi-mobile-banking-bsi-naik-974>, (diakses pada tanggal 14 November 2022, Jam 20.55).

kegiatan perbankan, serta keefektifan dan keefesienan nasabah dalam melakukan berbagai transaksi. *Mobile banking* tidak akan berjalan apabila tidak didukung oleh suatu alat sebagai wadah media *mobile banking*. Media komunikasi yang digunakan adalah ponsel pintar. Dengan fasilitas ini semua orang yang memiliki ponsel pintar dapat bertransaksi dimana saja dan kapan saja. Pada akhirnya bank beramai-ramai menyediakan fasilitas *mobile banking* demi mendapatkan kepuasan dan peningkatan jumlah nasabah.¹⁷

Sebagai bagian dari sektor perbankan syariah, BSI KCP Ponorogo harus terus meningkatkan kepercayaan dan kualitas layanan *mobile banking*, karena kepuasan nasabah dipengaruhi oleh kepercayaan dan kualitas layanan *mobile banking*. Hal ini didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Herdiyansah dengan judul Analisis Kepuasan Nasabah Terhadap Kualitas *Mobile Banking* (Studi Kasus Pada Bank BNI Syariah Cabang Mataram) pada tahun 2021, yang hasil penelitiannya mengatakan bahwa kualitas pelayanan *mobile banking* pada bank BNI Syariah Cabang Mataram sangat memuaskan.¹⁸ Kemudian penelitian Melfi Adelia dengan judul Pengaruh Layanan *M-Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Bank BNI Syariah KCP Rajabasa) pada tahun 2020, yang hasil penelitiannya mengatakan bahwa layanan *M-Banking* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Dengan demikian jika semakin

¹⁷ Irwan Tirtana dan Shinta Permata Sari, *Analisis Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan dan kepercayaan Terhadap Penggunaan Mobile Banking*, 2014, 671.

¹⁸ Herdiyansyah, "Analisis Kepuasan Nasabah Terhadap Kualitas *Mobile Banking* (Studi Kasus Pada Bank BNI Syariah Cabang Mataram)," *Skripsi* (Mataram: UIN Mataram, 2021), 86.

tinggi kualitas layanan *m-banking* maka semakin meningkat kepuasan nasabah pada bank BNI Syariah KCP Rajabasa.¹⁹

Hasil wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti dengan nasabah pengguna *mobile banking* BSI Syariah KCP Ponorogo yang bernama Asnafi Hildan Syah berusia 25 tahun mengatakan bahwa kualitas layanan *mobile banking* masih tergolong rendah dikarenakan pada saat diakses kerap kali *error* saat aplikasi tersebut sedang dibutuhkan, contohnya saat sedang melakukan transfer pada saat malam hari terdapat pesan atau *notifikasi* “permintaan tidak dapat diproses” dan pada saat akan membayar menggunakan QRIS juga gagal. Akibat kendala ini maka tidak bisa melakukan transaksi maupun Scan QRIS dari aplikasi BSI *mobile*. Ia mengaku bahwa akan jauh lebih aman jika melakukan transaksi menggunakan mesin ATM.²⁰

Sedangkan, hasil wawancara dengan nasabah pengguna *mobile banking* BSI KCP Ponorogo yang bernama Alfina berusia 27 tahun mengatakan bahwa kepercayaan dan kualitas layanan *mobile banking* masih rendah dikarenakan ia mengalami kegagalan saat bertransaksi. Dimana saat melakukan transaksi sering gagal namun saldo tetap berkurang. Walaupun uang tersebut akan dikembalikan, akan tetapi dalam jangka waktu yang cukup lama. Akibatnya dalam keadaan darurat saudara Alfina tidak bisa

¹⁹ Melfi Adelia. “Pengaruh Layanan *M-Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Bank BNI Syariah KCP Rajabasa),” *Skripsi* (Metro: IAIN Metro, 2020), 60.

²⁰ Ibid, *Wawancara*, 17 November 2022.

melakukan transaksi karena saldo di dalamnya sudah habis sebab transaksi gagal sebelumnya. Menurut saudari Alfina akan jauh lebih aman jika melakukan transaksi datang ke bank langsung.²¹

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka peneliti tertarik untuk mengkaji penelitian dengan judul **“Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Layanan *Mobile Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah Di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Ponorogo”**. Peneliti memilih tempat penelitian di BSI KCP Ponorogo dikarenakan salah satu bank syariah yang sudah membuka layanan *mobile banking* untuk nasabahnya selain itu juga lokasi BSI KCP Ponorogo ini sangat strategis.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah kepercayaan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Ponorogo?
2. Apakah kualitas layanan *mobile banking* berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Ponorogo?

²¹ Alfina, Wawancara, 19 November 2022

3. Apakah kepercayaan dan kualitas layanan *mobile banking* berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Ponorogo?

C. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah yang telah diuraikan sebelumnya, tujuan yang ingin di capai dalam penelitian ini yaitu:

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh kepercayaan secara parsial terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Ponorogo.
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh kualitas layanan *mobile banking* secara parsial terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Ponorogo.
3. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh kepercayaan dan kualitas layanan *mobile banking* secara simultan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Ponorogo.

D. Manfaat Penelitian

Dengan tercapainya tujuan penelitian, manfaat yang diharapkan dari hasil penelitian ini adalah:

1. Manfaat Teoritis

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan mengembangkan ilmu dibidang perbankan syariah, sekaligus menambah literatur kepustakaan, khususnya untuk jenis penelitian kuantitatif berkaitan dengan pengaruh kepercayaan dan

kualitas layanan mobile terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Indonesia.

2. Manfaat Praktisi

a. Bagi Bank Syariah

Penelitian ini diharapkan dapat menjadikan masukan bagi Bank Syariah dalam mengembangkan teknologi di Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo sehingga membangun kepuasan nasabah dalam menggunakan *mobile banking*.

b. Bagi Nasabah

Penelitian ini diharapkan dapat membagikan informasi baru kepada nasabah tentang kepercayaan dan kualitas layanan *mobile banking* terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo.

E. Sistematika Pembahasan

Untuk dapat mengetahui isi penelitian ini, maka sistematika penulisan ini disusun sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini membahas tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika pembahasan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini memuat teori yang relevan yang memuat pengertian, faktor dan indikator mengenai

kepercayaan, kualitas layanan *mobile banking*, serta kepuasan nasabah yang nantinya akan membantu menganalisa hasil penelitian, studi penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, dan hipotesis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini membahas tentang rancangan penelitian, variabel penelitian dan definisi operasional, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, validitas dan reliabilitas, teknik pengolahan dan analisis data.

BAB IV : PEMBAHASAN DAN ANALISIS DATA

Bab ini berisikan tentang hasil dan pembahasan tentang hasil pengujian deskripsi, hasil pengujian asumsi klasik, hasil pengujian hipotesis melalui uji t, uji F dan uji koefisien determinasi, uji regresi linier berganda, analisis jalur dan uji sobel serta pembahasan.

BAB V : PENUTUP

Bab ini memaparkan tentang kesimpulan berdasarkan penelitian yang telah dilakukan

yang disesuaikan dengan rumusan masalah dan tujuan penelitian yang disajikan secara singkat dan jelas. Serta saran yang diberikan oleh peneliti kepada pihak-pihak yang bersangkutan dari hasil analisis data yang berkaitan dengan penelitian.



BAB II

LANDASAN TEORI

A. Landasan Teori

1. Kepuasan Nasabah

a. Pengertian Kepuasan Nasabah

Kepuasan nasabah berjalan berbarengan dengan ketidakpuasan. Artinya, respon nasabah terhadap evaluasi dan ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya dengan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya. Jadi kepuasan adalah suatu tanggapan emosional yang dirasakan oleh nasabah pada saat mereka menikmati pengalaman menggunakan produk/jasa.¹ Kepuasan nasabah adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka.²

Setelah menggunakan produk, nasabah akan merasakan kepuasan atau kekecewaan. Kepuasan akan mendorong nasabah untuk menggunakan ulang produk. Sebaliknya, jika kecewa nasabah tidak akan menggunakan produk yang sama lagi di kemudian hari. Kepuasan nasabah merupakan evaluasi purnabeli di mana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau

¹ Freddy Rangkuti, *Customer Service Satisfaction & Call Center Berdasarkan Iso 9001*, 7.

² Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, 144.

melampaui harapan konsumen. Kekecewaan timbul apabila kinerja yang aktual tidak memenuhi harapan nasabah.³ Secara umum, kepuasan nasabah dapat diartikan sebagai adanya kesamaan antara kinerja produk dan pelayanan yang diterima dengan kinerja produk dan pelayanan yang diharapkan nasabah.⁴

b. Faktor-faktor Kepuasan Nasabah

Kepuasan nasabah dipengaruhi oleh berbagai faktor, yaitu:⁵

- 1) Kualitas produk. kualitas produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan, dan dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar bersangkutan. Dan jika dari perspektif konsumen, produk adalah segala sesuatu yang diterima konsumen dari sebuah pertukaran dengan pemasar.
- 2) Kualitas Layanan, konsumen secara langsung ataupun tidak langsung memberikan penilaian terhadap jasa yang dibeli atau pernah dikonsumsi oleh konsumen tersebut. Evaluasi dilakukan berdasarkan penilaian keseluruhan antara apa yang diterima dan dialami dibandingkan dengan yang diharapkan.
- 3) Emosional, faktor emosional adalah faktor penting yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Pelanggan akan merasa

³ Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis disertai Himpunan Jurnal Penelitian*, 181.

⁴ Ibid., 182.

⁵ Fandy Tjiptono dan Chandra, *Service, Quality, dan Satisfaction*, Edisi Ke-4, 231.

bangga dan mendapatkan kepercayaan bila menggunakan suatu produk yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang tinggi, maka secara emosional konsumen akan segera melakukan respon bahwa ia percaya dengan produk tersebut.

- 4) Harga, harga memainkan peran strategik dalam pemasaran. Bila harga terlalu mahal, maka produk bersangkutan bakal tidak terjangkau oleh pasar sasaran tertentu atau bahkan *customer value* menjadi rendah. Sebaliknya, jika harga terlampau murah, perusahaan sulit mendapatkan laba atau sebagian konsumen mempersepsikan kualitasnya buruk.
- 5) Kemudahan, Kemudahan penggunaan produk mengacu pada jumlah kesukaran yang terjadi ketika menggunakan produk. Konsumen akan semakin puas apabila relatif mudah, nyaman, dan efisien dalam mendapatkan produk atau pelayanan.

c. Manfaat Kepuasan Nasabah

Kepuasan nasabah yang diberikan bank akan berimbas sangat luas bagi peningkatan keuntungan bank. Atau dengan kata lain, apabila nasabah puas terhadap pembelian jasa bank, maka nasabah tersebut akan:⁶

- 1) Loyal pada bank, artinya kemungkinan kecil nasabah akan pindah ke bank yang lain dan akan tetap setia menjadi nasabah yang bersangkutan.

⁶ Kasmir, *Manajemen Perbankan* (Jakarta: Rajawali Pers, 2012), 264.

- 2) Mengulang kembali pembelian produknya, artinya kepuasan terhadap pembelian jasa bank akan menyebabkan nasabah membeli kembali terhadap jasa yang ditawarkan secara berulang-ulang.
- 3) Membeli lagi produk lain dalam bank yang sama, dalam hal ini nasabah akan memperluas pembelian jenis jasa yang ditawarkan sehingga pembelian nasabah menjadi makin beragam dalam satu bank.
- 4) Memberikan promosi gratis dari mulut ke mulut. Hal inilah yang menjadi keinginan bank karena pembicaraan tentang kualitas pelayanan bank ke nasabah lain akan menjadi bukti terhadap kualitas jasa yang ditawarkan.

d. Pengukuran Kepuasan Nasabah

Dikutip dari buku *Total Quality Management* ada beberapa metode yang dapat digunakan untuk mengukur kepuasan konsumen, yaitu:⁷

1) Sistem keluhan dan saran

Organisasi yang berpusat pelanggan (*Costumer Centered*) memberikan kesempatan kepada pelanggannya untuk menyampaikan saran dan keluhan. Informasi ini dapat memberikan ide-ide cemerlang bagi perusahaan dan

⁷ Fandy Tjiptono, *Total Quality Manajemen* (Yogyakarta: Andi, 2003), 104.

memungkinkannya untuk bereaksi secara tanggap dan cepat untuk mengatasi masalah-masalah yang timbul.

2) *Ghost Shopping*

Salah satu cara untuk memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah dengan memperkerjakan beberapa orang untuk berperan atau bersikap sebagai pembeli potensial, kemudian melaporkan temuan-temuannya mengenai kekuatan dan kelemahan produk perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam pembelian produk-produk tersebut. Selain itu *ghost shopping* dapat mengamati cara penanganan setiap keluhan.

3) *Lost customer analysis*

Perusahaan menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli atau yang telah pindah pemasok agar dapat memahami mengapa hal itu terjadi. Pemantauan *customer loss rate* (tingkat pelanggan yang hilang) juga penting, peningkatan *customer loss rate* menunjukkan kegagalan perusahaan dalam memuaskan pelanggannya.⁸

4) Survei kepuasan pelanggan

Umumnya penelitian mengenai kepuasan pelanggan dilakukan dengan penelitian survey, baik melalui pos, telepon, maupun wawancara langsung. Perusahaan akan

⁸ Ibid, 104.

memperoleh tanggapan dan umpan balik secara langsung dan juga memberikan tanda (*signal*) positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap para pelanggannya.

e. Indikator Kepuasan Nasabah

Kepuasan nasabah memiliki beberapa indikator:⁹

- 1) Kepuasan pelanggan keseluruhan (*overall customer satisfaction*). Cara yang paling sederhana untuk mengukur kepuasan nasabah adalah langsung menanyakan kepada nasabah seberapa puas mereka dengan produk atau jasa spesifik tertentu. Biasanya, ada dua bagian dalam proses pengukurannya. Pertama, mengukur tingkat kepuasan nasabah terhadap produk atau jasa perusahaan bersangkutan. Kedua, menilai dan membandingkannya dengan tingkat kepuasan nasabah keseluruhan terhadap produk atau jasa para pesaing.
- 2) Konfirmasi harapan (*confirmation of expectation*). Dalam konsep ini, kepuasan tidak diukur langsung, namun disimpulkan berdasarkan kesesuaian/ ketidaksesuaian antara harapan nasabah dengan kinerja aktual produk perusahaan.
- 3) Minat. Kepuasan nasabah diukur secara *behavioral* dengan jalan menanyakan apakah nasabah akan berbelanja atau menggunakan jasa perusahaan lagi.

⁹ Fandy Tjiptono, *Perspektif Manajemen dan Pemasaran Kontemporer* (Yogyakarta: Andi, 2000), 101.

4) Kesiediaan merekomendasikan (*willingnes to recommend*).

Kesiediaan nasabah untuk merekomendasikan produk kepada teman atau keluarganya menjadi ukuran yang penting untuk dianalisis dan ditindaklanjuti.

5) Ketidakpuasan nasabah (*customer dissatisfaction*). Beberapa macam aspek yang sering ditelaah guna mengetahui ketidakpuasan nasabah.

2. Kepercayaan

a. Pengertian Kepercayaan

Kepercayaan adalah sebuah harapan yang dipegang oleh seorang individu atau sebuah kelompok ketika perkataan, janji, pernyataan lisan atau tulisan dari seorang individu atau kelompok lainnya dapat diwujudkan.¹⁰ Kepercayaan merupakan suatu hal yang sangat penting bagi sebuah komitmen atau janji, dan komitmen hanya dapat direalisasikan jika suatu saat berarti. Ketika satu pihak mempunyai keyakinan (*confidence*) bahwa pihak lain yang terlibat dalam pertukaran mempunyai reliabilitas dan integritas, maka dapat dikatakan ada *trust*.¹¹

Kepercayaan adalah yakin terhadap orang lain dengan harapan orang lain tidak akan berperilaku oportunitis. Ini merupakan keyakinan bahwa pihak lain akan berperilaku sesuai

¹⁰ Doni Juni Priansa, *Perilaku Konsumen* (Bandung, Alfabeta: 2017), 115.

¹¹ Darsono, L.I. dan Dharmmesta, B.S., "Kontribusi Involvement dan Thrust in Brand dalam Membangun Loyalitas Pelanggan", *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, No 3, Vol 20, (2005): 27.

etika sosial dan terdapat keyakinan bahwa pihak yang dipercaya akan memenuhi komitmen. Dalam dunia bisnis, kepercayaan antara perusahaan membantu dalam menentukan indikator-indikator yang berkaitan dengan kinerja seperti jangkauan pertukaran informasi dan penyelesaian masalah bersama. Adanya kepercayaan akan menciptakan rasa aman dan mengurangi persepsi konsumen akan risiko negatif.¹²

Kepercayaan nasabah adalah pengetahuan nasabah mengenai objek, atributnya, dan manfaatnya. Berdasarkan konsep tersebut, maka pengetahuan nasabah sangat terkait dengan pembahasan sikap karena pengetahuan nasabah adalah kepercayaan nasabah. Kepercayaan nasabah atau pengetahuan nasabah menyangkut kepercayaan bahwa suatu produk memiliki berbagai atribut, dan manfaat dari berbagai atribut tersebut.¹³ Kepercayaan nasabah berhubungan erat dengan kepuasan nasabah terhadap produk, jasa dan layanan yang digunakan oleh nasabah. Sehingga kepuasan itu akan muncul jika hasil dari produk yang digunakan oleh nasabah ialah memuaskan.¹⁴

¹² Aldhisa Amanda Sebayang, "Pengaruh Risiko, Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Penggunaan Layanan Mobile Banking," *Skripsi* (Lampung: Universitas Lampung Bandar Lampung, 2017), 15.

¹³ Ujang Sumarwan, *Prilaku Konsumen: Teori Penerapannya dalam Pemasaran*, (Bogor: Graha Indonesia, 2011), 165-166.

¹⁴ Kevin Putra Mahendra dan Ratih Indriyani, "Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan CV. Mitra Perkasa Utomo, *Anggora*, Vol. 7, No. 1, 2018, 2

Kepercayaan akan meningkat bila informasi yang diterima dinilai akurat, relevan, dan lengkap, Tingkat kepercayaan juga dipengaruhi oleh pengalaman di masa lalu, pengalaman positif yang konsisten di masa lalu dengan suatu pihak akan meningkatkan rasa saling percaya sehingga akan menumbuhkan harapan akan hubungan yang baik di masa yang akan datang, ada lima tindakan yang menunjukkan suatu kepercayaan: menjaga hubungan, menerima pengaruh, terbuka dalam komunikasi, mengurangi pengawasan, dan kesabaran akan faham.¹⁵

b. Indikator Kepercayaan

Menurut Doni Juni Priansa, indikator kepercayaan adalah sebagai berikut:¹⁶

1) Pemenuhan kepuasan nasabah

Ukuran yang menentukan seberapa baik produk atau layanan untuk memenuhi harapan nasabah. Hal ini menjadi salah satu indikator yang paling penting terkait kepercayaan nasabah.

2) Pelayanan

Setiap kegiatan yang diperuntukkan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan, melalui

¹⁵ Soetomo, *Ilmu Sosiatri: Lahir dan Berkembang dalam Keluarga Besar Ilmu Sosial, Sosiatri, Ilmu, dan Metode* (Yogyakarta: Aditya Media, 2002), 45.

¹⁶ Jogiyanto, "Sistem informasi keperilaku. Edisi revisi", (Yogyakarta: Andi Offset, 2007), hlm 111.

pelayanan ini keinginan dan kebutuhan pelanggan dapat terpenuhi.

3) Kebutuhan transaksi

Suatu bentuk kesepakatan yang menguntungkan terjadi antara masyarakat dengan suatu perusahaan untuk memenuhi segala kebutuhan hidup sehari-hari, khususnya dalam urusan yang berkaitan dengan perdagangan, perniagaan dan simpan meminjam.¹⁷

4) Ketersediaan memberikan informasi pribadi

Memberikan informasi pribadi sama artinya dengan menjaga rahasia pelanggan. Oleh karena itu, para karyawan harus mampu menjaga rahasia pelanggan terhadap siapapun. Rahasia perusahaan merupakan ukuran kepercayaan pelanggan kepada perusahaan.

3. Kualitas *Mobile Banking*

a. Pengertian Kualitas *Mobile Banking*

Secara umum kualitas merupakan salah satu cara bagi perusahaan untuk menguasai pasar. Sedangkan bagi masyarakat kualitas adalah alat ukur sekaligus cara seseorang dalam mencapai kepuasan. Kualitas didefinisikan sebagai totalitas dari karakteristik suatu produk (yang menunjang kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dispesifikasikan atau

¹⁷ Ibid, 111.

ditetapkan. Kualitas di pengaruhi oleh 2 (Dua) Faktor yaitu *expected service* dan *Pereived service*.¹⁸

Layanan elektronik (*electronic service*) adalah istilah yang sangat generik, biasanya mengacu pada penyediaan layanan melalui internet, sehingga layanan elektronik bisa juga termasuk perdagangan internet, mungkin juga termasuk layanan nonkomersial (*online*), yang biasanya disediakan oleh pemerintah.¹⁹ Penggunaan peralatan elektronik dalam penyelenggaraan pelayanan memberikan dampak yang sangat luar biasa, karena dengan bantuan peralatan elektronik, pelayanan dapat dilakukan dengan cara yang jauh lebih cepat, lebih efisien, dan lebih akurat. Dengan demikian *customers* akan sangat puas. *Electronic service* ini sudah lama diimplementasikan dalam pelayanan perbankan dengan adanya pelayanan *SMS banking*, *internet banking*, dan *mobile banking*.²⁰

Kualitas layanan elektronik bukannya dilihat dari sudut pandang penyedia jasa, akan tetapi dari pandangan para nasabah, sebab nasabahlah yang menggunakan atau merasakan jasa tersebut. Sehingga nasabahlah yang seharusnya menilai dan menentukan. Jika kualitas layanan elektronik yang dirasakan oleh pelanggan

¹⁸ Hardiansyah, *Kualitas Pealayanan Publik*, (Yogyakarta: gava Media, 2011), 49.

¹⁹ Ratminto, Fidya Shabrina, Rima Ranintya Yusuf, Lutfi Untung Angga Laksana, Sri Wahyuni, Susi Apriyanti, *Pelayanan Prima: Pedoman Penerapan Momen Kritis Pelayanan dari A sampai Z* (Yogyakarta: UGM Press, 2018), 62.

²⁰ Ibid., 61.

sesuai dengan yang mereka harapkan, maka pelayanan tersebut akan dianggap baik dan memuaskan nasabah. Jika kualitas layanan elektronik yang diberikan pihak penyedia jasa terhadap nasabah telah melampaui harapannya, maka nasabah akan menganggap kualitas layanan elektronik sebagai kualitas yang ideal. Sebaliknya, jika kualitas layanan elektronik yang dirasakan oleh nasabah tidak sesuai atau dibawah harapannya, maka kualitas layanan elektronik akan dianggap kurang baik atau tidak memuaskan.²¹

Mobile Banking adalah layanan perbankan yang dapat di akses langsung melalui jaringan telepon seluler/*handphone* GSM (*Global for Mobile Communication*) atau CDMA dengan menggunakan layanan data yang telah di sediakan oleh operator telepon seluler misal XL, Indosat, dan operator telepon lainnya.²² Dengan adanya layanan *mobile banking* diharapkan dapat memberikan kemudahan dan manfaat bagi para nasabah dalam melakukan akses ke bank tanpa harus datang langsung ke bank.²³

Jenis-jenis layanan perbankan syariah yang terdapat pada *mobile banking* relatif sama dengan *internet banking*, yaitu:²⁴

- 1) Transfer dana antar rekening atau ke bank lain

²¹ Rahman Mulyawan, *Birokrasi dan Pelayanan Publik*, (Sumedang: UNPAD PRESS, 2016), 47-48

²² Muryanto Supriyono, *Buku Pintar Perbankan*, (Yogyakarta: C.V Andi Offset, 2011), 67.

²³ Hanif Astika Kurniawati, Wahyu Agus Winarno1 dan Alfi Arif, "Analisis Minat Penggunaan *Mobile Banking* Dengan Pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM) Yang Telah Dimodifikasi", *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Akutansi*, Vol.IV, Nomor 1, Oktober 2017, 24.

²⁴ Muammar Arafat Yusmad, *Aspek Hukum Perbankan Syariah dari Teori ke Praktik* (Yogyakarta: Deepublish, 2018), 78.

- 2) Informasi saldo dan mutasi rekening
- 3) Pembayaran tagihan kartu kredit, angsuran, asuransi, rekening listrik, air, telepon, TV kabel, zakat, dan lain-lain
- 4) Pembelian tiket transportasi, token listrik, pulsa HP, kuota data, dan lain-lain
- 5) Layanan lainnya seperti informasi notifikasi rekening dan kurs valuta asing.

Jenis-jenis transaksi dalam *mobile banking* diantaranya:²⁵

- 1) Transaksi non-finansial
 - a) Informasi saldo
 - b) Informasi mutasi 3 transaksi terakhir
 - c) Ganti pin
 - d) Cek *history* transaksi (*inbox* aplikasi)
 - e) Daftar transaksi favorit
- 2) Transaksi Finansial
 - a) Transfer sesama rekening BSISyaiah
 - b) Transfer antar bank
 - c) Pembayaran tagihan PLN
 - d) Pembayaran PLN non tagihan listrik
 - e) Pembayaran tagihan telepon
 - f) Pembayaran BPJS

²⁵ <https://bsimobile.co.id/fitur-layanan/>, (diakses pada tanggal 21 November 2022, jam 23.43).

- g) Pembelian Pulsa, Token listrik, paket data
- h) Pembayaran TV Kabel/ Internet
- i) Top up e-Wallet

b. Indikator Kualitas Layanan *Mobile Banking*

Menurut Tatik Suryani, indikator kualitas Layanan *mobile banking* adalah sebagai berikut:²⁶

- 1) Efisiensi (*efficiency*), yaitu memampukan bank untuk membuat situs yang mudah dan sederhana untuk digunakan nasabah.
- 2) Pemenuhan janji (*fulfillment*), yaitu kesediaan bank untuk memenuhi pengiriman pesan dan informasi yang dijanjikan pada nasabah.
- 3) Kesediaan sistem beroperasi (*system availability*), yaitu kemampuan bank membuat fungsi teknis yang benar pada situs bank.
- 4) Privasi (*privacy*), yaitu tingkat kemampuan bank memberikan kepercayaan kepada nasabah agar merasa aman, bebas dari resiko dan keraguraguan.
- 5) Jaminan/kepercayaan (*assurance/trust*), yaitu kemampuan bank atau karyawan memberikan pelayanan yang dapat menimbulkan kepercayaan nasabah kepada bank.

²⁶ Tatik Suryani, *Manajemen Strategik Bank di Era Global: Menciptakan Nilai Unggul untuk Kepuasan Nasabah* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2017), 165.

6) Tampilan situs (*site aesthetic*), yaitu kemampuan bank membuat situs yang memiliki penampilan atau keindahan yang muncul pada *web site*.

c. Hubungan Kualitas Layanan *Mobile Banking* dengan Kepuasan Nasabah

Kualitas layanan elektronik mempunyai hubungan yang erat dengan kepuasan nasabah. Tjiptono menjelaskan apabila layanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas layanan dipersepsikan baik dan memuaskan²⁷ Parasuraman, Zeithaml, dan Berry yang dikutip oleh Thomas, dkk menunjukkan bahwa kualitas layanan yang diberikan harus sesuai dengan apa yang diharapkan oleh nasabah. Meningkatnya tingkat kesesuaian antara harapan dengan kualitas layanan yang diberikan perusahaan, merupakan tanda terciptanya nilai kepuasan yang maksimal.²⁸

B. Studi Penelitian Terdahulu

Pada penelitian terdahulu bertujuan untuk mendapatkan bahan perbandingan dan acuan. Selain itu, juga untuk menghindari anggapan kesamaan dengan penelitian ini. Maka dalam penelitian ini peneliti mencantumkan hasil-hasil penelitian terdahulu.

Tabel 2.1

²⁷ Fandy Tjiptono, *Manajemen Jasa* (Yogyakarta: Andi, 2006), 60.

²⁸ Thomas S. Kaihatu, Achmad Daengs, dan Agoes Tinus Lis Indrianto, *Manajemen Komplain* (Yogyakarta: Andi, 2015), 40.

Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Kesimpulan	Perbedaan
1.	Sri Nawangsari dan Retno Widiastuti (2018)	Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan dan <i>Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank (Studi Kasus Pada Pt Bank Dki – Depok)</i>	1. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. 2. Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. 3. <i>Layanan Mobile banking</i> berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. 4. Kualitas pelayanan, kepercayaan, dan <i>layanan mobile banking</i> bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah. ²⁹	1. Penelitian Sri Nawangsari dan Retno Widiastuti meneliti kepercayaan dan kualitas <i>mobile banking</i> pada PT. Bank DKI-Depok sedangkan dalam penelitian penulis meneliti di BSI KCP Ponorogo Soetta. 2. Penelitian Sri Nawangsari dan Retno Widiastuti menggunakan teknik <i>simple random sampling</i> sedangkan penelitian penulis menggunakan teknik <i>field research</i> .
2.	Thalia Claudia Mawey, Altje L. Tumbel dan Imelda	Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah	1. Secara parsial Kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan nasabah Bank SulutGo. 2. Secara parsial Kualitas Layanan	1. Lokasi penelitian Thalia Claudia Mawey, dkk. Di PT. Bank SulutGo sedangkan lokasi penelitian penulis

²⁹ Sri Nawangsari dan Retno Widiastuti, “Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan dan *Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank (Studi Kasus Pada Pt Bank Dki – Depok)*,” *Jurnal SIBATIK*, Volume 22, Nomor 2, (2018), 54.

	W.J. Ogi (2018)	PT. Bank SulutGo.	berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan nasabah Bank SulutGo 3. Secara simultan Kepercayaan dan Kualitas Layanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan nasabah Bank SulutGo. ³⁰	di BSI KCP Ponorogo. 2. Penelitian Thalia Claudia Mawey, dkk. Meneliti tentang kualitas layanan secara umum sedangkan penelitian penulis meneliti kualitas layanan <i>mobile banking</i> .
3.	Ajeng Fitriani (2019)	Kepercayaan Nasabah Terhadap Bank Syariah (Studi Kasus BPRS Aman Syariah Sekampung)	1. Kepercayaan nasabah BPRS Aman Syariah terbentuk karena visi misi BPRS Aman Syariah. 2. Kepercayaan nasabah BPRS Aman Syariah dapat ditingkatkan dengan meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan kepada para nasabah. ³¹	1. Penelitian Ajeng Fitriani menggunakan metode kualitatif sedangkan penelitian yang dilakukan penulis menggunakan metode kuantitatif. 2. Lokasi penelitian Ajeng Fitriani di BPRS Aman Syariah Sekampung sedangkan penulis di BSI KCP Ponorogo.
4.	Yeni Anda Dwinurp	Pengaruh Kualitas Layanan dan	1. Kualitas layanan <i>mobile banking</i> berpengaruh	1. Variabel yang digunakan oleh penelitian Yeni Anda

³⁰ Thalia Claudia Mawey, Altje L. Tumbel dan Imelda W.J. Ogi, "Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank SulutGo," *Jurnal EMBA*, Volume 6, Nomor 3, (2018), 1206.

³¹ Ajeng Fitriani, "Kepercayaan Nasabah Terhadap Bank Syariah (Studi Kasus BPRS Aman Syariah Sekampung)," *Skripsi* (Metro: IAIN Metro, 2019), 46.

	itasari (2019)	Produk <i>Mobile Banking</i> Terhadap Kepuasan Nasabah Pada BRI Syariah KCP Ponorogo.	signifikan terhadap kepuasan nasabah. 2. Kualitas produk <i>mobile banking</i> berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. 3. Kualitas layanan <i>mobile banking</i> dan kualitas produk <i>mobile banking</i> secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.³²	Dwinurpitasari adalah Kualitas Layanan (X1) dan Produk <i>Mobile Banking</i> (X2) sedangkan penelitian penulis Kepercayaan (X1) dan Kualitas layanan <i>Mobile Banking</i> (X2). 2. Lokasi penelitian Yeni Anda Dwinurpitasari di BRI Syariah KCP Ponorogo sedangkan penulis di BSI KCP Ponorogo.
5.	Ardiansyah Japlani, Fitriani dan Siti Mudawamah (2020)	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Cabang BMT Fajar Metro Pusat.	1. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. 2. Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. 3. Kualitas pelayanan dan kepercayaan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap	1. Penelitian Ardiansyah Japlani, Fitriani dan Siti Mudawamah hanya meneliti variabel kualitas pelayanan dan kepercayaan sedangkan penelitian penulis menggunakan variabel kepercayaan dan kualitas layanan <i>mobile banking</i>.

³² Yeni Anda Dwinurpitasari, "Pengaruh Kualitas Layanan dan Produk *Mobile Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah Pada BRI Syariah KCP Ponorogo," *Skripsi* (Ponorogo: IAIN Ponorogo, 2019), 117.

			kepuasan nasabah. ³³	2. Lokasi penelitian Ardiansyah Japlani, Fitriani dan Siti Mudawamah adalah cabang BMT Fajar Metro Pusat sedangkan penelitian penulis di BSI KCP Ponorogo.
6.	Sri Nawangasari dan Nadea Dwirahma Putri (2020)	Pengaruh <i>E-Service Quality</i> dan <i>E-Trust</i> Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna BNI <i>Mobile Banking</i> Melalui Citra Bank Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Nasabah	1. <i>E-service quality</i> berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah. 2. <i>E-trust</i> berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah. 3. Citra bank berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah. 4. <i>E-Service quality</i> , <i>E-Trust</i> , dan citra bank berpengaruh secara bersama-sama terhadap kepuasan nasabah. ³⁴	1. Penelitian Sri Nawangasari dan Nadea Dwirahma Putri menggunakan teknik <i>non probability sampling</i> sedangkan penulis menggunakan <i>field reseacrch</i> . 2. Objek penelitian Sri Nawangasari dan Nadea Dwirahma Putri adalah <i>E-Service quality</i> , <i>E-Trust</i> , dan <i>mobile banking</i> sedangkan penulis hanya

³³ Ardiansyah Japlani, Fitriani dan Siti Mudawamah, "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Cabang BMT Fajar Metro Pusat," *Jurnal Ilmiah Keuangan dan Perbankan*, Volume 3, Nomor 1, (2020), 83.

³⁴ Sri Nawangasari dan Nadea Dwirahma Putri, "Pengaruh *E-Service Quality* dan *E-Trust* Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna BNI *Mobile Banking* Melalui Citra Bank Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Nasabah Pengguna BNI *Mobile Banking* Di Kota Depok)," *Jurnal Ilmiah MATRIK*, Volume 22, Nomor 1, (2020), 61.

		Pengguna BNI <i>Mobile Banking</i> Di Kota Depok)		<i>mobile banking</i> saja.
7.	Nurdin Nurdin, Indah Musyawarah, Nurfitriani Nurfitriani, Abdul jalil. (2020)	Pengaruh Pelayanan <i>Mobile Banking</i> Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Palu).	1. Variabel kecepatan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. 2. Variabel keamanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. 3. Variabel akurasi data tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. 4. Variabel kepercayaan data tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. 5. Variabel kecepatan, keamanan, akurasi data, dan kepercayaan secara bersamaan memiliki pengaruh simultan terhadap kepuasan nasabah.³⁵	1. Penelitian Nurdin Nurdin, Indah Musyawarah, Nurfitriani Nurfitriani, Abdul jalil memiliki 4 variabel sedangkan penelitian penulis mempunyai 2 variabel. 2. Penelitian Nurdin Nurdin, Indah Musyawarah, Nurfitriani Nurfitriani, Abdul jalil memberikan questioner kepada 40 respondent mahasiswa jurusan perbankan syariah. Sedangkan penelitian penulis memberikan 97 responden

³⁵ Nurdin Nurdin, Indah Musyawarah, Nurfitriani Nurfitriani, Abdul jalil, "Pengaruh Pelayanan *Mobile Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Palu)," *Jurnal Ilmu Perbankan dan Keuangan Syariah*, Volume 2, Nomor 1, (2020), 102.

				nasabah BSI <i>Mobile</i> .
8.	Ratnawaty Marginingsih. (2020)	Kualitas <i>Mobile Banking</i> Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BRI (Studi Pada Pengguna BRI <i>Mobile</i> Di Kota Depok)	1. Kualitas <i>Mobile Banking</i> Terhadap Kepuasan Nasabah secara keseluruhan memperoleh hasil yang positif dan signifikan. ³⁶	1. Penelitian Ratnawaty Marginingsih menggunakan variabel kualitas <i>mobile banking</i> sedangkan penelitian penulis selain menggunakan variabel kualitas layanan <i>mobile banking</i> juga menggunakan variabel kepercayaan. 2. Penelitian Ratnawaty Marginingsih menggunakan teknik <i>convenience sampling method</i> sedangkan penelitian penulis menggunakan teknik field research.
9.	Nur Aisyah Febriani Pasaribu. (2020)	Analisis Pengaruh Kualitas Layanan <i>Mobile Banking</i>	1. Variabel keamanan berpengaruh signifikan terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah.	1. Teknik pengambilan sampel pada penelitian Nur Aisyah Febriani Pasaribu adalah

³⁶ Ratnawaty Marginingsih, "Kualitas *Mobile Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BRI (Studi Pada Pengguna BRI *Mobile* Di Kota Depok)," *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, Volume 7, Nomor 1, (2020), 31.

		Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Bank Rakyat Indonesia Syariah di Yogyakarta	2. Variabel kemudahan berpengaruh signifikan terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah.³⁷ 3. Kecepatan tidak berpengaruh signifikan terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah. 4. Desain berpengaruh signifikan terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah. 5. Biaya berpengaruh signifikan terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah.³⁸	metode survey sedangkan teknik penelitian penulis adalah <i>field research</i> .
10.	Nora Dery Sofya, Dedy Heriwibowo dan Rodianto . (2020)	Pengaruh Kualitas Layanan <i>Mobile Banking</i> dan Tingkat Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank NTB Syariah Cabang Sumbawa	1. Kualitas layanan <i>mobile banking</i> berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan nasabah. 2. Tingkat kepercayaan secara pasial berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. 3. Secara simultan kualitas layanan serta tingkat kepercayaan nasabah berpengaruh	1. Sampel dalam penelitian ini adalah 100 responden nasabah Bank NTB Syariah Cabang Sumbawa sedangkan dalam penelitian penulis sebanyak 97 responden nasabah yang mempunyai <i>mobile banking</i> .

³⁷ Nur Aisyah Febriani Pasaribu, "Analisis Pengaruh Kualitas Layanan *Mobile Banking* Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Bank Rakyat Indonesia Syariah di Yogyakarta," *Skripsi* (Yogyakarta: UII Yogyakarta, 2020), 70.

³⁸ Ibid.

			positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna layanan <i>mobile banking</i> . ³⁹	2. Lokasi penelitian ini di Bank NTB Syariah Cabang Sumbawa sedangkan penelitian penulis di BSI KCP Ponorogo.
11.	Asri Cahya Mandiri, Efriyanto dan Elisabeth Yansye Metekohy. (2021)	Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan Bri Mobile (Brimo).	1. Variabel kualitas layanan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan nasabah. 2. Variabel kepercayaan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan nasabah. 3. Secara simultan variabel kualitas layanan dan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.⁴⁰	1. Sampel dalam penelitian ini adalah 100 responden nasabah BRI sedangkan dalam penelitian penulis sebanyak 97 responden nasabah yang mempunyai <i>mobile banking</i>. 2. Penelitian ini menggunakan variabel kualitas layanan sedangkan pada penelitian penulis menggunakan variabel kepercayaan.
12.	Olyvia Delvi, Mila Fursiana Salma	Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepercayaan	1. Kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.	1. Lokasi penelitian ini di BRI Syariah KCP Weler sedangkan penelitian penulis

³⁹ Nora Dery Sofya, Dedy Heriwibowo dan Rodianto, "Pengaruh Kualitas Layanan *Mobile Banking* dan Tingkat Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank NTB Syariah Cabang Sumbawa," *Jurnal TAMBORA*, Volume 4, Nomor 2A, (2020), 45.

⁴⁰ Asri Cahya Mandiri, Efriyanto dan Elisabeth Yansye Metekohy, "Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan Bri *Mobile* (Brimo)," *Jurnal Akuntansi, Keuangan dan Perbankan*, Volume 8, Nomor 1, (2021), 1429.

	Susfiroh. (2021)	an Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Mengguna kan <i>Mobile Banking</i> Pada BRI Syariah KCP Weleri.	2. Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. 3. Kualitas layanan dan kepercayaan secara simultan berpengaruh signif ikan terhadap kepuasan nasabah. ⁴¹	di BSI KCP Ponorogo. 2. Penelitian ini meneliti kualitas layanan secara umum sedangkan pada penelitian penulis meneliti kualitas layanan <i>mobile banking</i> .
13.	Herdiansyah. (2021)	Analisis Kepuasan Nasabah Terhadap Kualitas <i>Mobile Banking</i> (Studi Kasus Pada Bank BNI Syariah Cabang Mataram)	1. Kualitas pelayanan <i>mobile banking</i> pada bank BNI Syariah Cabang Mataram, sangatlah memuaskan. 2. Nasabah bank BNI Syariah sangat merasakan kepuasan setelah menggunakan aplikasi <i>mobile banking</i> ini walapun ada sebagian nasabah yang mengaku aplikasi <i>mobile banking</i> ini belum sesuai harapan tetapi masih di gunakan karna murah dalam	1. Penelitian Herdiansyah menggunakan metode penelitian kualitatif sedangkan penelitian penulis menggunakan metode penelitian kuantitatif. 2. Lokasi penelitian Herdiansyah di Bank BNI Syariah Cabang Mataram sedangkan penelitian penulis di BSI KCP Ponorogo.

⁴¹ Olyvia Delvi, Mila Fursiana Salma Susfiroh, "Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan *Mobile Banking* Pada BRI Syariah KCP Weleri," *Jurnal Akuntansi, Manajemen dan Perbankan Syariah*, Volume 1, Nomor 1, (2021), 69.

			melakukan transaksi. ⁴²	
14.	Siti May Shofiah, Muhammad Ardly Kaiser Fakhriza dan Prihartono. (2022)	Pengaruh Kualitas Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BJB (Studi Pada Pengguna BJB DIGI di Kota Bandung)	1. Pengaruh yang signifikan antara variabel-variabel layanan mobile banking yang mencakup efisiensi, <i>fulfillment</i> , reliabilitas, dan privasi terhadap kepuasan nasabah. ⁴³	1. Pada penelitian Siti May Shofiah, Muhammad Ardly Kaiser Fakhriza dan Prihartono hanya mempunyai 4 Variabel X sedangkan penelitian penulis mempunyai 2 variabel X. 2. Sampel dalam penelitian ini adalah 95 responden nasabah BJB DIGI di Kota Bandung sedangkan dalam penelitian penulis sebanyak 97 responden nasabah yang mempunyai <i>mobile banking</i> .
15.	Seneng Jayadi. (2022)	Pengaruh Kepercayaan Nasabah dan Kualitas Layanan	1. Variable independen yaitu kepercayaan nasabah berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.	1. Penelitian Seneng Jayadi menggunakan 96 responden yang merupakan nasabah yang menggunakan

⁴² Herdiansyah, "Analisis Kepuasan Nasabah Terhadap Kualitas *Mobile Banking* (Studi Kasus Pada Bank BNI Syariah Cabang Mataram)," *Skripsi* (Mataram: UIN Mataram, 2020), 85.

⁴³ Siti May Shofiah, Muhammad Ardly Kaiser Fakhriza dan Prihartono, "Pengaruh Kualitas Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BJB (Studi Pada Pengguna BJB DIGI di Kota Bandung)," *Jurnal Ilmiah MEA*, Volume 6, Nomor 2, (2022), 10.

		Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Bertransaksi di Bank Syariah (Studi Pada Bank Syariah Indonesia)	2. Variable independen yaitu kualitas layanan <i>mobile banking</i> berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. 3. Variabel kepercayaan nasabah dan kualitas layanan <i>mobile banking</i> memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah secara simultan.⁴⁴	layanan <i>Mobile Banking</i> sedangkan pada penelitian penulis menggunakan 97 responden nasabah yang mempunyai <i>mobile banking</i>. 2. Lokasi penelitian Seneng Jayadi di BSI Kantor Cabang Pejanggik 1 sedangkan penelitian penulis di BSI KCP Ponorogo.
--	--	---	--	--

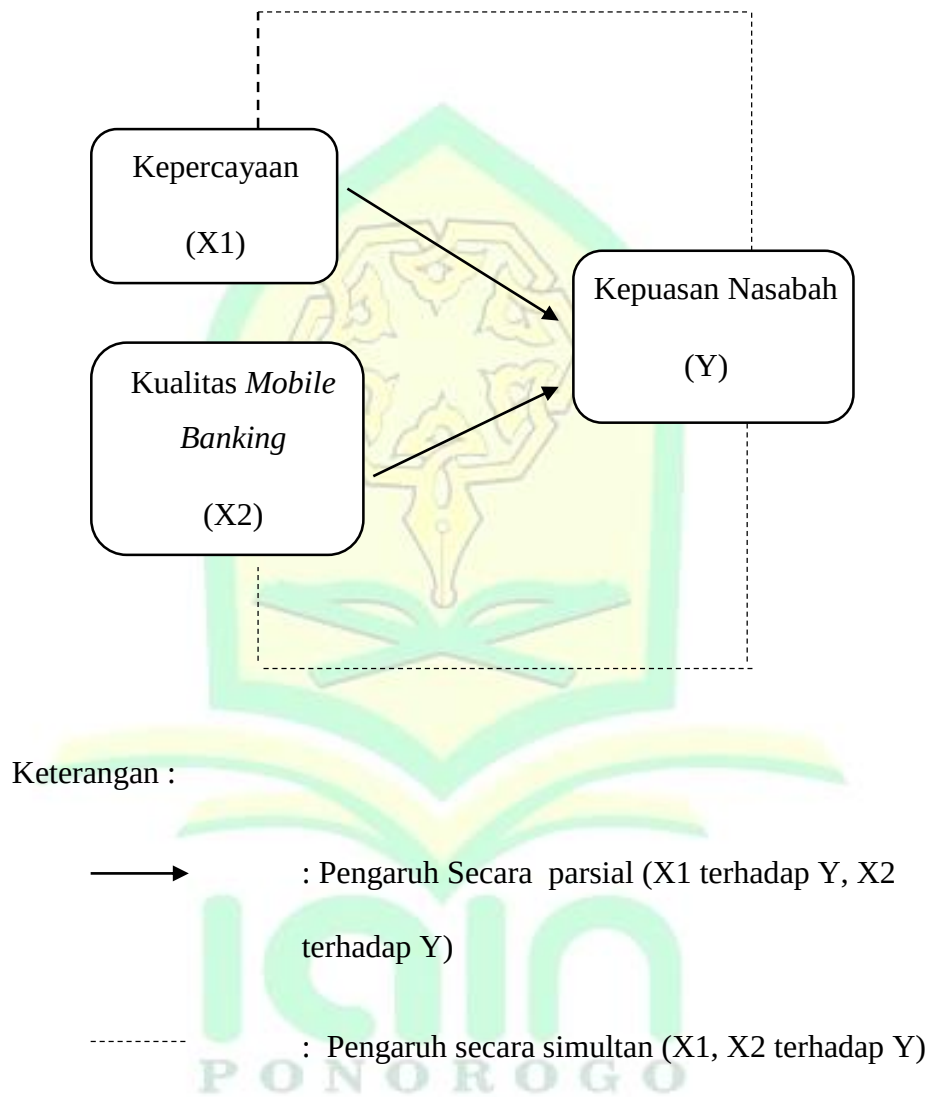
C. Kerangka Berpikir

Kerangka teoretis merupakan model konseptual dari sebuah teori atau kumpulan teori yang memberikan penjelasan logis mengenai hubungan atau beberapa faktor yang berhasil diidentifikasi sebagai faktor penting untuk menjelaskan masalah yang akan diteliti.⁴⁵

Berdasarkan beberapa variabel yang mempengaruhi kepuasan nasabah pada BSI KCP Ponorogo, maka kerangka pemikiran pada penelitian ini sebagai berikut:

⁴⁴ Seneng Jayadi, "Pengaruh Kepercayaan Nasabah dan Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Bertransaksi di Bank Syariah (Studi Pada Bank Syariah Indonesia)," Skripsi (Mataram: UIN Mataram, 2022), 70.

⁴⁵ Suryani dan Hendryadi, *Metode Riset Kuantitatif: Teori Aplikasi pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Bisnis* (Jakarta: Kencana, 2015), 93.



Gambar 2.1

Kerangka Penelitian

D. Hipotesis

Hipotesis merupakan proposisi yang akan diuji kebenarannya, atau merupakan suatu jawaban sementara atas pertanyaan peneliti.⁴⁶ Dikatakan sementara, dikarenakan baru didasarkan pada suatu teori, belum di dasarkan adanya fakta-fakta yang diperoleh melalui pengumpulan data yang akan dibutuhkan.

1. Pengaruh Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada BSI KCP Ponorogo

Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ardiansyah Japlani, Fitriani dan Siti Mudawamah yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Cabang Bmt Fajar Metro Pusat” pada tahun 2020 menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah, artinya semakin tinggi kepercayaan maka semakin tinggi pula kepuasan nasabah, begitupun sebaliknya jika kepercayaan yang dimiliki masyarakat rendah maka kepuasan nasabah akan menurun.⁴⁷ Sehingga berdasarkan teori dan studi penelitian terdahulu penulis membuat hipotesis sebagai berikut:

H_{a1} : Kepercayaan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Ponorogo.

⁴⁶ Priyono, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Surabaya: Zifatama Publishing, 2016), 66.

⁴⁷ Ardiansyah Japlani, Fitriani dan Siti Mudawamah, “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Cabang BMT Fajar Metro Pusat,” *Jurnal Ilmiah Keuangan dan Perbankan*, Volume 3, Nomor 1, (2020), 82.

H₀₁ : Kepercayaan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Ponorogo.

2. Pengaruh Kualitas Layanan *Mobile Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah Pada BSI KCP Ponorogo

Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ratnawaty Marginingsih yang berjudul “Kualitas *Mobile Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BRI (Studi Pada Pengguna BRI Mobile di Kota Depok)” tahun 2020 menyatakan bahwa kualitas *mobile banking* terhadap kepuasan nasabah memperoleh hasil yang positif dan signifikan.⁴⁸ Sehingga berdasarkan teori dan studi penelitian terdahulu penulis membuat hipotesis sebagai berikut:

H_{a2} : Kualitas layanan *mobile banking* berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Ponorogo.

H₀₂ : Kualitas layanan *Mobile Banking* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Ponorogo.

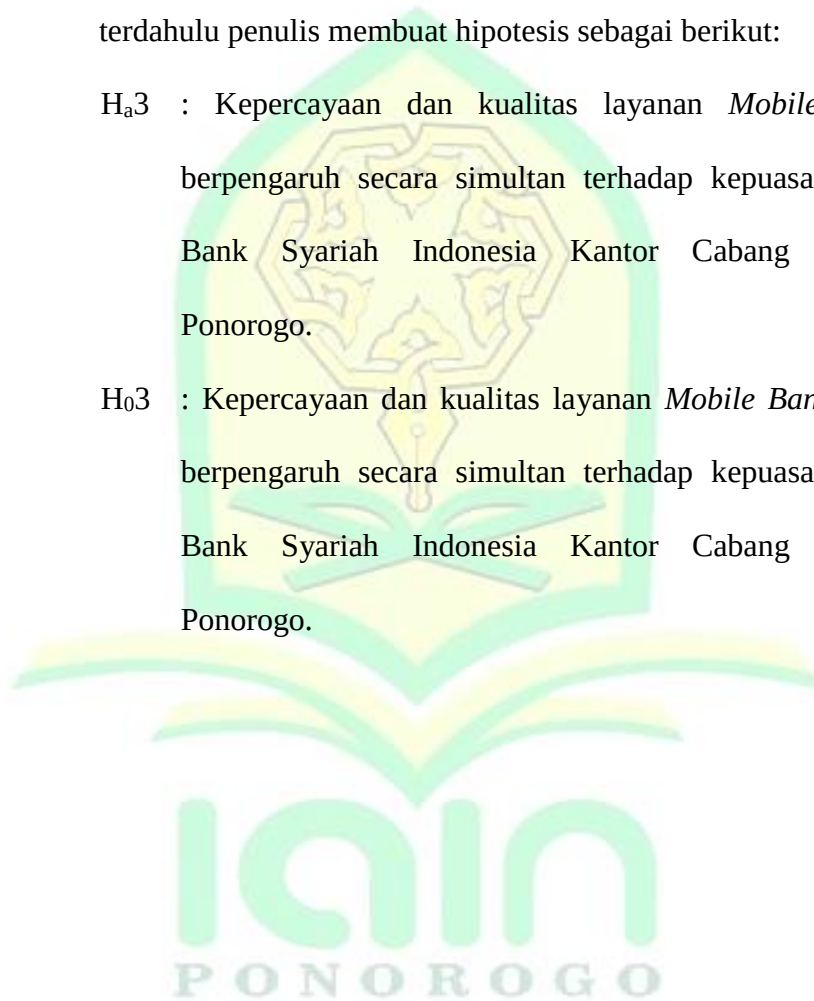
⁴⁸ Ratnawaty Marginingsih, “Kualitas *Mobile Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BRI (Studi Pada Pengguna BRI *Mobile* Di Kota Depok),” *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, Volume 7, Nomor 1, (2020), 31.

3. Pengaruh Kepercayaan Dan Kualitas *Mobile Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah Pada BSI KCP Ponorogo

Hipotesis terakhir yang digunakan peneliti yaitu apakah kepercayaan dan kualitas *mobile banking* berpengaruh secara simultan (bersama) sehingga berdasarkan teori dan studi penelitian terdahulu penulis membuat hipotesis sebagai berikut:

H_{a3} : Kepercayaan dan kualitas layanan *Mobile Banking* berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Ponorogo.

H₀₃ : Kepercayaan dan kualitas layanan *Mobile Banking* tidak berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Ponorogo.



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah suatu pendekatan penelitian bersifat objektif mencakup pengumpulan dan analisis data kuantitatif serta menggunakan metode pengujian statistik.¹ Metode penelitian kuantitatif juga dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan datanya menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.²

Penelitian ini bersifat langsung atau biasa disebut dengan penelitian lapangan (*field research*) dan menggunakan pendekatan asosiatif. Penelitian asosiatif adalah penelitian yang dilakukan untuk menganalisis hubungan atau pengaruh antara dua variabel atau lebih. Hubungan kausal adalah hubungan yang sebab akibat. Artinya, variasi pada X (variabel bebas) akan mempengaruhi variasi pada Y (variabel terikat).³ Penelitian ini menggunakan data primer, yaitu data yang didapat dan diolah langsung oleh

¹ Asep Hermawan dan Husna Leila Yusron, *Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif* (Jakarta: Kencana, 2017), 6.

² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2015), 8.

³ Kris H. Timotius, *Pengantar Metodologi Penelitian: Pendekatan Manajemen Pengetahuan untuk Perkembangan Pengetahuan* (Yogyakarta: Andi, 2017), 16

obyeknya.⁴ Data primer dalam penelitian ini diperoleh melalui wawancara dan penyebaran kuesioner.

B. Variabel Penelitian Dan Definisi Operasional

1. Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek, atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.⁵ Macam-macam variabel dalam penelitian sebagai berikut:

a. Variabel bebas (*Independent variable*)

Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat.⁶ Dalam penelitian ini variabel bebasnya adalah kepercayaan (X1) dan kualitas layanan *mobile banking* (X2).

b. Variabel terikat (*Dependent Variable*)

Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau diakibatkan oleh variabel bebas. Keberadaan variabel ini sebagai variabel yang dijelaskan dalam fokus/topik penelitian.⁷ Dalam penelitian ini variabel terikatnya adalah kepuasan nasabah (Y).

⁴ Andhita Dessy Wulansari, *Aplikasi Statistika Parametrik dalam Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Felicha, 2016), 7.

⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, 38.

⁶ Ibid, 39.

⁷ Priyono, *Metode Penelitian Kuantitatif*, 58.

2. Definisi Operasional

Berikut operasional variabel ditunjukkan pada tabel dibawah ini:

Tabel 3.1
Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Definisi	Indikator	Sumber Indikator
Kepercayaan (X1)	kepercayaan adalah sebuah harapan yang dipegang oleh seorang individu atau sebuah kelompok ketika perkataan, janji, pernyataan lisan atau tulisan dari seorang individu atau kelompok lainnya dapat diwujudkan. ⁸	1. Pemenuhan kepuasan nasabah	- Saya bersedia menerima syarat dan ketentuan dari BSI <i>mobile</i> - Saya percaya BSI <i>mobile</i> ditujukan untuk memenuhi kepuasan nasabah
		2. Pelayanan	- BSI <i>mobile</i> mampu memberikan pelayanan yang terbaik - BSI <i>mobile</i> memberikan informasi data keuangan nasabah secara lengkap dan akurat
		3. Kebutuhan transaksi	- Layanan BSI <i>mobile</i> dapat

⁸ Doni Juni Priansa, Perilaku Konsumen, 115.

		4. Ketersediaan memberikan informasi pribadi	memenuhi transaksi - BSI <i>mobile</i> memiliki kemampuan untuk menyediakan produk atau jasa yang berkualitas - Saya bersedia memberikan informasi pribadi kepada BSI <i>mobile</i> - BSI <i>mobile</i> selalu memberikan keamanan yang baik
Kualitas layanan <i>Mobile Banking</i> (X2)	Kualitas jasa elektronik atau E-SERVQUAL didefinisikan secara luas untuk mencakup semua tahap interaksi kepada pelanggan secara online. Dalam pelaksanaannya, proses E-SERVQUAL perlu memperhatikan	1. Efisiensi 2. Pemuhan Janji	- BSI <i>mobile</i> dapat diakses dengan cepat - BSI <i>mobile</i> memudahkan dalam betransaksi - Saya percaya BSI <i>mobile</i> dapat memenuhi janji-janjinya - Informasi yang diinginkan oleh nasabah

	efektifitas dan efisiensi dalam hal transaksi, pembelian atau pengiriman yang dilakukan.⁹	3. Ketersediaan sistem beroperasi 4. Privasi 5. Jaminan/ kepercayaan	dapat dipenuhi oleh BSI <i>mobile</i> - Sistem <i>mobile</i> dapat beroperasi dengan baik - Sistem informasi pada BSI <i>mobile</i> memberikan informasi yang benar - Dengan menggunakan BSI <i>mobile</i> nomor PIN dan <i>password</i> nasabah terjamin keamanannya - BSI <i>mobile</i> memberikan keamanan data transaksi - Transfer dana melalui BSI <i>mobile</i> dapat dipercaya - Semua data yang diproses melalui BSI
--	---	---	---

⁹ Gangsar Prawiramulia, "Pengaruh Kualitas Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Mandiri (Studi pada Pengguna Mandiri Mobile di Kota Bandung)," *Journal*, Vol. 01, Nomor 03 (2014), 2.

		6. Tampilan	<i>mobile</i> dapat dipercaya dan tidak disalahgunakan - BSI <i>mobile</i> memiliki tampilan menu yang jelas dan mudah dipahami - BSI <i>mobile</i> memiliki tampilan menu yang variatif
Kepuasan Nasabah (Y)	Kepuasan nasabah adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. ¹⁰	1. Kepuasan nasabah keseluruhan 2. Konfirmasi harapan	- Saya puas dengan kualitas layanan yang diberikan oleh <i>BSI mobile</i> - Saya puas dengan kinerja BSI <i>mobile</i> - Layanan yang diberikan oleh <i>BSI mobile</i> sesuai dengan harapan - Fitur-fitur yang disediakan oleh BSI <i>mobile</i> sesuai

¹⁰ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, 144.

		3. Minat	dengan kebutuhan
			- Saya menggunakan BSI <i>mobile</i> secara berulang
			- Saya menggunakan kembali BSI <i>mobile</i> karena kemudahannya dalam bertransaksi
		4. Kesiediaan untuk merekomendasikan	- Saya memberitahukan kepada orang lain bahwa BSI <i>mobile</i> nyaman digunakan untuk bertransaksi
			- Saya menyarankan kepada teman/kerabat untuk menggunakan BSI <i>mobile</i> daripada produk <i>mobile banking</i> lainnya
		5. Ketidakpuasan Nasabah	- Saya puas dengan BSI <i>mobile</i> karena

			manfaat yang ditawarkan sesuai dengan hasilnya - Saya puas dengan BSI <i>mobile</i> karena tampilan sesuai dengan yang ditawarkan
--	--	--	--

C. Lokasi Penelitian

Lokasi yang akan dijadikan objek penelitian adalah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Ponorogo yang beralamat di Jl. Soekarno Hatta, Banyudono, Kec. Ponorogo, Kab. Ponorogo, Jawa Timur, 63411. Peneliti memilih tempat penelitian di BSI KCP Ponorogo dikarenakan salah satu bank syariah yang sudah membuka layanan *mobile banking* untuk nasabahnya selain itu juga lokasi Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo ini sangat strategis.

D. Populasi Dan Sampel

1. Populasi

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai jumlah dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik

kesimpulannya.¹¹ Populasi dalam penelitian ini adalah jumlah nasabah pengguna *mobile banking* BSI KCP Ponorogo yaitu sebanyak 3.635.¹²

2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut, ataupun bagian kecil dari anggota populasi yang diambil menurut prosedur tertentu sehingga dapat mewakili populasinya.¹³ Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* dengan pengambilan sampel secara *Accidental Sampling* (*Convenience Sampling*).

Accidental Sampling adalah mengambil responden sebagai sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel bila orang yang kebetulan ditemui cocok sebagai sumber data.¹⁴ Dengan demikian pertimbangan nasabah yang kriteria utamanya adalah nasabah bank BSI KCP Ponorogo yang menggunakan *mobile banking* yang berdomisili di Ponorogo. Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut.

¹¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, 80.

¹² Noviana Putri, *Wawancara*, 10 Januari 2023.

¹³ Sandu Siyoto, M. Kes, dan M. Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015), 64.

¹⁴ Fandy Tjiptono, *Strategi Bisnis* (Yogyakarta: Andi Offset, 2001), 89-90.

Adapun untuk teknik pengambilan sampel menurut Slovin sebagaimana diambil dalam Danang Sunyoto dapat dilakukan dengan rumus dibawah ini:¹⁵

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

Keterangan:

n : banyaknya sampel

N : populasi

e : standar *error* (0.1)

Menggunakan rumus tersebut, maka dapat dihitung jumlah sampel yang akan digunakan adalah sebagai berikut:

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

$$n = \frac{3.635}{1 + 3.635(0,1)^2}$$

$$n = 99,97$$

Berdasarkan hasil perhitungan sampel di atas, maka nilai sampel n yang didapat adalah sebesar 99,97 dan dibulatkan menjadi 100 sebagai sampel responden. Pembulatan sampel dilakukan apabila subjeknya kurang dari 100, maka lebih baik diambil semua. besar kecilnya resiko yang ditanggung oleh peneliti.¹⁶ Alasan pengambilan

¹⁵ Danang Sunyoto, *Metodelogi Penelitian Ekonomi: Alat Statistik Dan Analisis Output Komputer* (Yogyakarta: CAPS, 2011), 21.

¹⁶ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta : Rineka Cipta, 2014), 112.

sampel dilakukan pembulatan menjadi 100 dikarenakan jika sampel lebih besar hasilnya akan lebih baik serta untuk menghindari ketidaklengkapan jawaban sehingga hasil perhitungan sampel 99,97 dibulatkan menjadi 100.

E. Jenis Dan Sumber Data

Berdasarkan sumbernya, penelitian ini menggunakan data primer, yaitu data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh peneliti secara langsung dari sumber datanya. Data primer dalam penelitian ini diperoleh melalui wawancara dan penyebaran angket kepada nasabah pengguna *mobile banking* BSI KCP Ponorogo.

F. Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam suatu penelitian ilmiah dimaksudkan untuk memperoleh bahan-bahan yang relevan, akurat dan terpercaya. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

1. Kuesioner (Angket)

Angket adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.¹⁷ Responden yang mengisi kuesioner ini adalah nasabah pengguna *mobile banking* BSI KCP Ponorogo. Kuesioner (angket) dalam penelitian ini digunakan untuk mengambil data mengenai pengaruh kepercayaan dan kualitas layanan *mobile*

¹⁷ Anak Agung Putu Agung, *Metodologi Penelitian Bisnis* (Malang: UB Press, 2012), 63.

banking terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Ponorogo.

2. Wawancara

Wawancara adalah suatu cara pengumpulan data yang digunakan untuk memperoleh informasi langsung dari sumbernya.¹⁸ Jenis wawancara dalam penelitian ini adalah wawancara tidak terstruktur, yaitu wawancara yang bebas, di mana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya. Pedoman wawancara yang digunakan hanya berupa garis besar permasalahan yang akan ditanyakan.¹⁹ Wawancara dalam penelitian ini digunakan untuk memperoleh informasi mengenai kepercayaan dan kualitas layanan *mobile banking* terhadap kepuasan nasabah pada BSI KCP Ponorogo.

G. Validitas Dan Reabilitas Instrumen

1. Validitas

Untuk mendapatkan kebenaran dan keabsahan instrumen penelitian yang digunakan yaitu dengan validitas. Setiap penelitian selalu dipertanyakan mengenai validitas alat yang digunakan. Suatu alat ukur dikatakan valid jika alat itu dipakai untuk mengukur sesuai dengan kegunaannya. Validitas menunjukkan ketepatan dan kecermatan alat ukur dalam melakukan fungsi ukurannya. Suatu skala pengukuran

¹⁸ Riduwan, *Belajar Mudah Penelitian Untuk GuruKaryawan dan Peneliti Pemula*, (Bandung: Alfabeta, 2012), 74.

¹⁹ Anak Agung Putu Agung, *Metodologi Penelitian Bisnis*, 62.

disebut valid bila ia melakukan apa yang seharusnya dilakukan dan mengukur apa yang seharusnya diukur. Uji validitas sebaiknya dilakukan pada setiap butir pertanyaan. Hasil r hitung kita bandingkan dengan r tabel di mana $df = n-2$ dengan sig 5%. Jika $r \text{ tabel} < r \text{ hitung}$ maka valid.²⁰

2. Reliabilitas

Uji yang digunakan sebagai alat pengumpulan data karena instrument sudah baik dan dirasa cukup dipercaya (konsisten) yaitu dengan uji reliabilitas. Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang apabila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama akan menghasilkan data yang sama, sedangkan hasil penelitian yang reliabel adalah apabila terdapat kesamaan data dalam waktu yang berbeda. Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui tingkat kestabilan suatu alat ukur. Uji reliabilitas dapat dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh butir pertanyaan. Jika nilai Alpha $> 0,6$ maka reliabel.²¹

H. Teknik Pengolahan Dan Analisis Data

1. Teknik Pengolahan Data

Tahap selanjutnya setelah pengumpulan data selesai adalah tahap pengolahan data. Pengolahan data adalah proses untuk memperoleh data/angka ringkasan berdasarkan kelompok data mentah.²² Dalam

²⁰ Imam Ghazali. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS, IV* (Semarang: Badan Penerbit UNDIP, 2006), 49.

²¹ Ibid, 49.

²² J. Supranto, *Statistik: Teori dan Aplikasi* (Jakarta: Erlangga, 2000), 24.

penelitian ini, penulis akan melakukan pengolahan data dengan menggunakan bantuan program IBM SPSS 25 dan Ms. Excel.

2. Analisis Data

Analisis data adalah kegiatan menginterpretasikan data-data yang telah dikumpulkan dari lapangan dan telah diolah sehingga menghasilkan informasi tertentu. Penelitian ini menggunakan analisis data kuantitatif. Analisis data kuantitatif adalah analisis data terhadap data-data yang mengandung angka-angka atau numerik tertentu.²³ Pada analisis kuantitatif dalam penelitian ini alat yang digunakan adalah statistik parametrik.

Analisis kuantitatif dalam penelitian ini dilakukan dengan beberapa langkah antara lain:

a. Pengujian Instrumen

1) Uji Validitas

Validitas adalah pernyataan sampai sejauh mana data-data yang ditampung pada suatu kuesioner dapat mengukur apa yang ingin diukur. Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data adalah valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur

²³ Azuar Juliandi, Irfan, dan Saprihal Manurung, *Metodologi Penelitian Bisnis: Konsep dan Aplikasi* (Medan: UMSU Press, 2014), 85

apa yang seharusnya diukur.²⁴ Suatu instrumen penelitian dikatakan valid, bila:²⁵

- a) Koefisien korelasi product moment melebihi 0,3
- b) Koefisien korelasi product moment $> r_{\text{tabel}} (\alpha ; n-2)$ $n =$ jumlah sampel
- c) Nilai $\text{sig} \leq \alpha$

Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan rumus korelasi product moment sebagai berikut:²⁶

$$r_{\text{hitung}} = \frac{n(\sum xy) - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{n(\sum x^2) - (\sum x)^2\} \{n(\sum y^2) - (\sum y)^2\}}}$$

Dimana:

r_{hitung} : koefisien korelasi

n : jumlah responden

x : jumlah skor item

Y : jumlah skor total (seluruh item)

2) Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah tingkat ketepatan, ketelitian, atau keakuratan sebuah instrumen. Jadi reliabilitas menunjukkan apakah instrumen tersebut konsisten memberikan hasil ukuran

²⁴ Anak Agung Putu Agung, *Metodologi Penelitian Bisnis*, 48.

²⁵ Syofian Siregar, *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi dengan Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17* (Jakarta: Bumi Aksara, 2017), 77.

²⁶ Riduwan, *Belajar Mudah Penelitian Untuk Guru Karyawan dan Peneliti Pemula*, 57.

yang sama tentang sesuatu yang diukur pada waktu yang berlainan.²⁷

Adapun untuk menguji reliabilitas instrumen rumus yang digunakan adalah koefisien *alpha cronbach* sebagai berikut:²⁸

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left[1 - \frac{\sum st^2}{Sx^2} \right]$$

Dimana:

α : koefisien *alpha cronbach*

k : jumlah item pertanyaan

$\sum S_t^2$: jumlah varian skor item

S_t^2 : varian skor uji seluruh item k

Dasar pengambilan keputusan dalam uji reliabilitas, yaitu:²⁹

- a) Jika hasil uji reliabilitas menunjukkan $\alpha > 0,7$ maka instrumen ukuran tersebut mengindikasikan *satisfactory internal consistency reliability*, sehingga layak digunakan sebagai instrumen ukuran untuk penelitian.
- b) Jika hasil reliabilitas $\alpha < 0,6$ maka instrumen ukuran tersebut mengindikasikan *unsatisfactory internal consistency reliability*, sehingga tidak layak digunakan

²⁷ Anak Agung Putu Agung, *Metodologi Penelitian Bisnis*, 51.

²⁸ Ulber Silalahi, *Metode Penelitian Sosial Kuantitatif* (Bandung: Refika Aditama, 2015),

470.

²⁹ Ibid, 471.

sebagai instrumen ukuran untuk penelitian. Namun jika hasil perhitungan menunjukkan sama dengan atau lebih besar dari 0,6 maka instrumen reliabel.

b. Pengujian Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi, nilai residu dari regresi mempunyai distribusi yang normal. Jika distribusi dari nilai-nilai residual tersebut tidak dapat dianggap berdistribusi normal, maka dikatakan ada masalah terhadap asumsi normalitas.³⁰ Dalam penelitian ini, untuk mengetahui apakah data berdistribusi normal atau tidak, yaitu dengan uji statistik menggunakan uji *Kolmogorov Smirnov*. Kriteria penarikan kesimpulan:³¹

- a) Nilai signifikan $> 0,05$ maka data berdistribusi normal.
- b) Nilai signifikansi $< 0,05$ maka data tidak berdistribusi normal.

2) Uji Multikolinieritas

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Jika terjadi korelasi maka dinamakan problem multikolinieritas. Model regresi yang baik seharusnya tidak

³⁰ Singgih Santoso, *Mahir Statistik Parametrik: Konsep Dasar dan Aplikasi dengan SPSS* (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2018), 202.

³¹ Singgih Santoso, *Statistika Multivariat* (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2010), 46.

terjadi korelasi di antara variabel independen.³² Untuk mengetahui ada tidaknya masalah multikolinearitas dapat menggunakan nilai VIF (*Variance Inflation Factory*). Jika nilai VIF masih kurang dari 10, maka multikolinearitas tidak terjadi.³³

3) Uji Heteroskedastisitas

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi, terjadi ketidaksamaan varians residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varians residual dari satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka hal tersebut disebut homoskedastisitas dan jika varians berbeda, disebut sebagai heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas.³⁴

Salah satu yang digunakan peneliti untuk menguji heteroskedastisitas adalah dengan menggunakan uji *glejser* yang dilakukan dengan meregresikan variabelvariabel bebas terhadap nilai absolut residualnya. Kriteria penarikan kesimpulannya, yaitu tidak terjadi heteroskedastisitas jika nilai

³² Singgih Santoso, *Mahir Statistik Parametrik: Konsep Dasar dan Aplikasi dengan SPSS*, 195.

³³ Agus Purwoto, *Panduan Laboratorium Statistika Inferensial*, (Jakarta: Grasindo, 2007), 97.

³⁴ Singgih Santoso, *Mahir Statistik Parametrik: Konsep Dasar dan Aplikasi dengan SPSS*, 199.

t dengan probabilitas $\text{sig} > 0,05$. Hal ini dapat dilihat pada tabel *coefficients*.³⁵

4) Uji Linearitas

Untuk mengetahui hubungan yang linier dari dua variabel peneliti menggunakan uji linieritas. Uji Linearitas merupakan suatu perangkat uji yang diperlukan untuk mengetahui bentuk hubungan yang terjadi di antara variabel yang sedang diteliti. Uji ini dilakukan untuk melihat hubungan dari dua buah variabel yang sudah diteliti apakah hubungan yang linear dan signifikan. Uji linearitas merupakan prasyarat penggunaan analisis regresi dan korelasi. Pengujian linearitas dapat dilakukan dengan menggunakan aplikasi SPSS pada perangkat Test for Linearity. Adapun teknik analisisnya dengan menggunakan nilai signifikansi pada taraf signifikansi 95% ($\alpha=0,05$) sebagai berikut:

- a) Jika nilai $\text{sig} < 0,05$ maka variabel memiliki hubungan yang linear.
- b) Jika nilai $\text{sig} > 0,05$ maka variabel memiliki hubungan yang tidak linear.³⁶

³⁵ Azuar Juliandri, Irfan, dan Sapriyal Manurung, *Metodologi Penelitian Bisnis: Teori dan Aplikasi*, 162-163.

³⁶ Imam Machali, *Metode Penelitian Kuantitatif Panduan Praktis Merencanakan, Melaksanakan dan Analisis dalam Penelitian Kuantitatif* (Yogyakarta: MPI, 2016), 85.

5) Analisis Regresi Linear Sederhana

Regresi linier sederhana hanya dapat digunakan terhadap satu variabel bebas dan satu variabel tak bebas.

Rumus regresi linier sederhana yaitu sebagai berikut:³⁷

$$Y = a + b.X$$

Dimana:

Y = Variabel terikat

X = Variabel bebas

a dan b = konstanta

6) Analisis Regresi Linear Berganda

Untuk mengatasi permasalahan analisis regresi yang melibatkan hubungan dari dua atau lebih variabel bebas peneliti menggunakan uji regresi linier berganda. Persamaan untuk regresi berganda adalah sebagai berikut:³⁸

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Variabel dependent (Kepuasan Nasabah)

a = Konstanta persamaan regres

X1 = Kepercayaan

X2 = Kualitas layanan *Mobile Banking*

e = Error term

³⁷ Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS* (Jakarta: Kencana, 2017), 284.

³⁸ Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistika Dengan SPSS 16.0* (Jakarta: Prestasi Pustaka, 2009), 56.

b_1, b_2 = Angka arah atau koefisien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel dependent yang didasarkan pada perubahan variabel independen. Apabila (+) maka terjadi kenaikan dan apabila (-) terjadi penurunan.

c. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan model persamaan regresi linier berganda. Analisis regresi linier ganda adalah analisis yang digunakan untuk mencari pola hubungan antara satu variabel terikat (*dependent*) dengan lebih dari satu variabel bebas (*independent*).³⁹ Variabel independen terdiri dari kepercayaan nasabah dan kualitas layanan *mobile banking* sedangkan variabel dependennya adalah kepuasan nasabah. Persamaan regresi yang diinterpretasikan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2$$

Keterangan:

Y : variabel terikat
 X_1 : variabel bebas pertama
 X_2 : variabel bebas kedua
 α, b_1 , dan b_2 = konstanta

³⁹ Andhita Dessy Wulansari, *Aplikasi Statistika Parametrik dalam Penelitian*, 176.

Pengujian hipotesis dilakukan melalui uji t, uji F, dan uji R^2 , sebagai berikut:

1) Uji Parsial (Uji t)

Uji ini digunakan untuk melihat pengaruh tiap-tiap variabel independen secara sendiri-sendiri terhadap variabel dependennya. Dalam regresi linier berganda, hal ini perlu dilakukan karena tiap-tiap variabel independen memberi pengaruh yang berbeda dalam model.⁴⁰ Hipotesis yang digunakan adalah:

a) H_{01} : Kepercayaan tidak berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Ponorogo.

H_{a1} : Kepercayaan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Ponorogo.

b) H_{02} : Kualitas layanan *Mobile Banking* tidak berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Ponorogo.

H_{a2} : Kualitas layanan *Mobile Banking* berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan nasabah Bank

⁴⁰ Robert Kurniawan, *Analisis Regresi Dasar dan Penerapannya dengan R* (Jakarta: Kencana, 2016), 95-96.

Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Ponorogo.

Uji t dengan menggunakan SPSS sebagai berikut:

- a) Jika signifikansi $> 0,05$ maka H_0 diterima
- b) Jika signifikansi $< 0,05$ maka H_0 ditolak

2) Uji F

Uji ini dilakukan untuk melihat apakah variabel independen secara keseluruhan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Bila hasil uji simultannya adalah signifikan, maka dapat dikatakan bahwa hubungan yang terjadi dapat berlaku untuk populasi.⁴¹ Hipotesis yang digunakan adalah:

H_{03} : Kepercayaan dan kualitas layanan *Mobile Banking* tidak berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Ponorogo.

H_{a3} : Kepercayaan dan kualitas layanan *Mobile Banking* berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Ponorogo.

Uji F menggunakan SPSS sebagai berikut:

⁴¹ Robert Kurniawan, *Analisis Regresi Dasar dan Penerapannya dengan R*, 96-97.

a) Jika signifikansi $> 0,05$ maka H_0 diterima

b) Jika signifikansi $< 0,05$ maka H_0 ditolak

3) Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi merupakan proporsi variabilitas dalam suatu data yang dihitung berdasarkan model statistik. Dengan kata lain, koefisien determinasi diartikan dengan seberapa besar variabel independen X menentukan tingkat variabel respon Y dalam suatu model. Nilai koefisien determinasi berganda $0 \leq R^2 \leq 1$. Artinya, jika nilai $R^2 = 1$ maka model yang dihasilkan mampu menerangkan semua variabilitas dalam variabel Y . Namun, jika $R^2 = 0$, maka tidak ada hubungan antara variabel independen (X) dengan Y . Semakin dekat nilai R^2 dengan 1, maka semakin baik tingkat kecocokan model dengan data yang diolah.⁴²

Koefisien determinasi (R^2) pada persamaan regresinya linier, dapat dihitung dengan menggunakan rumus:⁴³

$$R^2 = \frac{SSR}{SST}$$

Dimana:

R^2 = Koefisien determinasi / proporsi keragaman /

variabilitas total disekitar nilai tengah y yang dapat

⁴² Robert Kurniawan, *Analisis Regresi Dasar dan Penerapannya dengan R*, 123-124.

⁴³ Andhita Dessy Wulansari, *Aplikasi Statistika Parametrik dalam Penelitian*, 133

dijelaskan oleh model regresi (biasanya dinyatakan dalam prosentase)

Khusus untuk regresi linier sederhana, berlaku:

$$R = r_{xy} = (\text{tanda } b_1) \sqrt{R^2}$$

R = Koefisien korelasi ganda (multiple correlation coefficients)

Adapun pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien korelasi atau seberapa besar pengaruh variabel-variabel bebas terhadap variabel terikat digunakan pedoman:⁴⁴

Tabel 3.2

Interpretasi Koefisien Korelasi Nilai r

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0.800-1.000	Sangat kuat
0.600-0.799	Kuat
0.400-0.599	Cukup kuat
0.200-0.399	Rendah
0.000-1.999	Sangat rendah

⁴⁴ Ibid, 94.

BAB IV

PEMBAHASAN DAN ANALISA DATA

A. Gambaran Umum Obyek Penelitian

1. Sejarah BSI KCP Ponorogo

Sejarah berdirinya Lembaga usaha BSI, pada awalnya Kantor BSI KCP Ponorogo merupakan Kantor Bank Syariah Mandiri yang mana pada tanggal 12 Oktober 2020 yang mana dari tiga bank syariah ternama di Indonesia yaitu PT BRI Syariah Tbk. (BRIS), PT Bank Syariah Mandiri dan PT BNI Syariah mengambil Langkah strategi dengan menandatangani Conditional Merger Agreement (CMA) sebagai Langkah awal proses merger menjadi PT Bank Syariah Indonesia Tbk.¹

Bank Syariah berperan penting sebagai fasilitator pada seluruh aktivitas ekonomi dalam ekosistem industri halal. Inovasi produk, peningkatan layanan, serta pengembangan jaringan menunjukkan trend yang positif dari tahun ke tahun. Bahkan, semangat untuk melakukan percepatan juga tercermin dari banyaknya Bank Syariah yang melakukan aksi korporasi. Pada 1 Februari 2021 yang bertepatan dengan 19 Jumadil Akhir 1442 H menjadi penanda sejarah bergabungnya Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah menjadi satu entitas yaitu Bank Syariah Indonesia (BSI). Penggabungan

¹ Siti, Wawancara, 10 Januari 2023.

ini akan 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 induk (Mandiri, BNI, BRI) serta komitmen pemerintah melalui Kementerian BUMN, Bank Syariah Indonesia didorong untuk dapat bersaing di tingkat global. Penggabungan ketiga Bank Syariah tersebut merupakan ikhtiar untuk melahirkan Bank Syariah kebanggaan umat, yang diharapkan menjadi energi baru pembangunan ekonomi nasional serta berkontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat luas.²

Pada tanggal 01 Februari 2021, secara resmi PT Bank Syariah Indonesia Tbk. (BSI) mulai beroperasi. Dengan penggabungan ketiga bank, BSI memiliki kepastian permodalan yang lebih baik dan jangkauan lebih luas, untuk menghadirkan layanan perbankan syariah yang lebih lengkap dan dapat bersaing di tingkat global. Kedepan, BSI diharapkan dapat mewakili perbankan syariah Indonesia yang modern dan universal yang menghadirkan bagi segenap alam (rahmatul lil'alamiin).³

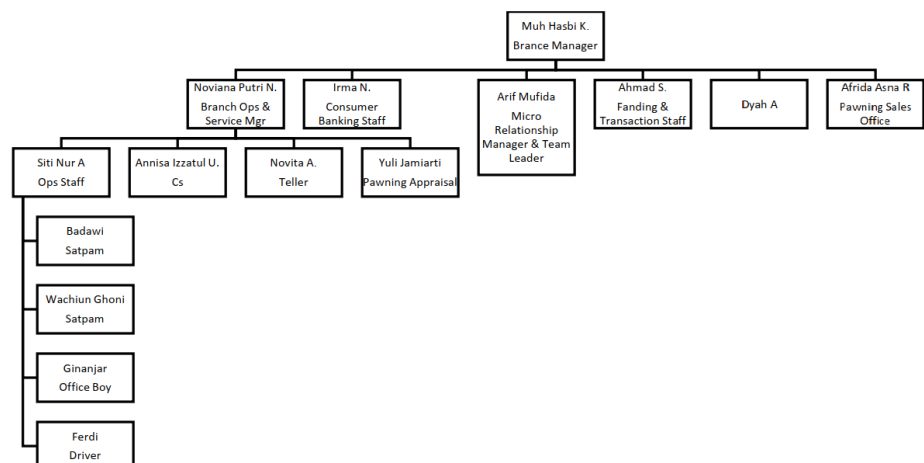
² Muzakir dan Said Abadi, "Efektifitas Publisitas Produk Bank Syariah (Studi Pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Ponorogo)" *Falahiya Research Journal of Islamic Banking and Finance*, Vol. 1, No. 1, (2022), 45.

³ www.bankbsi.co.id (diakses pada tanggal 27 Februari 2022, jam 07.15).

2. Visi dan Misi BSI KCP Ponorogo

- a. Visi : Top 10 global Islamic bank
- b. Misi :
 - 1) Memberikan akses solusi keuangan syariah di Indonesia.
 - 2) Menjadi bank besar yang memberikan nilai terbaik bagi para pemegang saham.
 - 3) Menjadi perusahaan dan kebanggaan talenta terbaik Indonesia⁴

3. Susunan Personalia



Gambar 4.1

Susunan Personalia BSI KCP Ponorogo

⁴ Ibid, (diakses pada tanggal 27 Februari, jam 08.05).

4. Tugas dan Wewenang

Adapun job description jabatan pada Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo adalah sebagai berikut:⁵

a. *Branch Manager*

- 1) Memastikan kelancaran oprasional departemen.
- 2) Mengkordinasi rencana kerja dan anggaran tahunan cabang.
- 3) Mengembangkan dan menerapkan strategi pemasaran produk bank untuk mencapai tingkat, volume atau tujuan, baik dari segi pembiayaan, dan menyediakan jasa-jasa.

b. *Branch Operational & Service Manager*

- 1) Bertanggung jawab pada pelaksanaan fungsi bisnis.
- 2) Mengontrol pelaksanaan fungsi bisnis unit pelayanan nasabah atau unit oprasional.⁶

c. *Customer Service*

- 1) Memberikan pelayanan kepada calon nasabah atau nasabah bank syariah Indonesia.
- 2) Melakukan dan menyelesaikan segala jenis kegiatan, berupa tabungan, deposito, penagihan, besar atau pembayaran, jasa pembukuan.

⁵ Noviana, *Wawancara*, 10 Januari 2023.

⁶ Ibid, *Wawancara*, 10 Januari 2023.

- 3) Memberikan pelayanan kepada pelanggan dengan interaksi tentang sistem manajemen operasional yang tepat untuk memastikan bahwa kebutuhan kedua belah pihak terpenuhi.
- 4) Memberikan informasi kepada nasabah tentang produk yang ditawarkan atau dibutuhkan oleh bank kepada nasabah.

d. *Teller*

- 1) Memberikan pelayanan kepada nasabah yang berhubungan dengan penerimaan dan penarikan uang.
- 2) Mencatat semua transaksi yang terjadi setiap hari.
- 3) Membuat laporan atas transaksi-transaksi yang terjadi kemudian dilaporkan kepada bagian pembukuan.

5. Produk-produk Bank Syariah Indonesia

a. Tabungan

1) BSI Tabungan Bisnis

Tabungan dengan akad *mudharabah muthlaqah* dalam mata uang rupiah yang dapat memudahkan transaksi segmen wirasuwasta dengan limit transaksi harian yang lebih besar dan fitur free biaya RTGS, transfer SKN dan setoran kliring masuk melalui teller dan net banking.⁷

2) BSI Tabungan *Easy Mudharabah*

Tabungan dalam bentuk mata uang rupiah yang penarikan dan setorannya dapat dilakukan setiap saat selama jam

⁷ www.bankbsi.co.id (diakses pada tanggal 27 Februari 2022, jam 07.22).

oprasional kas di kantor bank atau melalui ATM. Keunggulan yang disediakan berupa kemudahan transaksi dengan *mobile banking* dan net banking, gratis biaya tarik tunai di seluruh ATM Bank Mandiri, dapat dibuka melalui pembukaan rekening online.

3) BSI Tabungan *Easy Wadiah*

Tabungan dalam mata uang rupiah yang penarikan dan setorannya dapat dilakukan setiap saat selama jam oprasional kas kantor bank atau melalui ATM.

4) BSI Tabungan Efek Syariah

Tabungan efek syariah dengan akad mudharabah muthlaqah merupakan Rekening Dana Nasabah (RDN) yang diperuntukan untuk nasabah perorangan untuk penyelesaian transaksi efek di pasar modal.⁸

5) BSI Tabungan Haji Indonesia

Tabungan perencanaan haji dan umrah berlaku untuk seluruh usia berdasarkan prinsip syariah dengan akad wadiah dan mudharabah. Tabungan ini tidak dikenakan biaya administrasi bulanan dan dilengkapi fasilitas kartu ATM dan fasilitas E-Channel apabila telah terdaftar di Siskohat (mendapat porsi).

⁸ Ibid, (diakses pada tanggal 27 Februari 2022, jam 07.26).

b. Deposito

1) BSI Deposito Valas

BSI Deposito Valas merupakan investasi berjangka berdasarkan prinsip sayriah dengan mata uang USD. Tersedia jangka waktu mulai dari 1 bulan, 3 bulan, 6 bulan dan 12 bulan.

2) BSI Deposito Rupiah

BSI Deposit Rupiah merupakankan investasi berjangka dengan mata uang rupiah berdasarkan prinsip sayrai h dengan pilihan jangka waktu 1 bulan, 3 bulan, 6 bulan, dan 12 bulan.⁹

c. Giro

1) BSI Giro Valas

BSI Giro Valas merupakan titipan dana ketiga yang dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan cek, Bilyet Giro, sarana perintah pembayaran lain atau dengan pemindahan bukuan untuk menunjang bisnis usaha perorangan maupun non perorangan dalam mata uang valas.

2) BSI Giro Rupiah

BSI Giro Rupiah merupakan titipan dana dari pihak ketiga yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan debit, cek, bilyet giro, sarana perintah pembayaran lainnya atau dengan pemindahan buku untuk

⁹ Ibid, (diakses pada tanggal 27 Februari 2022, jam 07.26).

menunjang bisnis usaha perorangan maupun non perorangan dalam mata uang rupiah.

d. Jasa-jasa Bank Syariah Indonesia

Produk jasa layanan di BSI KCP Ponorogo terdiri dari:¹⁰

1) *BSI Mobile*

Solusi untuk kemudahan nasabah dalam bertransaksi, beribadah dan berbagi melalui beragam fitur dalam satu aplikasi. BSI Mobile menemani nasabah 24 jam dan membuat segalanya menjadi lebih seimbang secara finansial, spiritual dan sosial.

2) *Buka Rekening Online*

Layanan pembukaan rekening online melalui BSI Mobile adalah solusi untuk nasabah yang ingin membuka rekening dengan mudah tanpa harus datang ke Cabang.

3) *BSI Net*

Transaksi bisnis kini lebih mudah melalui layanan BSI Net kapanpun dan dimanapun. Berbagai kemudahan bertransaksi seperti melakukan transfer secara massal dan monitoring transaksi bisa nasabah lakukan di BSI Net.

¹⁰ Ibid, (diakses pada tanggal 27 Februari 2022, jam 08.15).

B. Hasil Pengujian Instrumen

1. Uji Validitas

Tabel 4.1
Hasil Uji Validitas Kepercayaan (X1)

No Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	0,576	0,195	Valid
2	0,723	0,195	Valid
3	0,718	0,195	Valid
4	0,725	0,195	Valid
5	0,668	0,195	Valid
6	0,697	0,195	Valid
7	0,646	0,195	Valid
8	0,790	0,195	Valid

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.1 diketahui bahwa 8 item pernyataan pada variabel kepercayaan (X1) dapat dinyatakan valid karena memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan nilai r_{tabel} yaitu 0,195. Maka 8 item pernyataan yang valid diatas akan digunakan untuk penelitian.

Tabel 4.2
Hasil Uji Validitas Kualitas Layanan *Mobile Banking* (X2)

No Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	0,678	0,195	Valid
2	0,562	0,195	Valid
3	0,596	0,195	Valid
4	0,671	0,195	Valid

5	0,365	0,195	Valid
6	0,710	0,195	Valid
7	0,474	0,195	Valid
8	0,715	0,195	Valid
9	0,643	0,195	Valid
10	0,695	0,195	Valid
11	0,632	0,195	Valid
12	0,749	0,195	Valid

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.2 diketahui bahwa 12 item pernyataan pada variabel kualitas layanan *mobile banking* (X2) dapat dinyatakan valid karena memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan nilai r_{tabel} yaitu 0,195. Maka 12 item pernyataan yang valid diatas akan digunakan untuk penelitian.

Tabel 4.3
Hasil Uji Validitas Kapuasan Nasabah (Y)

No Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	0,771	0,195	Valid
2	0,665	0,195	Valid
3	0,674	0,195	Valid
4	0,695	0,195	Valid
5	0,738	0,195	Valid
6	0,708	0,195	Valid
7	0,715	0,195	Valid
8	0,669	0,195	Valid
9	0,736	0,195	Valid

10	0,695	0,195	Valid
----	-------	-------	-------

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.3 diketahui bahwa 10 item pernyataan pada variabel kepuasan nasabah (Y) dapat dinyatakan valid karena memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan nilai r_{tabel} yaitu 0,195. Maka 10 item pernyataan yang valid diatas akan digunakan untuk penelitian.

2. Uji Reliabilitas

Tabel 4.4
Hasil Uji Reliabilitas Kepercayaan (X1)

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Item	Keterangan
Kepercayaan (X1)	0,849	8	Reliabel

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.4 diketahui bahwa nilai *Cronbach's Alpha* sebesar $0,849 > 0,6$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa 8 item pernyataan pada variabel Kepercayaan (X1) sudah reliabel.

Tabel 4.5
Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Layanan *Mobile Banking* (X2)

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Item	Keterangan
Kualitas Layanan <i>Mobile Banking</i> (X2)	0,860	12	Reliabel

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.5 diketahui bahwa nilai *Cronbach's Alpha* sebesar $0,860 > 0,6$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa 12 item pernyataan pada variabel Kepercayaan (X1) sudah reliabel.

Tabel 4.6
Hasil Uji Reliabilitas Kepuasan Nasabah (Y)

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Item	Keterangan
Kepuasan Nasabah (Y)	0,888	10	Reliabel

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.6 diketahui bahwa nilai *Cronbach's Alpha* sebesar $0,888 > 0,6$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa 10 item pernyataan pada variabel Kepercayaan (X1) sudah reliabel.

C. Hasil Pengujian Deskriptif

1. Deskripsi Responden

Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah pengguna *mobile banking* BSI KCP Ponorogo. Adapun jumlah responden yang ditentukan sebagai sampel adalah sebanyak 100 responden. Setiap responden diberi lembar kuesioner berbentuk Google Formulir untuk memberikan jawaban atas pernyataan yang telah disediakan. Untuk mempermudah mengidentifikasi responden dalam penelitian ini, maka diperlukan gambaran mengenai karakteristik responden. Data responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis kelamin, umur, pendidikan terakhir dan pekerjaan responden. Adapun gambaran karakteristik responden adalah sebagai berikut:

a. Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.7
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
Laki-laki	39	39%
Perempuan	61	61%
Jumlah	100	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.7 di atas dapat diketahui bahwa dari 100 responden, jumlah responden yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 39 responden atau 39%, sedangkan yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 61 responden atau 61%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar nasabah yang menggunakan *mobile banking* di BSI KCP Ponorogo adalah perempuan.

b. Berdasarkan Umur

Tabel 4.8
Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Umur	Jumlah	Persentase (%)
< 20 Tahun	0	0%
20-30 Tahun	73	73%
31-40 Tahun	13	13%
>40 Tahun	14	14%
Jumlah	100	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.8 di atas dapat diketahui bahwa dari 100 responden, jumlah responden yang berumur < 20 tahun sebanyak

0 responden atau 0%, umur 20-30 tahun sebanyak 73 responden atau 73%, umur 31-40 tahun sebanyak 13 responden atau 13%, dan umur >40 tahun sebanyak 14 responden atau 14%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar nasabah yang menggunakan *mobile banking* di BSI KCP Ponorogo berusia 20-30 tahun.

c. Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Tabel 4.9
Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Pendidikan Terakhir	Jumlah	Persentase (%)
SMA/Sederajat	67	67%
D1-D4	13	13%
S1/S2/S3	20	20%
Lainnya	0	0%
Jumlah	100	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.9 di atas dapat diketahui bahwa dari 100 responden, jumlah responden yang berpendidikan terakhir SMA/Sederajat sebanyak 67 responden atau 67%, berpendidikan terakhir D1-D4 sebanyak 13 responden atau 13%, berpendidikan terakhir S1/S2/S3 sebanyak 20 responden atau 20%, dan yang memilih berpendidikan terakhir lainnya sebanyak 0 responden atau 0%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar nasabah yang menggunakan *mobile banking* di BSI KCP Ponorogo berpendidikan terakhir SMA/Sederajat.

d. Berdasarkan Pekerjaan

Tabel 4.10
Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah	Persentase (%)
Pelajar/Mahasiswa	52	52%
PNS	4	4%
Pegawai Swasta	11	11%
Wiraswasta	25	25%
Lainnya	8	8%
Jumlah	100	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.10 di atas dapat diketahui bahwa dari 100 responden, jumlah responden yang mempunyai pekerjaan pelajar/mahasiswa sebanyak 52 responden atau 52%, PNS sebanyak 4 responden atau 4%, pegawai swasta sebanyak 11 atau 11%, wiraswasta sebanyak 25 atau 25%, dan lainnya sebanyak 8 responden atau 8%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar nasabah yang menggunakan *mobile banking* di BSI KCP Ponorogo pekerjaannya adalah pelajar/mahasiswa.

D. Hasil Pengujian Hipotesis

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Tabel 4.11

Hasil Uji *Kolmogorov-Smirnov*
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,68657298
Most Extreme Differences	Absolute	,074
	Positive	,074
	Negative	-,067
Test Statistic		,074
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.11 di ketahui bahwa nilai Unstandardized Asymp.Sig pada variable X1 dan X2 terhadap Y adalah 0,200 > 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa residual berdistribusi normal atau normalitas terpenuhi.

b. Uji Multikolinieritas

Tabel 4.12
Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	VIF	Keterangan
Kepercayaan	1,233	Tidak Terjadi Multikolonieritas
Kualitas Layanan <i>Mobile Banking</i>	1,233	Tidak Terjadi Multikolinieritas

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 4.12 di atas, diketahui:

- 1) Nilai VIF pada variabel kepercayaan $1,233 < 10$ dan nilai tolerance $0,811 > 0,1$ sehingga tidak terjadi multikolinieritas pada variabel kepercayaan.
- 2) Nilai VIF pada variabel kualitas layanan *mobile banking* $1,233 < 10$ dan nilai tolerance $0,811 > 0,1$ sehingga tidak terjadi multikolinieritas pada variabel kualitas layanan *mobile banking*.

c. Uji Heteroskedastisitas

Tabel 4.13
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	T	Sig	Keterangan
Kepercayaan	0,988	0,326	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
Kualitas Layanan <i>Mobile Banking</i>	-1,686	0,095	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.13 pengujian heteroskedastisitas di peroleh data bahwa:

- 1) Nilai signifikansi variabel kepercayaan $0,326 > 0,05$ hal ini menunjukkan bahwa H_0 diterima yang berarti bahwa tidak terjadi kasus heteroskedastisitas atau uji heteroskedastisitas terpenuhi.

- 2) Nilai signifikansi variabel kualitas layanan *mobile banking* $0,095 > 0,05$ hal ini menunjukkan bahwa H_0 diterima yang berarti bahwa tidak terjadi kasus heteroskedastisitas atau uji heteroskedastisitas terpenuhi.

d. Linieritas

Tabel 4.14
Hasil Uji Linieritas

Variabel	<i>Deviation from Linearity</i>	Keterangan
Kepercayaan	0,427	Linier
Kualitas Layanan <i>Mobile Banking</i>	0,161	Linier

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.14 diperoleh hasil uji linieritas:

- 1) Variabel kepercayaan diperoleh nilai *Deviation from Linearity* sebesar $0,427 > 0,05$.
- 2) Variabel kualitas layanan *mobile banking* diperoleh nilai *Deviation from Linearity* sebesar $0,161 > 0,05$.

Dapat disimpulkan antara variabel kepercayaan, kualitas layanan *mobile banking* dan kapuasan nasabah memiliki hubungan yang linier.

2. Hasil Pengujian Hipotesis

a. Hasil Pengujian Pengaruh Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah

1) Analisis Regresi Linier Sederhana X1 terhadap Y

Tabel 4.15
Hasil Regresi Linier Sederhana
(Kepercayaan X1 Terhadap Kepuasan Nasabah Y)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	15,730	2,860		5,499	,000
	Kepercayaan	,626	,107	,508	5,836	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.15 dapat dirumuskan persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 15,730 + 0,626X_1 + e$$

- a) Nilai konstanta (b_0) sebesar 15,730 yang menunjukkan bahwa apabila variabel *independen* yaitu kepercayaan nol atau tidak ada maka kepuasan nasabah sebesar 15,730 satuan.

b) Koefisien (b1) untuk variabel X_1 (kepercayaan), artinya ketika kepercayaan meningkat maka kepuasan nasabah akan mengalami peningkatan. Nilai koefisien regresi (b1) sebesar 0,626 artinya jika kepercayaan dinaikkan sebesar 1 satuan atau dinaikkan satu tingkat, maka kepuasan nasabah naik sebesar 0,626 satuan.

2) Hasil Uji t Pengaruh X_1 Terhadap Y

Tabel 4.16
Hasil Uji t X_1 terhadap Y

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	15,730	2,860		5,499	,000
	Kepercayaan	,626	,107	,508	5,836	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.16 menunjukkan hasil uji T yaitu sebagai berikut:

- Hasil pengujian kepercayaan (X_1) terhadap kepuasan nasabah (Y) nilai t_{hitung} 5,836 > 1,661 t_{tabel} berarti terdapat pengaruh.
- Dengan nilai signifikansi pengujian X_1 terhadap Y yaitu sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga H_0 ditolak.

c) Dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh antara variabel X_1 (kepercayaan) terhadap Y (kepuasan nasabah) secara signifikan.

3) Uji R (Koefisien Determinasi) X_1 terhadap Y

Tabel 4.17
Hasil Koefisien Determinasi Kepercayaan terhadap Kepuasan Nasabah

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,508 ^a	,258	,250	3,185

a. Predictors: (Constant), Kepercayaan

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.17 diketahui bahwa nilai R yang diperoleh sebesar 0,508 yang menunjukkan bahwa hubungan antara X_1 terhadap Y memiliki hubungan positif. Nilai R *Square* yang diperoleh sebesar 0,258 memiliki arti bahwa pengaruh X_1 terhadap Y adalah $0,258 = 25,8\%$ dan sisanya $74,2\%$ dipengaruhi oleh faktor lain selain X_1 yang tidak masuk dalam model.

- b. Hasil Pengujian Pengaruh Kualitas Layanan *Mobile Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah
- 1) Analisis Regresi Linier Sederhana X2 Terhadap Y

Tabel 4.18
Hasil Regresi Linier Sederhana
(Kualitas Layanan *Mobile Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah Y)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7,625	3,071		2,483	,015
	Kualitas Layanan <i>Mobile Banking</i>	,640	,079	,632	8,076	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.18 dapat dirumuskan persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 7,625 + 0,640X_2 + e$$

- a) Nilai konstanta (b_0) sebesar 7,625 yang menunjukkan bahwa apabila variabel *independen* yaitu kualitas layanan *mobile banking* nol atau tidak ada maka kepuasan nasabah sebesar 7,625 satuan.

b) Koefisien (b1) untuk variabel X_2 (kualitas layanan *mobile banking*), artinya ketika kualitas layanan *mobile banking* meningkat maka kepuasan nasabah akan mengalami peningkatan. Nilai koefisien regresi (b1) sebesar 0,640 artinya jika kualitas layanan *mobile banking* dinaikkan sebesar 1 satuan atau dinaikkan satu tingkat, maka kepuasan nasabah naik sebesar 0,640 satuan.

2) Hasil Uji t Pengaruh X_2 Terhadap Y

Tabel 4.19
Hasil Uji t X_2 Terhadap Y

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7,625	3,071		2,483	,015
	Kualitas Layanan <i>Mobile Banking</i>	,640	,079	,632	8,076	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.19 menunjukkan hasil uji T yaitu sebagai berikut:

a) Hasil pengujian kualitas layanan *mobile banking* (X_2) terhadap kepuasan nasabah (Y) nilai $t_{hitung} 8,076 > 1,661 t_{tabel}$ berarti terdapat pengaruh.

- b) Dengan nilai signifikansi pengujian X_2 terhadap Y yaitu sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga H_0 ditolak.
- c) Dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh antara variabel X_2 (kualitas layanan *mobile banking*) terhadap Y (kepuasan nasabah) secara signifikan.
- 3) Uji R (Koefisien Determinasi) X_2 Terhadap Y

Tabel 4.20
Hasil Koefisien Determinasi Kualitas Layanan *Mobile Banking* terhadap Kepuasan Nasabah

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,632 ^a	,400	,393	2,865

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

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.20 diketahui bahwa nilai R yang diperoleh sebesar 0,632 yang menunjukkan bahwa hubungan antara X_2 terhadap Y memiliki hubungan positif. Nilai R Square yang diperoleh sebesar 0,400 memiliki arti bahwa pengaruh X_2 terhadap Y adalah $0,400 = 40\%$ dan sisanya 60% dipengaruhi oleh faktor lain selain X_2 yang tidak masuk dalam model.

c. Hasil Pengujian X_1 dan X_2 Secara Simultan Terhadap Y

1) Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 4.21

Hasil Uji Regresi Linier Berganda Kepercayaan X_1 dan Kualitas Layanan *Mobile Banking* X_2 Terhadap Kepuasan Nasabah Y
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standard ized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,112	3,184		,977	,331
	Kepercayaan	,354	,101	,288	3,493	,001
	Kualitas Layanan <i>Mobile Banking</i>	,513	,083	,507	6,162	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.21 dapat dirumuskan persamaan

regresi sebagai berikut:

$$Y = 3,112 + 0,354X_1 + 0,513X_2 + e$$

a) Nilai konstanta (b_0) sebesar 3,112 yang menunjukkan bahwa apabila variabel *independen* yaitu kepercayaan dan kualitas layanan *mobile banking* nol atau tidak ada maka kepuasan nasabah sebesar 3,112 satuan.

b) Koefisien (b_1) untuk variabel X_1 (kepercayaan), artinya ketika kepercayaan meningkat maka kepuasan nasabah akan mengalami peningkatan. Nilai koefisien regresi (b_1) sebesar 0,354 artinya jika kepercayaan dinaikkan sebesar 1

satuan atau dinaikkan satu tingkat, maka kepuasan nasabah naik sebesar 0,354 satuan.

- c) Koefisien (b₂) untuk variabel X₂ (kualitas layanan *mobile banking*), artinya ketika kualitas layanan *mobile banking* meningkat maka kepuasan nasabah akan mengalami peningkatan. Nilai koefisien regresi (b₂) sebesar 0,513 artinya jika kualitas layanan *mobile banking* dinaikkan sebesar 1 satuan atau dinaikkan satu tingkat, maka kepuasan nasabah naik sebesar 0,513 satuan

2) Uji F (X₁ dan X₂) Terhadap Y

Tabel 4.22

Uji F Variabel Kepercayaan dan Kualitas Layanan *Mobile Banking* terhadap Kepuasan Nasabah

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	625,210	2	312,605	42,436	,000 ^b
	Residual	714,550	97	7,366		
	Total	1339,760	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

b. Predictors: (Constant), Kualitas Layanan Mobile Banking, Kepercayaan

Sumber: Data primer yang diambil, 2023

Berdasarkan tabel 4.22 menunjukkan bahwa nilai signifikansi yang diperoleh sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga H_0 ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa variabel X₁ (Kepercayaan) dan X₂ (Kualitas Layanan *Mobile Banking*)

secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Y (Kepuasan Nasabah).

- 3) Uji R (Koefisien Determinasi) X_1 dan X_2 Terhadap Y Secara Simultan Terhadap Kepuasan Nasabah

Tabel 4.23
Hasil Koefisien Determinasi Kepercayaan dan Kualitas Layanan *Mobile Banking* terhadap Kepuasan Nasabah

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,683 ^a	,467	,456	2,714

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

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.23 diketahui bahwa nilai R diperoleh sebesar 0,683 yang menunjukkan bahwa hubungan antara X_1 dan X_2 secara simultan terhadap Y tergolong kuat karena mendekati 1. Nilai *R Square* yang diperoleh sebesar 0,467 memiliki arti bahwa pengaruh X_1 dan X_2 terhadap Y adalah sebesar $0,467 = 46,7\%$ dan sisanya $53,3\%$ dipengaruhi oleh faktor lain selain X_1 dan X_2 yang tidak masuk dalam model.

E. Pembahasan

1. Pengaruh Kepercayaan Secara Parsial Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Ponorogo

Hasil pengujian yang telah dilakukan menyatakan bahwa Kepercayaan tidak berpengaruh parsial terhadap Kepuasan Nasabah. Berdasarkan hasil uji parsial (uji t) diperoleh hasil t_{hitung} sebesar 5,836 $> 1,661 t_{tabel}$, artinya H_0 ditolak. Hal ini berarti terdapat pengaruh antara Kepercayaan terhadap Kepuasan Nasabah. Diketahui nilai signifikansi untuk kepercayaan sebesar $0,000 < 0,05$ artinya Kepercayaan berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Nasabah. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah.

Hubungan antara Kepercayaan dan Kepuasan Nasabah yaitu jika kepercayaan nasabah tinggi dalam menggunakan *mobile banking* maka dapat meningkatkan kepuasan nasabah. Kemudian, nasabah yang menggunakan *mobile banking* akan merasa lebih yakin lagi akan produk jasa yang dikeluarkan oleh BSI sehingga akan menggunakan produk *mobile banking* terus menerus. Kepercayaan akan meningkat bila informasi yang diterima dinilai akurat, relevan, dan lengkap, Tingkat kepercayaan juga dipengaruhi oleh pengalaman di masa lalu, pengalaman positif yang konsisten di masa lalu dengan suatu pihak akan meningkatkan rasa saling percaya sehingga akan menumbuhkan

harapan akan hubungan yang baik di masa yang akan datang, ada lima tindakan yang menunjukkan suatu kepercayaan: menjaga hubungan, menerima pengaruh, terbuka dalam komunikasi, mengurangi pengawasan, dan kesabaran akan faham.¹¹

Menurut Doni Juni Priansa, kepercayaan adalah sebuah harapan yang dipegang oleh seorang individu atau sebuah kelompok ketika perkataan, janji, pernyataan lisan atau tulisan dari seorang individu atau kelompok lainnya dapat diwujudkan.¹² Kepercayaan akan meningkat bila informasi yang diterima dinilai akurat, relevan, dan lengkap, Tingkat kepercayaan juga dipengaruhi oleh pengalaman di masa lalu, pengalaman positif yang konsisten di masa lalu dengan suatu pihak akan meningkatkan rasa saling percaya sehingga akan menumbuhkan harapan akan hubungan yang baik di masa yang akan datang.¹³

Berdasarkan hasil hipotesis diatas maka dapat dijelaskan bahwa kepercayaan berpengaruh parsial terhadap kepuasan nasabah pada BSI KCP Ponorogo. Dengan adanya kepercayaan nasabah yang tinggi dalam menggunakan *mobile banking* maka dapat meningkatkan kepuasan nasabah serta merasa lebih yakin lagi akan layanan *electronic* yang dikeluarkan oleh BSI sehingga akan menggunakan BSI *mobile* terus menerus. Penelitian ini didukung penelitian yang dilakukan oleh

¹¹ Soetomo, *Ilmu Sosiatri*, hal 45.

¹² Doni Juni Priansa, *Perilaku Konsumen*, (Bandung, Alfabeta: 2017), h.115

¹³ Soetomo, *Ilmu Sosiatri: Lahir dan Berkembang dalam Keluarga Besar Ilmu Sosial, Sosiatri, Ilmu, dan Metode*, (Yogyakarta: Aditya Media, 2002), h. 45.

Ajeng Fitriani dengan judul Kepercayaan Nasabah Terhadap Bank Syariah (Studi Kasus BPRS Aman Syariah Sekampung). Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa Kualitas layanan *mobile banking* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.¹⁴

2. Pengaruh Kualitas Layanan *Mobile Banking* Secara Parsial Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Ponorogo.

Hasil pengujian yang telah dilakukan bahwa Kualitas Layanan *Mobile Banking* berpengaruh parsial terhadap Kepuasan Nasabah. Berdasarkan hasil uji parsial (uji t) diperoleh hasil t_{hitung} sebesar 8,076 > 1,661 t_{tabel} , artinya H_0 ditolak. Hal ini berarti terdapat pengaruh antara Kualitas Layanan *Mobile Banking* terhadap Kepuasan Nasabah. Diketahui nilai signifikansi untuk Kualitas Layanan *Mobile Banking* sebesar $0,000 < 0,05$ artinya Kualitas Layanan *Mobile Banking* berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Nasabah. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Kualitas Layanan *Mobile Banking* berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah.

Berdasarkan hasil hipotesis diatas maka dapat dijelaskan bahwa kualitas layanan *mobile banking* berpengaruh parsial terhadap kepuasan nasabah pada BSI KCP Ponorogo. Sehingga, jika semakin baik kualitas

¹⁴ Ajeng Fitriani, "Kepercayaan Nasabah Terhadap Bank Syariah (Studi Kasus BPRS Aman Syariah Sekampung)," *Skripsi* (Metro: IAIN Metro, 2019), 46.

mobile banking maka akan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Hal ini mengindikasikan bahwa kualitas layanan *mobile banking* di BSI KCP Ponorogo dipengaruhi oleh kepuasan nasabah. Pada penelitian ini mengeluarkan hasil yang parsial yang berarti semakin tinggi kualitas layanan *mobile banking* akan meningkatkan kepuasan nasabah.

Menurut Hardiansyah, Kualitas didefinisikan sebagai totalitas dari karakteristik suatu produk (yang menunjang kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dispesifikasikan atau ditetapkan.¹⁵ Layanan elektronik (*electronic service*) adalah istilah yang sangat generik, biasanya mengacu pada penyediaan layanan melalui internet, sehingga layanan elektronik bisa juga termasuk perdagangan internet, mungkin juga termasuk layanan nonkomersial (*online*), yang biasanya disediakan oleh pemerintah.¹⁶

Penelitian ini didukung penelitian yang dilakukan oleh Ratnawaty Marginingsih dengan judul *Kualitas Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BRI (Studi Pada Pengguna BRI Mobile Di Kota Depok)*. Hasil penelitian tersebut menunjukkan *Kualitas Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah* secara keseluruhan memperoleh hasil yang positif dan signifikan.¹⁷

¹⁵ Hardiansyah, *Kualitas Pelayanan Publik*, (Yogyakarta: Gava Media, 2011), 49.

¹⁶ Ratminto, Fidya Shabrina, Rima Ranintya Yusuf, Lutfi Untung Angga Laksana, Sri Wahyuni, Susi Apriyanti, *Pelayanan Prima: Pedoman Penerapan Momen Kritis Pelayanan dari A sampai Z* (Yogyakarta: UGM Press, 2018), 62.

¹⁷ Ratnawaty Marginingsih, "Kualitas *Mobile Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BRI (Studi Pada Pengguna BRI Mobile Di Kota Depok)," *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, Volume 7, Nomor 1, (2020), 31.

3. Pengaruh Kepercayaan Dan Kualitas Layanan *Mobile Banking* Secara Simultan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Ponorogo.

Hasil pengujian hipotesis pada penelitian ini menyatakan bahwa kepercayaan dan kualitas layanan *mobile banking* berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan nasabah di BSI KCP Ponorogo. Berdasarkan hasil uji simultan (uji f) sebagaimana terlihat pada tabel 4.22 diperoleh nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga H_0 ditolak. Artinya kepercayaan dan kualitas layanan *mobile banking* berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan nasabah di BSI KCP Ponorogo.

Selanjutnya, berdasarkan tabel 4.23 diperoleh hasil nilai R square sebesar 0,467 menunjukkan bahwa kepercayaan dan kualitas layanan *mobile banking* mampu menunjukkan pengaruh dari kepuasan nasabah sebesar 46,7% dan sisanya sebesar 53,3% dipengaruhi variabel lain yang tidak masuk dalam model. Dengan kata lain semakin tinggi kepercayaan dan kualitas layanan *mobile banking* maka akan semakin berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di BSI KCP Ponorogo. Dapat disimpulkan bahwa berdasarkan hasil uji simultan (uji f) variabel independen yaitu kepercayaan dan kualitas layanan *mobile banking* berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan nasabah di BSI KCP Ponorogo.

Menurut Kevin Putra Mahendra dan Ratih Indriyani, Kepercayaan nasabah berhubungan erat dengan kepuasan nasabah terhadap produk, jasa dan layanan yang digunakan oleh nasabah. Sehingga kepuasan itu akan muncul jika hasil dari produk yang digunakan oleh nasabah ialah memuaskan.¹⁸ Sedangkan menurut Rahman Mulyawan, kualitas layanan elektronik bukan dilihat dari sudut pandang penyedia jasa, namun dari pandangan para nasabah. Jika kualitas layanan elektronik yang dirasakan oleh pelanggan sesuai dengan yang mereka harapkan, maka pelayanan tersebut akan dianggap baik dan memuaskan nasabah. Jika kualitas layanan elektronik yang diberikan pihak penyedia jasa terhadap nasabah telah melampaui harapannya, maka nasabah akan menganggap kualitas layanan elektronik sebagai kualitas yang ideal. Sebaliknya, jika kualitas layanan elektronik yang dirasakan oleh nasabah tidak sesuai atau dibawah harapannya, maka kualitas layanan elektronik akan dianggap kurang baik atau tidak memuaskan.¹⁹

Hasil penelitian tersebut didukung oleh hasil penelitian yang dilakukan oleh Thalia Claudia Mawey, Altje L. Tumbel dan Imelda W.J. Ogi yang berjudul Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank SulutGo. Dalam penelitian

¹⁸ Kevin Putra Mahendra dan Ratih Indriyani, "Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan CV. Mitra Perkasa Utomo, *Anggora*, Vol. 7, No. 1, 2018.hlm. 2

¹⁹ Rahman Mulyawan, *Birokrasi dan Pelayanan Publik*, (Sumedang: UNPAD PRESS, 2016), 47-48

tersebut menghasilkan secara simultan Kepercayaan dan Kualitas Layanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan nasabah Bank SulutGo.²⁰

Solusinya Bank Syariah Indonesia harus mempertahankan atau meningkatkan rasa kepercayaan nasabah serta kualitas layanan *mobile banking* sehingga dapat lebih meningkatkan kepuasan nasabah di BSI KCP Ponorogo.



²⁰ Thalia Claudia Mawey, Altje L. Tumbel dan Imelda W.J. Ogi, “Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank SulutGo,” *Jurnal EMBA*, Volume 6, Nomor 3, (2018), 1206.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan mengetahui pengaruh kepercayaan dan kualitas layanan *mobile banking* terhadap kepuasan nasabah pada BSI KCP Ponorogo. Penelitian ini menggunakan 100 responden. Berdasarkan data yang telah dikumpulkan dan diuji menggunakan bantuan software SPSS 25 maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kepercayaan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan nasabah di BSI KCP Ponorogo. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil pengujian kepercayaan terhadap kepuasan nasabah, hasil uji parsial (uji t) diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel} = 5,836 > 1,661$ dan diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,000 > 0,05$, maka H_01 ditolak yang artinya kepercayaan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan nasabah di BSI KCP Ponorogo
2. Kualitas layanan *mobile banking* berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan nasabah di BSI KCP Ponorogo. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil pengujian kualitas *mobile banking* terhadap kepuasan nasabah, hasil uji parsial (uji t) diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel} = 8,076 > 1,661$ dan diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,000 > 0,05$, maka H_02 ditolak yang artinya kualitas layanan *mobile banking* berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan nasabah di BSI KCP Ponorogo.

3. kepercayaan dan kualitas layanan *mobile banking* berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan nasabah di BSI KCP Ponorogo. Hal tersebut dapat dilihat dari pengujian kepercayaan dan kualitas layanan *mobile banking* terhadap kepuasan nasabah, hasil uji simultan (uji f) diperoleh nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga H_0 ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa variabel kepercayaan (X1) dan kualitas layanan *mobile banking* (X2) berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan nasabah (Y) di BSI KCP Ponorogo.

B. Saran

1. Diharapkan kepada Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo harus mampu meningkatkan segala upaya yang mampu meningkatkan kepercayaan nasabah terhadap penggunaan *mobile banking*.
2. Diharapkan kepada Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo untuk memberikan kualitas layanan *mobile banking* yang lebih baik lagi agar mampu meningkatkan kepuasan nasabah yang menggunakan layanan jasa *mobile banking* tersebut.
3. Sebaiknya pihak perbankan juga perlu mengetahui keinginan dari nasabah yang sebenarnya ketika mereka menggunakan layanan jasa *mobile banking*. Hal tersebut dilakukan agar yang diharapkan oleh nasabah terpenuhi sehingga kepuasan nasabah akan meningkat.

DAFTAR PUSTAKA

Daftar Buku

- Agung, Anak Agung Putu. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Malang: UB Press, 2012.
- Firmansyah, M. Anang. *Perilaku Konsumen: Sikap dan Pemasaran*. Yogyakarta: Deepublish, 2018.
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS, IV*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP, 2006.
- Hardiansyah. *Kualitas Pelayanan Publik*. Yogyakarta: gava Media, 2011.
- Jogiyanto. *Sistem Informasi Keperilakuan Edisi revisi*. Yogyakarta: Andi Offset, 2007.
- Juliandi, Azuar. dkk. *Metodologi Penelitian Bisnis: Konsep dan Aplikasi*. Medan: UMSU Press, 2014.
- Kaihatu, Thomas S. dkk. *Manajemen Komplain*. Yogyakarta: Andi, 2015.
- Kasmir. *Manajemen Perbankan*. Jakarta: Rajawali Pers, 2012.
- Kotler. Philip dan Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga, 2009.
- Kurniawan, Robert. *Analisis Regresi Dasar dan Penerapannya dengan R*. Jakarta: Kencana, 2016.
- Machali, Imam. *Metode Penelitian Kuantitatif Panduan Praktis Merencanakan, Melaksanakan dan Analisis dalam Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: MPI, 2016.
- Mowen, John C. dan Michael Minor. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Penerbit Erlangga, 2002.
- Mulyawan, Rahman. *Birokrasi dan Pelayanan Publik*. Sumedang: UNPAD PRESS, 2016.
- Priansa, Doni Juni. *Perilaku Konsumen*. Bandung, Alfabeta: 2017.
- Priyono. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Surabaya: Zifatama Publishing, 2016.
- Purwoto, Agus. *Panduan Laboratorium Statistika Inferensial*. Jakarta: Grasindo, 2007.
- Rangkuti, Freddy. *Customer Service Satisfaction & Call Center Berdasarkan Iso 900*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2013.
- Ratminto. dkk. *Pelayanan Prima: Pedoman Penerapan Momen Kritis Pelayanan dari A sampai Z*. Yogyakarta: UGM Press, 2018.
- Riduwan. *Belajar Mudah Penelitian Untuk Guru Karyawan dan Peneliti Pemula*. Bandung: Alfabeta, 2012.
- Riswandi, Budi Agus. *Aspek Hukum Internet Banking*. Yogyakarta: Persada, 2005.
- Rustanti, Ninik. *Buku Ajar Ekonomi Pangan dan Gizi*. Yogyakarta: Deepublish, 2015.
- Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah. *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset, 2013.

- Santoso, Singgih. *Mahir Statistik Parametrik: Konsep Dasar dan Aplikasi dengan SPSS*. Jakarta: Elex Media Komputindo, 2018.
- Santoso, Singgih. *Statistika Multivariat*. Jakarta: Elex Media Komputindo, 2010.
- Silalahi, Ulber. *Metode Penelitian Sosial Kuantitatif*. Bandung: Refika Aditama, 2015.
- Siregar, Syofian. *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*. Jakarta: Kencana, 2017.
- , *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi dengan Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*. Jakarta: Bumi Aksara, 2017.
- Siyoto, Sandu dan M. Ali Sodik. *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015.
- Soetomo. *Ilmu Sosiatri: Lahir dan Berkembang dalam Keluarga Besar Ilmu Sosial, Sosiatri, Ilmu, dan Metode*. Yogyakarta: Aditya Media, 2002.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2015.
- Suharsimi, Arikunto. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta : Rineka Cipta, 2014.
- Sujianto, Agus Eko. *Aplikasi Statistika Dengan SPSS 16.0*. Jakarta: Prestasi Pustaka, 2009.
- Sumarwan, Ujang. *Prilaku Konsumen: Teori Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor: Graha Indonesia, 2011.
- Sunyoto, Danang. *Metodelogi Penelitian Ekonomi: Alat Statistik Dan Analisis Output Komputer*. Yogyakarta: CAPS, 2011.
- Supranto, J. *Statistik: Teori dan Aplikasi*. Jakarta: Erlangga, 2000.
- Supriyono, Muryanto. *Buku Pintar Perbankan*. Yogyakarta: C.V Andi Offset, 2011.
- Suryani dan Hendryadi. *Metode Riset Kuantitatif: Teori Aplikasi pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Bisnis*. Jakarta: Kencana, 2015.
- Suryani, Tatik. *Manajemen Strategik Bank di Era Global: Menciptakan Nilai Unggul untuk Kepuasan Nasabah*. Jakarta: Prenadamedia Group, 2017.
- Timotius, Kris H. *Pengantar Metodologi Penelitian: Pendekatan Manajemen Pengetahuan untuk Perkembangan Pengetahuan*. Yogyakarta: Andi, 2017.
- Tirtana, Irwan dan Shinta Permata Sari. *Analisis Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan dan kepercayaan Terhadap Penggunaan Mobile Banking*. 2014.
- Tjiptono, Fandy. *Strategi Bisnis*. Yogyakarta: Andi, 2001.
- , *Total Quality Manajemen*. Yogyakarta: Andi, 2003.

- , *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi, 2006.
- , *Perspektif Manajemen dan Pemasaran Kontemporer*. Yogyakarta: Andi, 2000.
- , dan Chandra. *Service, Quality, dan Satisfaction, Edisi Ke-4*. Yogyakarta: Andi, 2015.
- Wulansari, Andhita Dessy. *Aplikasi Statistika Parametrik dalam Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Felicha, 2016.
- Yusmad, Muammar Arafat. *Aspek Hukum Perbankan Syariah dari Teori ke Praktik*. Yogyakarta: Deepublish, 2018.

Daftar Jurnal

- Darsono, L.I. dan Dharmmesta, B.S. “*Kontribusi Involvement dan Thrust in Brand dalam Membangun Loyalitas Pelanggan*.” Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia. Nomor 3. Volume 20. 2005: 27.
- Delvi, Olyvia dan Mila Fursiana Salma Susfiroh. “*Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan Mobile Banking Pada BRI Syariah KCP Weleri*,” Jurnal Akuntansi, Manajemen dan Perbankan Syariah. Volume 1. Nomor 1. 2021: 69.
- Djarmiko yang dikutip oleh Mike Suharini. “*Persepsi Nasabah Terhadap Penerapan Sistem Layanan Produk dan Jasa E-Banking*.” Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi. Volume 15. Nomor 3. 2008: 168.
- Japlani, Ardiansyah Japlani. dkk. “*Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Cabang BMT Fajar Metro Pusat*,” Jurnal Ilmiah Keuangan dan Perbankan. Volume 3. Nomor 1. 2020: 83.
- Kurniawati, Hanif Astika. dkk. “*Analisis Minat Penggunaan Mobile Banking Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) Yang Telah Dimodifikasi*.” Jurnal Ekonomi Bisnis dan Akutansi. Volume IV. Nomor 1. Oktober 2017: 24.
- Lutfiatin, Vivi dan Luthfi Hadi Aminuddin. “*Strategi Customer Service Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Kidul wonosari Dalam Meningkatkan Pelayanan Prima terhadap Prinsip Syariah*.” Asy-Syarikah Jurnal Lembaga Keuangan, Ekonomi dan Bisnis Islam. Volume 4. Nomor 2. 2022: 132.
- Mahendra, Kevin Putra dan Ratih Indriyani. “*Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan CV. Mitra Perkasa Utomo*” Anggora, Vol. 7, No. 1, 2018, 2.
- Mandiri, Asri Cahya. “*Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan Bri Mobile (Brimo)*,” Jurnal Akuntansi, Keuangan dan Perbankan. Volume 8. Nomor 1. 2021: 1429.

- Marginingsih, Ratnawaty. *“Kualitas Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BRI (Studi Pada Pengguna BRI Mobile Di Kota Depok),”* Jurnal Akuntansi dan Keuangan. Volume 7. Nomor 1. 2020: 31.
- Mawey, Thalia Claudia. *“Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank SulutGo,”* Jurnal EMBA. Volume 6. Nomor 3. 2018: 1206.
- Muzakir dan Said Abadi. *“Efektifitas Publisitas Produk Bank Syariah (Studi Pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Ponorogo”* Falahiya Research Journal of Islamic Banking and Finance. Volume 1. Nomor 1. 2022: 45.
- Nawangsari, Sri dan Nadea Dwirahma Putri. *“Pengaruh E-Service Quality dan E-Trust Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna BNI Mobile Banking Melalui Citra Bank Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Nasabah Pengguna BNI Mobile Banking Di Kota Depok),”* Jurnal Ilmiah MATRIK. Volume 22. Nomor 1. 2020: 61.
- Nawangsari, Sri dan Retno Widiastuti. *“Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan dan Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank (Studi Kasus Pada Pt Bank Dki – Depok),”* Jurnal SIBATIK. Volume 22. Nomor 2. 2018: 54.
- Nurdin, Nurdin. dkk. *“Pengaruh Pelayanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Palu),”* Jurnal Ilmu Perbankan dan Keuangan Syariah, Volume 2, Nomor 1, 2020: 102.
- Prawiramulia, Gangsar . *“Pengaruh Kualitas Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Mandiri (Studi pada Pengguna Mandiri Mobile di Kota Bandung).”* Journal. Volume 1. Nomor 3. 2014: 2.
- Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah. *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis disertai Himpunan Jurnal Penelitian.* Yogyakarta: Andi Offset, 2013.
- Shofiah, Siti May. *“Pengaruh Kualitas Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BJB (Studi Pada Pengguna BJB DIGI di Kota Bandung),”* Jurnal Ilmiah MEA. Volume 6. Nomor 2. 2022: 10.
- Sofya, Nora Dery. *“Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking dan Tingkat Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank NTB Syariah Cabang Sumbawa,”* Jurnal TAMBORA. Volume 4. Nomor 2A. 2020: 45.
- Sulistyawati, Ni Made Arie dan Ni Ketut Seminari. *“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Indus Ubud Gianyar.”* E-Jurnal Manajemen Unud. Volume 4. Nomor 8. 2015: 320.

Daftar Skripsi

- Adelia, Melfi. *“Pengaruh Layanan M-Banking Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Bank BNI Syariah KCP Rajabasa).”* Skripsi. Metro: IAIN Metro, 2020:60.

- Dwinurpitasari, Yeni Anda Dwinurpitasari. *“Pengaruh Kualitas layanan dan Produk Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah pada BRI Syariah KCP Ponorogo.”* Skripsi. Ponorogo: IAIN Ponorogo, 2016: 14.
- Fitriani, Ajeng. *“Kepercayaan Nasabah Terhadap Bank Syariah (Studi Kasus BPRS Aman Syariah Sekampung),”* Skripsi. Metro: IAIN Metro, 2019: 46.
- Herdiansyah, *“Analisis Kepuasan Nasabah Terhadap Kualitas Mobile Banking (Studi Kasus Pada Bank BNI Syariah Cabang Mataram),”* Skripsi. Mataram: UIN Mataram, 2020: 85.
- Jayadi, Seneng. *“Pengaruh Kepercayaan Nasabah dan Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Bertransaksi di Bank Syariah (Studi Pada Bank Syariah Indonesia),”* Skripsi. Mataram: UIN Mataram, 2022: 70.
- Pasaribu, Nur Aisyah Febriani. *“Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Bank Rakyat Indonesia Syariah di Yogyakarta,”* Skripsi. Yogyakarta: UII Yogyakarta, 2020: 70.
- Sebayang, Aldhisa Amanda. *Pengaruh Risiko, Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Penggunaan Layanan Mobile Banking.* Skripsi. Universitas Lampung Bandar Lampung. 2017: 15.

Daftar Internet

- Dwi Hadya Jayani, “Indonesia peringkat kelima dunia dalam jumlah pengguna internet,” dalam <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/09/11/indonesia-peringkat-kelima-dunia-dalam-jumlah-pengguna-internet>, (diakses pada tanggal 16 November 2022, jam 22.34).
- Fajar Widhiyanto, “Transaksi Mobile Banking BSI Naik 97,4%,” dalam <https://investor.id/finance/260397/transaksi-mobile-banking-bsi-naik-974>, (diakses pada tanggal 14 November 2022, Jam 20.55).
- <https://bsimobile.co.id/fitur-layanan/>, (diakses pada tanggal 21 November 2022, jam 23.43).
- <https://quran.kemenag.go.id/surah/4/29> “Surat An-Nisa ayat 29” (Diakses pada tanggal 27 Februari 2023, jam 20.15 WIB)
- www.bankbsi.co.id (diakses pada tanggal 27 Februari 2022, jam 07.15).

Daftar Wawancara

- Alfina, Wawancara, 19 November 2022
- Asnafi Hildan Syah, Wawancara, 17 November 2022.

Noviana Putri, *Wawancara*, 10 Januari 2023.

Siti, *Wawancara*, 10 Januari 2023.

