

**PENGARUH KEMUDAHAN, KUALITAS LAYANAN DAN
FITUR BSI MOBILE TERHADAP KEPUASAN NASABAH DI
BANK SYARIAH INDONESIA KANTOR CABANG
PEMBANTU BLITAR TANJUNG**

SKRIPSI



Oleh:

Devi Aisyah Nurfadillah

NIM 402190030

**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
P O N O R O G O
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO**

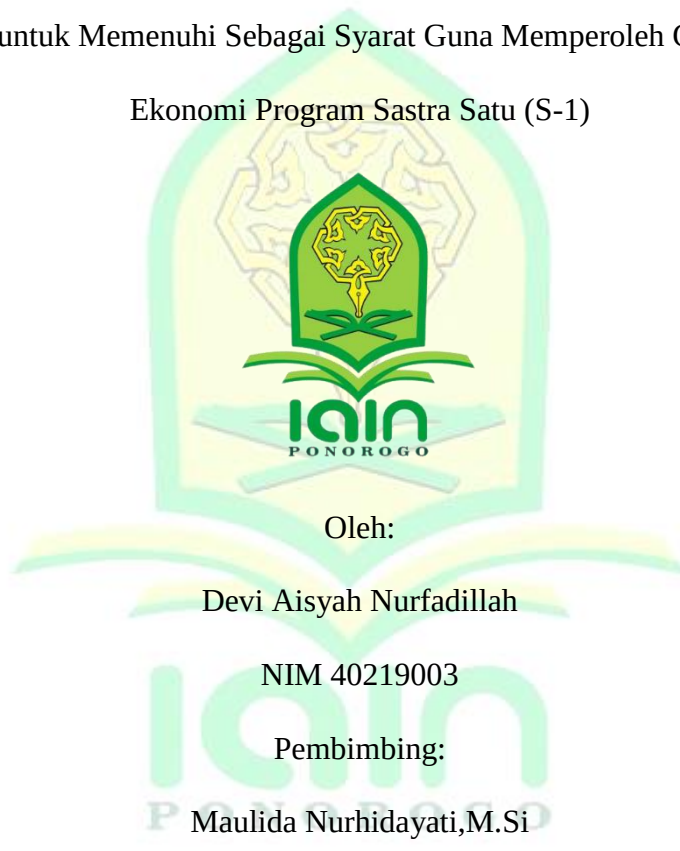
2023

**PENGARUH KEMUDAHAN, KUALITAS LAYANAN DAN
FITUR BSI MOBILE TERHADAP KEPUASAN NASABAH DI
BANK SYARIAH INDONESIA KANTOR CABANG
PEMBANTU BLITAR TANJUNG**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagai Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana

Ekonomi Program Sastra Satu (S-1)



Oleh:

Devi Aisyah Nurfadillah

NIM 40219003

Pembimbing:

Maulida Nurhidayati, M.Si

NIP. 198910222018012001

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

2023

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Devi Aisyah Nurfadillah

NIM : 402190030

Jurusan : Perbankan Syariah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul :

PENGARUH KEMUDAHAN KUALITAS LAYANAN DAN FITUR BSI MOBILE
BANKING TERHADAP KEPUASAN NASABAH DI BANK SYARIAH INDONESIA
KANTOR CABANG PEMBANTU BLITAR TANJUNG

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

Ponorogo, 2 Mei 2023

Pembuatan Pertanyaan,



Devi Aisyah Nurfadillah

Nim: 402190030



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

NO	NAMA	NIM	JURUSAN	JUDUL
1	Devi Aisyah Nurfadillah	402190030	Perbankan Syariah	Pengaruh Kemudahan, Kualitas Layanan Dan Fitur BSI Mobile Terhadap Kepuasan Nasabah Di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Blitar Tanjung

Yang bertandatangan di bawah ini menerangkan bahwa skripsi atas nama:

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

Mengetahui,
Ketua Jurusan Perbankan Syariah



Ponorogo, 2 Mei 2023

Menyetujui,
Dosen Pembimbing

Maulida Nurhidavati, M.Si.

NIP.198910222018012001



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 Kemudahan, Kualitas Layanan Dan Fitur BSI Mobile Terhadap Kepuasan Nasabah Di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Blitar Tanjung
Nama : Devi Aisyah Nurfadillah
NIM : 402190030
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 sarjanadalam bidang Ekonomi.

Dewan Penguji:

Ketua Sidang
Muhtadin Amri, M.S.Ak.
NIP. 198907102018011001

(.....)

Penguji I
Dr. Hj. Ely Masykuroh, MSI
NIP. 197202111999032003

(.....)

Penguji II
Maulida Nurhidayati, M. Si.
NIP. 198910222018012001

(.....)

Ponorogo, 17 Mei 2023

Mengesahkan,

Dekan FEBI IAIN Ponorogo

(.....)

Dr. H. Luthfi Hadi Aminuddin, M.Ag.
NIP. 197207142000031005

SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI

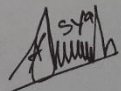
Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Devi Aisyah Nurfadillah
NIM : 402190030
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Perbankan Syariah
Judul Skripsi/Tesis : Pengaruh Kemudahan, Kualitas Layanan Dan Fitur BSI Mobile Terhadap Kepuasan Nasabah Di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Blitar Tanjung.

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 saya untuk dapat dipergunakan semestinya.

Ponorogo, 26 Mei 2023
Penulis



Devi Aisyah Nurfadillah

ABSTRAK

Nurfadillah, Devi Aisyah. Pengaruh Kemudahan, Kualitas Layanan Dan Fitur BSI Mobile Banking Di Bank Syariah Indonesia Kanttor Cabang Pembantu Blitar Tanjung. *Skripsi*. 2023. Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, Pembimbing: Maulida Nurhidayati, M.Si

Kata kunci : Kemudahan, Kualitas Layanan, Fitur, Kepuasan Nasabah

Perkembangan teknologi informasi yang pada saat ini semakin pesat sehingga dapat membuat pergerakan sektor bisnis kearah yang digitalisasi, kemampuan teknologi mempunyai peranan yang sangat penting dalam kegiatan bisnis serta dapat memberikan informasi secara cepat dan akurat. Teknologi informasi ini telah memberikan dampak yang cukup besar diberbagai sektor tidak terkecuali juga pada sektor perbankan. Perbankan adalah lembaga yang mempunyai peran utama dalam membangun suatu negara. Peran ini terwujud dalam fungsi bank sebagai lembaga intermediasi keuangan (*financial intermediary institution*), yakni menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat. *Mobile banking* merupakan suatu fasilitas perbankan yang berfungsi untuk dapat memberikan kemudahan kepada nasabah dalam beraktifitas khususnya transaksi perbankan dengan tidak hadir langsung (*on the spot*) selain pengambilan uang tunai. Keunggulan yang dimiliki *Mobile banking* yakni nasabah bisa melakukan aktifitas transaksi dimanapun dan kapanpun.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji dan menganalisis pengaruh kemudahan, kualitas layanan dan fitur terhadap kepuasan nasabah BSI KCP Blitar Tanjung secara parsial maupun simultan. Penelitian ini menggunakan rancangan penelitian kuantitatif. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan kuesioner dalam pengambilan data. Sementara untuk mengetahui jumlah sampel peneliti menggunakan perhitungan rumus *Cochran* dan menggunakan teknik sampling insidental. Dalam melakukan pengolahan dan analisis data, peneliti menggunakan uji asumsi klasik, uji regresi linear berganda, uji R^2 , dan uji hipotesis (uji t dan uji F).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemudahan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah di Bank Syariah Indonesia KCP Blitar Tanjung, kualitas layanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah di Bank Syariah Indonesia KCP Blitar Tanjung dan fitur berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah di Bank Syariah Indonesia KCP Blitar Tanjung dan secara simultan kemudahan, kualitas layanan dan fitur berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah. Besarnya pengaruh yang diberikan oleh variabel kemudahan kualitas layanan dan fitur terhadap kepuasan nasabah adalah 67,4%.

DAFTAR ISI

COVER.....	i
HALAMAN JUDUL	Error! Bookmark not defined.
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	iii
LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI	
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	v
ABSTRAK	vi
MOTTO	Error! Bookmark not defined.
PERSEMBAHAN	Error! Bookmark not defined.
KATA PENGANTAR.....	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Masalah	10
D. Manfaat Penelitian.....	11
E. Sistematika Pembahasan	12
BAB II LANDASAN TEORI	14
A. Deskripsi Teori	14
B. Studi Penelitian Terdahulu	25

C. Kerangka Berfikir.....	45
D. Hipotesis	46
BAB III METODE PENELITIAN	49
A. Rancangan Penelitian.....	49
B. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	50
C. Lokasi Penelitian dan Periode Penelitian	54
D. Populasi dan Sampel	54
E. Jenis dan Sumber Data.....	56
F. Metode Pengumpulan Data	56
G. Instrumen Penelitian	57
H. Validitas dan Reliabilitas Instrumen.....	58
I. Teknik Pengolahan Data dan Analisis Data	61
BAB IV PEMBAHASAN DAN ANALISIS DATA	67
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	67
B. Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas.....	78
C. Hasil Pengujian Deskriptif	83
D. Hasil Pengujian Hipotesis.....	91
E. Pembahasan.....	99
BAB V PENUTUP.....	105
A. Kesimpulan	105
A. Saran.....	106
DAFTAR PUSTAKA.....	108
LAMPIRAN.....	115
RIWAYAT HIDUP.....	132

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	21
Tabel 3.1	Operasional Variabel Penelitian	52
Tabel 3.2	Skala Likert	58
Tabel 3.3	Inter Prestasi Koefisien Kolerasi Nilai r	66
Tabel 4.1	Uji Validasi Variabel Kepuasan Nasabah Y	79
Tabel 4.2	Uji Validasi Variabel Kemudahan	80
Tabel 4.3	Uji Validasi Variabel Kualitas Layanan	81
Tabel 4.4	Uji Validasi Variabel Fitur	82
Tabel 4.5	Hasil Uji Reliabilitas	83
Tabel 4.6	Responden Berdasarkan Usia	84
Tabel 4.7	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	85
Tabel 4.8	Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	86
Tabel 4.9	Tanggapan Responden Pada Variabel Y Kepuasan Nasabah	86
Tabel 4.10	Tanggapan Responden Pada Variabel X ₁ Kemudahan	87
Tabel 4.11	Tanggapan Responden Pada Variabel X ₂ Kualitas Layanan	88
Tabel 4.12	Tanggapan Responden Pada Variabel X ₃ Fitur	90
Tabel 4.13	Hasil Uji Normalitas	91
Tabel 4.14	Hasil Uji Heterokedastisitas	91
Tabel 4.15	Hasil Uji Multikolinieritas	92
Tabel 4.16	Hasil Uji Autokorelasi	92
Tabel 4.17	Hasil Uji Regresi Linier Berganda	93
Tabel 4.18	Hasil Uji t	95
Tabel 4.19	Hasil Uji F	96
Tabel 4.20	Hasil Uji Koefisien Determinasi R ²	97
Tabel 4.21	Variabel Paling Dominan	98

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
Gambar 2.1	Kerangka Berfikir	49
Gambar 4.1	Struktur Organisasi BSI KCP Blitar Tanjung	69



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Untuk Nasabah BSI KCP Blitar Tanjung	114
Lampiran 2 Hasil SPSS	125
Lampiran 3 Tabulasi Data 97 Responden	133
Lampiran 4 Hasil Cek Turnitin	



BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Globalisasi sangat berdampak terhadap kemajuan di bidang teknologi dan juga ekonomi. Globalisasi adalah proses yang memungkinkan orang di seluruh dunia untuk berkolaborasi dan berkomunikasi serta terlibat dalam semua aspek kehidupan mereka, termasuk budaya, ekonomi, politik, teknologi, dan lingkungan. Ada dua faktor yang mempengaruhi berlangsungnya globalisasi yaitu: pertama terkait dengan perkembangan teknologi dan kedua terkait transformasi sosial serta transformasi budaya.¹

Perkembangan teknologi informasi yang pada saat ini semakin pesat sehingga dapat membuat pergerakan sektor bisnis kearah yang digitalisasi, kemampuan teknologi mempunyai peranan yang sangat penting dalam kegiatan bisnis serta dapat memberikan informasi secara cepat dan akurat. Teknologi informasi ini telah memberikan dampak yang cukup besar diberbagai sektor tidak terkecuali juga pada sektor perbankan. Perbankan adalah lembaga yang mempunyai peran utama dalam membangun suatu negara. Peran ini terwujud dalam fungsi bank sebagai lembaga intermediasi keuangan (*financial intermediary institution*), yakni menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan

¹ Suprijanto, A. (2011). Dampak Globalisasi Ekonomi Terhadap Perekonomian Indonesia. *Jurnal Imiah CIVIS*, I(2), 100–119.

menyalurkan kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat. Dalam Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 berdasarkan prinsip operasional bank, bank dibedakan menjadi dua, yakni bank konvensional yang berdasarkan prinsip bunga dan bank berdasarkan prinsip syariah atau yang kemudian lazim dikenal dengan bank syariah.²

Bank menyediakan layanan *Elektronik Banking* atau dapat dikenal luas sebagai *e-Banking* untuk memenuhi kebutuhan dalam melakukan transaksi perbankan, selain yang tersedia di kantor cabang ATM, dengan menggunakan *e-Banking* nasabah perbankan tidak perlu lagi membuang waktu untuk mengantri di kantor-kantor bank atau ATM, karena pada saat ini banyak transaksi perbankan yang dapat dilakukan dimanapun dan kapanpun dengan mudah dan praktis melalui jaringan elektronik. Sebagai contoh transfer dana antar rekening maupun antar bank, pembayaran tagihan, pembelian pulsa isi ulang, ataupun pengecekan mutasi dan saldo rekening dan lain-lainnya. Layanan *e-Banking* yang meliputi: *internet banking*, *mobile banking*, *phone banking* dan *sms banking*.³ *Mobile banking* merupakan suatu fasilitas perbankan yang berfungsi untuk dapat memberikan kemudahan kepada nasabah dalam beraktifitas khususnya transaksi perbankan dengan tidak hadir langsung (*on the spot*) selain pengambilan uang tunai. Keunggulan yang dimiliki

² Khotibul Umam, *Perbankan Syariah Dasar-dasar dan Dinamika Perkembangannya di Indonesia* (Jakarta: Rajawali, 2016), hlm 1.

³ Ikatan Bankir Indonesia, *Mengenal Operasional Perbankan 1* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2014), hlm 58.

Mobile banking yakni nasabah bisa melakukan aktifitas transaksi dimanapun dan kapanpun.⁴

Kepuasan nasabah menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka.⁵ 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.⁶

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

⁴ Amatun Nur Makmuriyah dan Kartika Marella Vanni, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan Layanan Mobile Banking (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Di Kota Semarang)," *Eduka : Jurnal Pendidikan, Hukum, Dan Bisnis* 5, No. 1 (1 Februari 2020): hlm38, <https://doi.org/10.32493/eduka.v5i1.6362>.

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

⁶ John C. Mowen, Michael Minor, *Perilaku Konsumen*, (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2002), h. 89

⁷ Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis disertai Himpunan Jurnal Penelitian* (Yogyakarta: Andi Offset, 2013), 181.

nasabah.⁸ Kepuasan nasabah dipengaruhi oleh kemudahan yang merupakan wujud dari kualitas layanan dan fitur BSI *Mobile*.

Kemudahan adalah salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah yang didukung hasil penelitian Intan Fitriyani yang memperlihatkan bahwa kemudahan dengan kepuasan nasabah yaitu jika nasabah mendapatkan. Yang didukung hasil penelitian Intan Fitriyani yang memperlihatkan dengan kemudahan bertransaksi, maka nasabah akan cenderung merasa puas pada BSI *Mobile*, baik nasabah yang akan melakukan transaksi maupun transfer. Jika Bank memberikan kemudahan kepada nasabah untuk bertansaksi maka semakin tinggi pula untuk menggunakannya dan timbullah kepuasan nasabah.⁹ Kemudahan adalah suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa teknologi dapat dengan mudah dipahami dan mudah digunakan.¹⁰

Faktor kedua setelah kemudahan adalah kualitas layanan. Kualitas layanan adalah persepsi nasabah mengenai layanan yang merupakan akumulasi kepuasan bagi banyak nasabah atas banyak pengalaman layanan. Penyedia layanan yang berkualitas adalah penyedia yang mampu terus menerus menyediakan pengalaman layanan yang memuaskan selama periode waktu yang lama.¹¹ Menurut Kassim & Asiah Abdullah, kualitas

⁸ Ibid., 182

⁹ Intan Fitriyani, "Analisis pengaruh manfaat produk, kemudahan, kenyamanan, keamanan dan ketersediaan fitur terhadap loyalitas pengguna *internet banking* (studi pada nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Ambarukmo)," *Skripsi* (Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga, 2017), 4.

¹⁰ K. Mathieson, "Predicting user intentions: comparing the technology acceptance model with the theory of planned behavior", *Information Systems Research*, Vol. 2 No. 3 (1991), 93.

¹¹ Sri Ismulyaty, Nurmaini, May Roni., "Pengaruh kualitas layanan dan kepuasan pengguna *internet banking* terhadap Loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI KALIREJO)," *jurnal Nisbah*, Vol . 8 N o. 1 Tahun 2022

layanan hal yang terpenting dalam sebuah perusahaan atau lembaga, karena kualitas layanan merupakan salah satu faktor untuk mendapatkan kepuasan konsumen. Bukti empiris menunjukkan bahwa organisasi yang mampumeningkatkan penjualan, keuntungan, dan biaya efisiensi adalah organisasi yangkegiatannya fokus pada kepuasan pelanggan melalui layanan yang berkualitas dengan tujuan untuk memberikan layanan yang nyaman, aman dan mudah kepada nasabah. Perkembangan teknologi informasi menciptakan metode dan peluang bisnis baru, serta transaksi bisnis menjadi semakin menyesuaikan perkembangan teknologi. Sehubungan dengan perkembangan teknologi tersebut memungkinkan setiap orang dengan mudah melakukan jual beli dan transaksi. *Internet banking* merupakan kualitas layanan yang diberikan oleh lembaga perbankan, untuk memudahkan para nasabah dalam bertransaksi 24 jam *nonstop*.¹²

Faktor ketiga setelah kemudahan dan kualitas layanan adalah fitur *BSI Mobile*. Fitur adalah sarana kompetitif untuk mendiferensiasikan atau membedakan suatu produk perusahaan dari produk pesain, untuk bersaing yaitu menjadi produsen yang pertama memperkenalkan fitur baru yang bernilai.¹³ Fitur produk juga menjadi faktor yang sangat penting dalam memberikan kepuasan pada nasabah. Fitur kualitas layanan dalam industry *e-banking* menjadi penting karena penyampaian layanan melalui interaksi

¹² Kassim, N., & Asiah Abdullah, nor. (2010). The effect of perceived service quality dimensions on customer satisfaction, trust, and loyalty in e-commerce settings: A cross cultural analysis. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*. <https://doi.org/10.1108/13555851011062269>

¹³ Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi Keduabelas* (Jakarta: Erlangga, 2008), 273.

manusia dan teknologi, menawarkan layanan berkualitas tinggi untuk memenuhi kebutuhan nasabah merupakan keunggulan yang kompetitif dari produk bank berbasis digital.¹⁴

Tahun 2021 sebagai momen penting bagi perbankan syariah, karena tiga bank milik negara, BRI Syariah, BNI Syariah, dan Bank Syariah Mandiri, telah bergabung menjadi PT. Bank Syariah Indonesia. Dengan adanya merger 3 bank syariah di Indonesia tentu menjadi momen untuk terus memberikan layanan dan kemudahan bagi nasabah dan juga memberikan nilai jual bagi masyarakat untuk menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia.¹⁵

BSI KCP Blitar Tanjung bermula dari Bank Rakyat Indonesia (BRI) Syariah pada kisaran tahun 2013 yang terletak di Jalan Sukun Kel. Turi Kota Blitar. Lalu setelah ditetapkannya merger antara Bank BRI Syariah, BNI Syariah dan Mandiri Syariah menjadi satu entitas yaitu Bank Syariah Indonesia (BSI) pada awal tahun 2021, kantor BRI Sayriah berubah menjadi Kantor Bank Syariah Indonesia (BSI). Dikarenakan kantor yang ditempati terlalu sempit dan untuk meningkatkan kualitas pelayanan bank, maka pada tanggal 8 Agustus 2022, Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Blitar resmi berpindah di Jalan Tanjung Kota Blitar.

¹⁴ Poon, W. C. (2008). Users' adoption of e-banking services: The Malaysian perspective. *Journal of Business and Industrial Marketing*, 23(1), 59–69. <https://doi.org/10.1108/08858620810841498>

¹⁵ Addi M. Idhom, "Profil Direksi Bank Syariah Indonesia yang Resmi Berdiri Hari Ini," dalam <https://amp.tirto.id/profil-direksi-bank-syariah-indonesia-yang-resmi-berdiri-hari-ini-f9RP>, (diakses pada tanggal 01 Februari 2021)

Sejak itulah Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Blitar menjadi kantor Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Blitar Tanjung.¹⁶

BSI *Mobile* memberikan banyak manfaat bagi nasabah, bank dan otoritas apalagi dengan kondisi yang telah mengguncangkan dunia di tahun 2021 terutama di Indonesia yang munculnya virus yang di kenal dengan covid-19 atau berada di era pandemi ini yang menganjurkan kita untuk berjaga jarak dan tidak terlalu berintraksi dengan orang lain. Sehingga bagi nasabah BSI *Mobile* memberikan kemudahan bertransaksi dalam hal waktu, tempat, dan biaya. Nasabah tidak perlu mendatangi kantor bank untuk memperoleh informasi atau melakukan transaksi perbankan. Bahkan untuk produk BSI *Mobile* nasabah dapat bertransaksi selama 24 jam dengan menggunakan laptop atau perangkat mobile seperti Smartphone yang dapat dibawa kemana saja selama terhubung dengan jaringan internet atau SMS. Transaksi yang dilakukan melalui BSI *Mobile* setiap tahun mengalami pertumbuhan yang cukup besar pada beberapa bank.¹⁷

Menurut pemaparan Bapak Roziq sebagai BOSM BSI KCP Blitar Tanjung, mengatakan mengatakan bahwa kualitas layanan *Mobile Banking* masih rendah karena *Mobile Banking* ketika diakses sering *error*. contohnya apabila saat melakukan transfer pada jam malam, biasanya pada layanan *Mobile Banking* muncul tulisan layanan tidak tersedia atau

¹⁶ Deny, Wawancara, 16 Oktober 2022

¹⁷ Andi Musyarrah, Skripsi: Pengaruh E-Banking dan kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah, jurusan perbankan syariah Fakultas ekonomi dan bisnis, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar

terkadang muncul tulisan *time out*. Pembukaan rekening online masih menggunakan video call sebagai sarana verifikasi, hal ini cukup menyulitkan nasabah yang tidak memiliki internet cukup stabil. Namun, meskipun layanan *Mobile Banking* yang diterimanya tidak sesuai yang diharapkannya, nasabah mengaku tetap merasa puas dan tetap menggunakan layanan *Mobile Banking* kembali, karena dengan adanya layanan *mobile banking* yaitu *BSI Mobile* ia tidak perlu pergi ke bank untuk melakukan berbagai transaksi apalagi pada saat kebutuhan mendadak seperti sekarang ini, bahkan gratis biaya administrasi atas penggunaan *BSI Mobile* tersebut.¹⁸

Sebagai bagian dari industri perbankan syariah, BRI Syariah KCP Blitar Tanjung harus terus berupaya meningkatkan kualitas layanan dan fitur *mobile banking*, karena kepuasan nasabah dipengaruhi oleh kualitas layanan dan produk yang dikehendaki nasabah, sehingga jaminan kualitas menjadi prioritas utama bagi bank. Hal ini di dukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Rizka Hastuti dan Aditya Wardhana, yaitu Pengaruh Kualitas Layanan *MobileBanking* Bank Syariah Mandiri Terhadap Kepuasan Nasabah, yang hasil penelitiannya mengatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri.¹⁹ Kemudian penelitian Ika Khoiriyatul Hani'ah dengan judul Analisis Pengaruh Kualitas *Mobile Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Syariah Mandiri Cabang Semarang, yang hasil penelitiannya

¹⁸ Roziq, Wawancara, 16 Oktober 2022

¹⁹ Rizka Hastuti dan Aditya Wardhana, "Kualitas Layanan Mobile Banking Bank Syariah Mandiri Terhadap Kepuasan Nasabah," *EProceeding of Management*, Vol. 5, No. 2 (2018), 2648.

mengatakan bahwa kualitas *mobile banking* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Dengan demikian jika kualitas *mobile banking* semakin ditingkatkan, maka kepuasan nasabah akan semakin banyak atau besar.²⁰ Dan penelitian Elsandro Yoga Pranantha dengan judul pengaruh kualitas layanan dan fitur produk BSI *Mobile* terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia di Kabupaten Sleman yang hasil penelitiannya mengatakan bahwa variabel kualitas layanan dan fitur BSI *Mobile* secara simultan atau bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.²¹

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka peneliti tertarik untuk mengkaji tentang kemudahan kualitas layanan dan fitur *Mobile Banking* terhadap kepuasan nasabah di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Blitar. Peneliti memilih tempat penelitian di BSI KCP Blitar Tanjung dikarenakan salah satu bank syariah yang sudah membuka layanan Fitur atau *Mobile Banking* untuk nasabahnya.

B. Rumusan Masalah

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

²⁰ Ika Khoiriyatul Hani'ah, "Analisis Pengaruh Kualitas *Mobile Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Syariah Mandiri Cabang Semarang," *Skripsi* (Semarang: IAIN Walisongo, 2012), 74.

²¹ Elsandro Yoga Prananthan "Pengaruh Kualitas Layanan Dan Fitur Produk BSI *Mobile* Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia Di Kabupaten Sleman"

1. Apakah kemudahan BSI *Mobile* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Blitar Tanjung?
2. Apakah kualitas layanan BSI *Mobile* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Blitar Tanjung?
3. Apakah fitur BSI *Mobile* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Blitar Tanjung?
4. Apakah kemudahan kualitas layanan dan fitur BSI *Mobile* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Blitar Tanjung?

C. Tujuan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang diatas, maka dapat disimpulkan rumusan masalahnya sebagai berikut :

1. Menguji dan menganalisis pengaruh kemudahan BSI *Mobile* terhadap Kepuasan nasabah pada BSI Kantor Cabang Pembantu Blitar Tanjung.
2. Menguji dan menganalisis pengaruh kualitas layanan BSI *Mobile* terhadap Kepuasan nasabah pada BSI Kantor Cabang Pembantu Blitar Tanjung.
3. Menguji dan menganalisis pengaruh fitur BSI *Mobile* terhadap kepuasan nasabah pada BSI Kantor Cabang Pembantu Blitar Tanjung.

4. Menguji dan menganalisis pengaruh kemudahan, kualitas layanan dan fitur BSI *Mobile* secara simultan terhadap kepuasan nasabah pada BSI Kantor Cabang Pembantu Blitar Tanjung.

D. Manfaat Penelitian

Dengan masalah yang telah dipaparkan sebelumnya, maka penulis ingin memberikan beberapa manfaat terkait dengan penelitian ini, yaitu :

1. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan pengetahuan dan rujukan bagi semua orang dalam melakukan kajian ilmu perbankan syariah mengenai Pengaruh Kemudahan, Kualitas Layanan dan Fitur BSI Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Di Bank Syariah Indonesia KCP Blitar Tanjung.

2. Secara Praktis

- a. Bagi Bank Syariah Indonesia

Kantor Cabang Pembantu Blitar Tanjung Dapat meningkatkan kepuasan nasabah dan juga sebagai bahan acuan evaluasi dimasa yang akan datang dan akan diketahui faktor mana yang paling dominan dari faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah.

- b. Bagi Masyarakat

Sebagai sarana informasi untuk mengetahui seberapa besar kontribusi fitur layanan dan kemudahan terhadap minat menggunakan *Mobile Banking*.

c. Bagi Pembaca

Sebagai sarana informasi untuk menambah ilmu pengetahuan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat menggunakan *Mobile Banking* khususnya faktor fitur layanan dan kemudahan penggunaan *Mobile Banking*.

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 : LANDASAN TEORI

Bab ini memuat teori yang relevan yang memuat pengertian, faktor dan indikator mengenai kepuasan nasabah, kemudahan, kualitas layanan, fitur, 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 regresi linier berganda pengujian hipotesis melalui uji t, uji F dan uji koefisien determinasi.

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. Deskripsi Teori

1. Kepuasan Nasabah

a. Definisi 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 melampaui harapan konsumen. Kekecewaan timbul apabila kinerja yang aktual tidak

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

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

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. Manfaat

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:⁵

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

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

⁴ Ibid., 182.

⁵Kasmir, *Manajemen Perbankan* (Jakarta: Rajawali Pers, 2012) hlm, 264.

- 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.

c. Indikator Kepuasan Nasabah

Dikutip dari Hawkins dan Lonney dalam buku Tjipjono oleh Aspiani, indicator pelanggan terdiri dari:⁶

1) Minat

Kepuasan konsumen terhadap suatu perusahaan dapat menarik kembali minat seseorang dalam berkunjung.

2) Konfirmasi Harapan

Awal tentang produk atau jasa dan pembentukan persepsi tentang kinerja yang dipengaruhi oleh konfirmasi.

3) Ketidakpuasan

Perasaan tidak bahagia atau kecewa terhadap produk yang digunakan.

4) Kesesuaian

Kepuasan akan tercipta dengan kesesuaian antara harapan konsumen dengan suatu layanan yang diberikan oleh perusahaan.

d. Faktor Yang Mempengaruhi

Kepuasan nasabah dipengaruhi oleh berbagai faktor, yaitu:⁷

⁶ Aspiani, "Pengaruh Kualitas Terhadap Kepuasan Pelanggan pada pengguna Jasa Transportasi Grab online di Kota Makassar", jurnal Universitas Negeri Makassar, (2018).

⁷Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 2009), 134.

- 1) Kualitas layanan (*service quality*), yaitu nasabah akan merasa puas apabila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan.
- 2) Kualitas produk (*product quality*), yaitu nasabah akan merasa puas apabila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.
- 3) Harga (*price*), yaitu produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada nasabah.
- 4) *Emotional* faktor, pelanggan akan merasa puas karena adanya emosional *value* yang diberikan oleh *brand* dari produk tersebut.
- 5) Biaya, pelanggan cenderung merasa lebih puas jika mendapatkan biaya murah serta kemudahan dalam mengoperasikan produk.

2. Kemudahan

a. Definisi Kemudahan

Kemudahan penggunaan adalah mudah dipelajari, mudah dipahami, simple dan mudah pengoperasiannya.⁸ Menurut Davis, mendefinisikan kemudahan penggunaan (*ease of use*) adalah suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa teknologi dapat dengan mudah dipahami dan mudah digunakan.⁹

Berdasarkan pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa kemudahan merupakan tingkat dimana seseorang meyakini bahwa

⁸ Jogiyanto, *Metodologi Penelitian Bisnis* (Yogyakarta: BPFE, 2007), 115.

⁹ K. Mathieson, "Predicting user intentions: comparing the technology acceptance model with the theory of planned behavior", *Information Systems Research*, Vol. 2 No. 3 (1991), 93.

penggunaan terhadap suatu sistem merupakan hal yang tidak sulit untuk dipahami dan tidak memerlukan usaha keras dari pemakainya untuk bisa menggunakannya. Konsep kemudahan memberikan pengertian bahwa apabila suatu teknologi mudah digunakan, maka menggunakan cenderung untuk menggunakan teknologi tersebut. Menurut Iqbaria, kemudahan ini akan berdampak pada perilaku, yaitu semakin tinggi persepsi seseorang tentang kemudahan menggunakan teknologi, semakin tinggi pula tingkat pemanfaatan teknologi informasi.¹⁰

b. Indikator Kemudahan

Variabel kemudahan dapat diukur dengan menggunakan indikator pengukuran sebagai berikut:¹¹

1) Efisiensi waktu

Efisiensi waktu adalah sebuah hasil telah dicapai dan diwujudkan melalui perencanaan dan pengelolaan secara optimal dengan mengutamakan alat yang tepat, biaya yang sedikit sesuai pada waktu penyelesaian yang lebih cepat.

2) Kemampuan melakukan transaksi

Kemampuan melakukan transaksi adalah suatu kemampuan dalam hal bertransaksi tanpa adanya hambatan.

¹⁰ Goodwin dan Silver, *Perilaku Penggunaan Arsip*, Studi Deskriptif pada Balai Penelitian Tanaman Pemanis dan Serat, (Jakarta, 2013), 17.

¹¹ Gilang Rizky Amijaya, “Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Kemudahan, Resiko dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank Dalam Minat Menggunakan Internet Banking (Studi Pada Nasabah Bank BCA)” (*Skripsi*. Semarang: Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro, 2010).

3) Kemudahan operasional

Kemudahan operasional diartikan sebagai pembeli merasa tidak mengalami kesulitan pada saat bertransaksi.

4) Penggunaan yang fleksibel

Penggunaan yang fleksibel diartikan sebagai penggunaan yang mudah diatur dengan kata lain seseorang itu bisa menyesuaikan keadaan dalam segala tempat dan suasana.

c. Hubungan Kemudahan terhadap Kepuasan Nasabah

Menurut Novi Kurnia Cahyani, dalam penelitiannya kemudahan memberikan pengaruh yang sangat besar terhadap kepuasan nasabah. Hubungan antara kemudahan dengan kepuasan nasabah yaitu jika nasabah mendapatkan kemudahan transaksi, maka nasabah akan cenderung merasa puas pada perusahaan, baik nasabah yang akan melakukan pembiayaan ataupun nasabah yang akan menabung. Ketika suatu Bank mampu memberikan kemudahan dalam bertransaksi, maka semakin tinggi pula keinginan untuk menggunakannya dan kepuasan nasabah.¹²

3. Kualitas Layanan

a. Definisi Kualitas Layanan

Kualitas layanan merupakan aspek esensial dalam dunia bisnis karena dapat menjaga kepuasan dan loyalitas pelanggan sekaligus

¹² Novi Kurnia Cahyani, "Pengaruh Kemudahan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Pengguna E-Channel Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada BSI KCP Ponorogo Cokroaminoto

meminimalkan risiko. Kualitas pelayanan merupakan evaluasi menyeluruh terhadap tingkat pelayanan yang baik. Aplikasi kualitas merupakan sifat dan penampilan produk atau kinerja dari bagian utama strategi perusahaan rangka meraih keunggulan yang berkesinambungan.¹³

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.¹⁴

b. Indikator Kualitas layanan

Menurut Suryani suatu kualitas layanan *E-Banking* terdapat 6 indikator yaitu:¹⁵

- 1) Efisiensi (*efficiency*), yaitu kemampuan suatu bank untuk membuat atau menciptakan aplikasi dan situs yang dapat digunakan oleh nasabah dengan mudah dan sederhana.
- 2) Pemenuhan janji (*fulfillment*), yaitu kemauan bank untuk mengirimkan suatu informasi dan juga pemenuhan pesan janji nasabah.

¹³ Zeithaml, V.A Parasuraman, A. & Beery, L. L (1993). Delivering quality service; Balancing customer perception and expectations. British journal of marketing studies.

¹⁴ Ratminto, Fidyah 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.

¹⁵ Suryani, T. (2017). *Manajemen Strategik Bank di Era Global: Menciptakan Nilai Unggul untuk Kepuasan Nasabah*. Pranadamedia Groub.

- 3) Ketersediaan sistem beroperasi (*system availability*), yaitu suatu kapabilitas bank untuk membangun peran sistem pada aplikasi dan situs bank.
- 4) Privasi (*privacy*), yaitu kemampuan bank dalam memberikan keamanan data sehingga menimbulkan kepercayaan kepada nasabah dan terciptanya rasa terlindung, bebas dari risiko, dan munculnya keyakinan.
- 5) Jaminan/kepercayaan (*assurance/trust*), Secara spesifik, kemampuan bank dalam melayani nasabah.
- 6) Tampilan situs (*site aesthetic*), yaitu kapabilitas bank dalam mengelola dan menciptakan situs serta aplikasi yang mempunyai manifestasi menarik.

c. Hubungan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Nasabah

Kualitas layanan mempunyai hubungan yang erat dengan kepuasan nasabah. Apabila layanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas layanan dipersepsikan baik dan memuaskan.¹⁶ Kualitas layanan yang diberikan harus sesuai dengan apa yang diharapkan oleh nasabah. Meningginya tingkat kesesuaian antara harapan dengan kualitas layanan yang diberikan perusahaan, merupakan tanda terciptanya nilai kepuasan yang maksimal.¹⁷

¹⁶ Fandy Tjiptono, *Manajemen Jasa*, 60.

¹⁷ Thomas S. Kaihatu, Achmad Daengs, dan Agoes Tinus Lis Indrianto, *Manajemen Komplain* (Yogyakarta: Andi, 2015), 40.

4. Fitur

a. Definisi Fitur

Fitur adalah sarana kompetitif untuk mendiferensiasikan atau membedakan suatu produk perusahaan dari produk pesaing. Cara paling efektif untuk bersaing yaitu menjadi produsen yang pertama yang memperkenalkan fitur baru yang bernilai.¹⁸ Fitur merupakan salah satu dimensi produk. Dimensi ini menyangkut karakteristik pelengkap, berisi kelengkapan fitur-fitur tambahan. Selain mempunyai fungsi utama, biasanya suatu produk juga dilengkapi fungsi-fungsi lain yang bersifat komplemen, misalnya telepon seluler dengan fungsi utama sebagai alat komunikasi, tapi dilengkapi juga dengan kamera, game, peta dan lain-lain.¹⁹

Pemasar tradisional berasumsi bahwa pelanggan (pelanggan bisnis atau konsumen akhir) di berbagai pasar (industri, konsumen, teknologi, layanan) mempertimbangkan fitur fungsional dalam hal kepentingannya, menukar fitur dengan membandingkannya, dan memilih produk dengan utilitas keseluruhan tertinggi. Fitur adalah karakteristik yang melengkapi fungsi dasar produk. Karena pelanggan diasumsikan membuat pilihan berdasarkan fitur, fitur produk dipandang sebagai alat utama untuk membedakan penawaran perusahaan dari penawaran kompetitif. Diferensiasi produk dalam

¹⁸ Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi Keduabelas* (Jakarta: Erlangga, 2008), 273.

¹⁹ Rahmawati, *Manajemen Pemasaran* (Samarinda: Mulawarman University Press, 2016),

konteks persaingan seperti mengembangkan posisi unik pada atribut yang dinilai secara luas oleh pembeli.²⁰

Fitur merupakan komponen-komponen spesifik produk yang dapat ditambahkan atau dikurangi tanpa mengubah karakteristik esensial produk bersangkutan. Fitur ditambah atau dikurangi sedemikian rupa sehingga perusahaan bisa menghasilkan serangkaian produk yang berdaya tarik berbeda bagi sejumlah segmen pasar berbeda. Setiap segmen tersebut memiliki kebutuhan inti yang sama namun menuntut produk yang agak bervariasi guna memenuhi kebutuhan sekunder yang cukup berbeda.²¹

Fitur layanan merupakan kelengkapan jenis layanan yang diberikan perusahaan. Fitur-fitur yang terdapat dalam layanan *mobile banking* yaitu layanan informasi (saldo, mutasi rekening, tagihan kartu kredit, suku bunga, dan lokasi cabang/ATM terdekat); dan layanan transaksi, seperti transfer, pembayaran tagihan (listrik, air, pajak, kartu kredit, asuransi, internet), pembelian (pulsa, tiket), dan berbagai fitur lainnya.²²

b. Indikator Fitur

Dimensi pada Fitur produk adalah atribut atau fitur tambahan yang dimiliki produk, selain manfaat esensial fitur bersifat opsional bagi pelanggan dan dapat meningkatkan kualitas produk

²⁰ Bernd Schmitt, "Experiential Marketing," *Journal of Marketing Management* 15, no. 1–3 (April 1999), 55–56.

²¹ Fandy Tjiptono, *Pemasaran...*, 111.

²² Otoritas Jasa Keuangan, *Bijak Ber-Electronic...*, 14.

dibandingkan dengan pesaing. Indikator pengukur fitur berdasarkan yang dikemukakan yaitu:²³

- 1) Akses informasi produk atau jasa yang mudah, fitur layanan harus mampu menghadirkan kemudahan terhadap konsumen guna keperluan mengakses informasi.
- 2) Keberagaman layanan transaksi, layanan yang disediakan memiliki keberagaman untuk proses transaksi nasabah.
- 3) Keberagaman fitur, bank harus mampu memberikan layanan fitur untuk memudahkan dan memberikan informasi pada nasabah.
- 4) Inovasi produk, adanya fitur-fitur tambahan memberikan minat nasabah pada *e-banking*.

c. Hubungan Fitur terhadap Kepuasan Nasabah

Salah satu aspek penting agar pelanggan mempunyai kepercayaan dan merasa puas dalam membuat keputusan untuk bertransaksi secara *online* atau tidak. Faktor kepercayaan dalam transaksi *online* merupakan perkiraan subjektif dimana pelanggan percaya bahwa untuk bisa bertransaksi secara online dengan konsisten dan lengkap sesuai harapan mereka. Konsep kepercayaan tersebut merupakan kepercayaan terhadap penyelenggara transaksi *online* dan kepercayaan terhadap kelengkapan fitur layanan yang terdapat di *mobile banking*, karena kepercayaan fitur sangat berhubungan langsung dengan kepuasan nasabah. Sehingga perlu

²³ Wai-Ching Poon, "Users' Adoption of e-Banking Services: The Malaysian Perspective," *Journal of Business* 23, no. 1 (2008), 64.

mengupayakan agar lebih optimal dan nasabah merasa puas dengan adanya fitur yang sangat membantu untuk bertransaksi secara mudah.²⁴

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
Studi Penelitian Terdahulu

No	Nama Penelitian	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
1	Rika Rahim, Marlya Fatira AK, Nia Apulina Karina (2022)	Pengaruh Kualitas Layanan dalam perspektif islam terhadap kepuasan nasabah pada mobile banking BSI ²⁵	Variabel Y yang diteliti sama yaitu Kepuasan nasabah.	1. Perbedaan dengan penelitian yang akan dilakukan ialah penelitian tersebut menggunakan variabel X	1. Variabel kualitas layanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan. ²⁶

²⁴ Chitra Laksmi Rithmaya, "Pengaruh Kemudahan...,165.

²⁵ Rika Rahim, Marlya Fatira, Nia Apulina Karina, "Pengaruh Kualitas Layanan Dalam Perspektif Islam Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Mobile Banking BSI. Jurnal of ekonomi dan manajemen, volume 2 issui 2, tahun 2022

²⁶ Khoer Efendi, "Pengaruh Kepercayaan Nasabah dan Kualitas Layanan BSI Mobile Terhadap Kepuasan Nasabah Di Bank Syariah Indonesia KC Tasikmalaya Sutisna Senjaya," Skripsi (Universitas Siliwangi, 2022).

No	Nama Penelitian	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
				Kualitas layanan Perbedaan tempat penelitian yaitu Di Medan Sedangkan penulis KCP Blitar Tanjung.	
2	Sri Ismulyaty, Nurmaini, May Roni (2022)	Pengaruh kualitas layanan dan kepuasan Penggunaan Internet Banking Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI KALIREJO)	Variabel X yang diteliti sama yaitu Kualitas Layanan.	1. Perbedaan dengan penelitian yang akan dilakukan ialah penelitian tersebut menggunakan variabel X Kualitas Layanan dan Penggunaan Internet Banking, Sedangkan penulis	1. Terdapat hubungan yang signifikan antara kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah pengguna <i>internet banking</i> pada Bank Syariah Indonesia Cabang Kalirejo. 2. Terdapat hubungan yang signifikan antara kualitas layanan dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah pengguna <i>internet banking</i> pada Bank Syarian Indonesia Cabang Kalirejo. 3. Terdapat hubungan yang signifikan antara kepuasan nasabah

²⁷ Sri Ismulyaty, Nurmaini, May Roni. "Pengaruh kualitas layanan dan kepuasan Penggunaan Internet Banking Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI KALIREJO). Jurnal Nisbah Vol. 8 No . 1 Tahun 2022.

No	Nama Penelitian	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
				Variabel X Kualitas Layana dan Fitur Mobile Banking. 2.Perbedaan tempat penelitian yaitu BSI Kalirejo Sedangkan penulis KCP Blitar Tanjung.	terhadap loyalitas nasabah pengguna <i>internet banking</i> pada Bank Syariah Indonesia Cabang Kalirejo. ²⁸
3	Nurul Azizah Aunillah devy, Khusnul Fikriyah (2022)	Pengaruh Promosi dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Layanan BSI Mobile pada Bank Syariah Indonesia KC Surabaya	Variabel X yang diteliti sama yaitu Kualitas Layanan.	1. Perbedaan dengan penelitian yang akan dilakukan ialah penelitian tersebut menggunakan variabel X Promosi	1.Pada Bank Syariah Indonesia KC Surabaya Diponegoro, hasil uji parsial menunjukkan bahwa promosi dan kualitas layanan mempengaruhi keputusan konsumen untuk menggunakan layanan <i>bsi mobile</i> . 2. Hasil uji secara simultan keputusan nasabah untuk menggunakan layanan BSI <i>mobile</i> dipengaruhi

²⁸Sri Ismulyaty, Nurmaini dan May Roni, "Pengaruh kualitas layanan dan kepuasan Penggunaan Internet Banking Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI KALIREJO)", Jurnal Nisbah Vol.8 No1, (2022).

No	Nama Penelitian	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
		Dipenogoro		dan Kualitas layanan, Sedangkan penulis Variabel X Kualitas Layanan dan Fitur Mobile Banking. 2. Perbedaan tempat penelitian yaitu KC Surabaya Dipenogoro. Sedangkan penulis melakukan penelitian di Blitar Tanjung.	oleh promosi dan kualitas layanan. ²⁹
4	Mutiara Suci Kesuma Lubis,	Pengaruh Kualitas Pelayanan Mobile	Variabel X yang diteliti sama yaitu Kualitas	1. Perbedaan dengan penelitian yang akan	1. Aplikasi mobile banking sajikan fitur fitur yang dapat memudahkan konsumen. Dengan

²⁹Nurul Azizah Aunillah devy, Khusnul Fikriyah, “Pengaruh Promosi dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Layanan BSI Mobile pada Bank Syariah Indonesia KC Surabaya Dipenogoro”, Jurnal ilmu computer, ekonomi dan manajemen (JIKEM), Vol. 2 No. 1, (2022).

No	Nama Penelitian	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
	Khairina Tambunan (2022)	Banking Kepada Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan Selaku Variable Intervening (Studi Kasus BSI Kacab Binjai)	Layanan.	dilakukan ialah penelitian tersebut menggunakan variabel X Kualitas Pelayanan Mobile Banking, Sedangkan penulis Variabel X Kualitas Layanan dan Fitur Mobile Banking. 2. Perbedaan tempat penelitian yaitu BSI Kacab Binjai, Sedangkan penulis melakukan penelitian di Blitar Tanjung.	Mobile Bank Syariah Indonesia alhasil banyak konsumen yang merasa amat dimudahkan tanpa harus mengantre di bank, klien tetap dapat berbisnis dimanapun bila terhubung dengan jaringan internet. 2.Layanan mobile banking Bank Syariah Indonesia Binjai memberikan kelapangan pada para kliennya hendak namun terdapat keberatan ataupun kurang nyaman pada disaat mengenakan layanan itu.³⁰

³⁰Mutiara Suci Kesuma Lubis, Khairina Tambunan, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Mobile Banking Kepada Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan Selaku Variable Intervening (Studi Kasus BSI Kacab Binjai)”, Jurnal Economis and management, Vol 2 issue 1 (2022).

No	Nama Penelitian	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
5	Nurul Hidayah, Susila Andriyati, Vina Rismayani, Viviannisa Victoria (2022)	Kualitas Pelayanan, Kemudahan Transaksi dan Fitur Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Penggunaan BSI Mobile Banking	Variabel Y yang diteliti sama yaitu Kepuasan Nasabah.	1. Perbedaan dengan penelitian yang akan dilakukan ialah penelitian tersebut memiliki 3 variabel yaitu X1 Kualitas Pelayanan, X2 Kemudahan Transaksi, X3 Fitur Produk, Sedangkan penulis Variabel X Kualitas Layanan dan Fitur Mobile Banking. 2. Perbedaan tempat penelitian yaitu tidak	1. Penelitian ini menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh negatif signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam penggunaan BSI Mobile Banking. 2. Penelitian ini menyimpulkan bahwa fitur produk berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam penggunaan BSI Mobile Banking. ³¹

³¹Nurul Hidayah, Susila Andriyati, Vina Rismayani, Viviannisa Victoria, “Kualitas Pelayanan, Kemudahan Transaksi dan Fitur Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Penggunaan BSI Mobile Banking”, Jurnal ekonomi syariah IAIN Kalijogo Malang, volume 4 no 2 (2022)

No	Nama Penelitian	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
				ada Sedangkan penulis melakukan penelitian di Blitar Tanjung.	
6	Yuvita Savitri (2022)	Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Pada BSI KCP Ratulangi Palopo	Variabel Y yang diteliti sama yaitu Kepuasan Nasabah.	1. Perbedaan dengan penelitian yang akan dilakukan ialah penelitian tersebut menggunakan variabel X Kualitas Layanan Mobile Banking, Sedangkan penulis Variabel X Kualitas Layanan dan Fitur Mobile Banking. 2. Perbedaan	1. Hasil uraian penelitian pembahsan beresta perolehan analisis data telah dilaksanakan, sehingga sampai pada keputusan yang menyertainya yaitu pada uji t parsial di ketahui bahwa kualitas layanan mobile banking (X) memiliki nilai signifikan. Oleh karena itu, kualitas layanan mobile banking (X) berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah (Y). ³²

³²Yuvita Savitri, "Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Pada BSI KCP Ratulangi Palopo", Skripsi (Palopo : IAIN Palopo, 2022).

No	Nama Penelitian	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
				tempat penelitian yaitu KCP Ratulangi Palopo Sedangkan penulis melakukan penelitian di Blitar Tanjung.	
7	Siti Anisah (2021)	Analisis Kualitas Layanan SMS Banking Bank BNI Syariah Terhadap Loyalitas Nasabah Kota Palopo	Variabel X yang diteliti sama yaitu kualitas layanan.	1. Perbedaan dengan penelitian yang akan dilakukan ialah penelitian tersebut menggunakan variabel X Kualitas Layanan SMS Banking. Sedangkan penulis variabel X Kualitas layanan	1. Nasabah merasa puas dengan adanya kemudahan serta kenyamanan bagi pengguna layanan ini, nasabah banyak mendapatkan nasabah dengan adanya SMS Banking tersebut. 2. SMS Banking Syariah merupakan layanan perbankan yang yang disediakan oleh Bank BNI Syariah untuk memudahkan nasabahnya dalam melakukan transaksi. ³³

³³Siti Anisah, "Analisis Kualitas Layanan SMS Banking Bank BNI Syariah Terhadap Loyalitas Nasabah Kota Palopo", Skripsi (Kota Palopo: IAIN Palopo, 2021).

No	Nama Penelitian	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
				dan Fitur mobile banking. 2. Perbedaan tempat penelitian yaitu Kota Palopo sedangkan penulis Blitar Tanjung	
8	Ranti Dwi Lestari (2021)	Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kemanfaatan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Mobile Banking BSI (BANK SYARIAH INDONESIA) Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	Variabel X yang diteliti sama yaitu kualitas layanan.	1. Perbedaan dengan penelitian yang akan dilakukan ialah penelitian tersebut menggunakan 3 variabel X Presepsi kemudahan, Presepsi Kemanfaatan dan Kualitas Pelayanan, Sedangkan penulis variabel X Kualitas layanan	1. Hasil penelitian memperlihatkan jika faktor persepsi kemudahan tidak memberi pengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah menggunakan mobile banking. 2. Hasil penelitian mengemukakan bahwa faktor persepsi kemanfaatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas menggunakan mobile banking BSI. 3. Hasil penelitian menyatakan bahwa hasil kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah dalam

No	Nama Penelitian	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
				dan Fitur mobile banking. 2. Penelitian Ranti Dwi Lestari Menggunakan Studi Pada Mahasiswa a Fakultas Ekonomi Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.	menggunakan mobile banking BSI. 4. Jika kita tarik secara simultan, variabel X1 (persepsi kemudahan), X2 (persepsi kemanfaatan), dan X3 (kualitas pelayanan) sebagai variabel independen berpengaruh terhadap variabel Y (loyalitas menggunakan mobile banking). ³⁴
9	Novi Kurnia Cahyani (2021)	Pengaruh Kemudahan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Terhadap E-Channel Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada BSI	Variabel X yang diteliti sama yaitu kualitas layanan.	1. Penelitian Novi Kurnia Cahyani menggunakan teknik <i>purposive sampling</i> dengan pengambilan sampel secara <i>Accidental Sampling</i> (<i>Convenience</i>)	1. Kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah di Bank BSI KCP Ponorogo Cokroaminoto. 2. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah di BSI KCP Ponorogo Cokroaminoto. 3. Kemudahan dapat bertindak secara langsung terhadap

³⁴ Ranti Dwi Lestari, "Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kemanfaatan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Mobile Banking BSI (BANK SYARIAH INDONESIA) Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam", Skripsi (Semarang: UIN Walisongo Semarang, 2021).

No	Nama Penelitian	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
		KCP Ponorogo Cokrominoto		nce Sampling). Sedangkan Penulis mengguna kan ukuran sampel dalam penelitian ini mengguna kan rumus Bailey yang dikutip oleh Johar Arifin. 2.Data primer dalam penelitian Novi Kurnia Cahyani diperoleh melalui penyebara n angket kepada nasabah pengguna	loyalitas nasabah yang artinya kemudahan dapat meningkatkan loyalitas nasabah secara langsung tanpa ada perantara faktor kepuasan. ³⁵

³⁵ Novi Kurnia Cahyani, "Pengaruh Kemudahan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Terhadap *E-Channel* Dengan Kepuasan Sebagai Variabel *Intervening* Pada BSI KCP Ponorogo Cokrominoto", Skripsi (Ponorogo: IAIN Ponorogo, 2021).

No	Nama Penelitian	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
				<i>e-channel</i> di Bank BSI KCP Ponorogo Cokroamir Noto. Sedangkan penulis diperoleh melalui wawancara dan penyebaran angket kepada nasabah pengguna <i>mobile banking</i> Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Blitar Tanjung.	
10	Dita Fransiska (2021)	Analisis Kualitaas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Fitur BRIS	Variabel Y yang diteliti sama yaitu Kepuasan Nasabah.	1. Analisis yang digunakan dalam melakukan penelitian	1. Kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah terhadap fitur <i>BRIS online</i> , sudah sesuai dengan kebutuhan nasabah baik pada saat pandemi maupun pada

No	Nama Penelitian	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
		Online Pada BSI Kantor Cabang Kediri.		yaitu menggunakan analisis deskriptif kualitatif dengan mengurai kan data yang diperoleh dari wawancara yang telah dilakukan . Sedangkan penulis menggunakan metode kuantitatif. 2. Lokasi penelitian Dita Fransiska dilakukan di BSI Kantor Cabang	saat belum terjadi pandemi. 2. Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah, Nasabah merasa puas dengan layanan <i>BRIS online</i>, dan akan terus menggunakan layanan ini untuk bertransaksi karena menurut mereka layanan ini sangat mudah digunakan, menghemat waktu, dan memudahkan dalam bertransaksi.³⁶

³⁶Dita Fransiska, “Analisis Kualitaas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Fitur BRIS Online Pada BSI Kantor Cabang Kediri”, Skripsi (Ponorogo: IAIN Ponorogo, 2021).

No	Nama Penelitian	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
				Kediri. Sedangkan penulis melakukan penelitian di Blitar Tanjung.	
11	Armira Rizky Damayanti (2021)	Pengaruh Kualitas Layanan dan Fitur terhadap Minat Penggunaan Berkelanjutan <i>Mobile Banking</i> BRIS dengan Kepuasan sebagai Variabel <i>Intervening</i> pada Mahasiswa FEBI IAIN Ponorogo	Variabel X1 dan X2 yang diteliti sama yaitu Kualitas Layanan dan Fitur.	1. Dalam penelitian Armira Rizky terdapat tiga variabel yang akan diteliti yaitu, variabel bebas (<i>independent variable</i>), variabel terikat (<i>dependent variable</i>) dan variabel <i>intervenin</i>	1. Kualitas layanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat penggunaan berkelanjutan <i>mobile banking</i> BRIS. 2. Fitur tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat penggunaan berkelanjutan <i>mobile banking</i> BRIS. 3. Kualitas layanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah menggunakan <i>mobile banking</i> BRIS. ³⁷

³⁷Armira Rizky Damayanti, "Pengaruh Kualitas Layanan dan Fitur terhadap Minat Penggunaan Berkelanjutan *Mobile Banking* BRIS dengan Kepuasan sebagai Variabel *Intervening* pada Mahasiswa FEBI IAIN Ponorogo", Skripsi (Ponorogo: IAIN Ponorogo, 2021).

No	Nama Penelitian	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
				g. Sedangkan penulis menggunakan 2 variabel yaitu variabel bebas dan variabel terikat. 2. Penelitian Armira Rizky menggunakan pengumpulan data di dalam penelitian yaitu angket atau kuesioner. Sedangkan penulis menggunakan pengumpulan data kuisisioner dan wawancara.	

No	Nama Penelitian	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
12	Andi Musyarrafah (2021)	Pengaruh <i>E-Banking</i> dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Kasus Bank Syariah Indonesia KCP Unismuh Makassar)	Variabel X yang diteliti sama yaitu Kualitas Layanan.	1. Perbedaan dengan penelitian yang akan dilakukan ialah penelitian tersebut menggunakan variabel X <i>E-Banking</i> dan Kualitas Pelayanan. Sedangkan penulis Sedangkan penulis Variabel X Kualitas Layanan dan Fitur Mobile Banking. 2. Perbedaan tempat penelitian yaitu KCP Unismuh	1. <i>E-Banking</i> dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas nasabah pada bank syariah Indonesia kcp unismuh Makassar yang berarti bahwa semakin tinggi penggunaan <i>E-Banking</i> dan semakin baik kualitas pelayanan pada bank tersebut maka akan meningkatkan loyalitas nasabah pada bank tersebut. 2. <i>E-Banking</i> berpengaruh positif dan sangat kurang signifikan terhadap loyalitas nasabah yang berarti bahwa semakin tinggi tingkat penggunaan <i>E-Banking</i> oleh nasabah maka semakin tinggi tingkat loyalitas nasabah pada bank syariah Indonesia kcp unismuh Makassar. ³⁸

³⁸Andi Musyarrafah, “Pengaruh *E-Banking* dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Kasus Bank Syariah Indonesia KCP Unismuh Makassar)”, (Makassar: UIN Alaudin Makassar, 2021).

No	Nama Penelitian	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
				Makassar Sedangkan penulis melakukan penelitian di Blitar Tanjung.	
13	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 Pengguna BNI <i>Mobile Banking</i> Di Kota Depok)	Variabel Y yang diteliti sama yaitu Kepuasan Nasabah.	1. Penelitian Sri Nawangasari dan Nadea Dwirahma Putri menggunakan teknik non probability sampling sedangkan penulis menggunakan field research. 2. Objek penelitian Sri Nawangasari dan Nadea Dwirahma	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. ³⁹

³⁹ 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.

No	Nama Penelitian	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
				Putri adalah E-Servicw quality, E-Trust, dan mobile banking sedangkan penulis hanya mobile banking saja.	
14	Ratnawaty Marginingsih. (2020)	Kualitas Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BRI (Studi Pada Pengguna BRI Mobile Di Kota Depok)	Variabel Y yang diteliti sama yaitu Kepuasan Nasabah.	1. Peneliti n Ratnawaty Marginingsih menggunakan variabel kualitas <i>mobile banking</i> sedangkan penelitian penulis selain	1. Kualitas Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah secara keseluruhan memperoleh hasil yang positif dan signifikan. ⁴⁰

⁴⁰ 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.

No	Nama Penelitian	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
				menggunakan variabel kualitas layanan juga menggunakan fitur BSI mobile. 2. Penelitian Ratnawaty Marginingsih menggunakan teknik convenience sampling method sedangkan penelitian penulis menggunakan teknik field research.	

No	Nama Penelitian	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
15	Baiq Hilwiyatul Ahla (2021)	Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia Kota Depok.	Variabel Y yang diteliti sama yaitu Kepuasan Nasabah.	1. Perbedaan dengan penelitian yang akan dilakukan ialah penelitian tersebut menggunakan variabel X Kualitas layanan, Sedangkan penulis X1 Kualitas layanan dan X2 Fitur BSI Mobile . 2. Perbedaan tempat penelitian yaitu Kota Depok, Sedangkan penulis melakukan penelitian di Blitar Tanjung	1. Berdasarkan hasil analisis regresi linier sederhana ditemukan setiap kali kualitas layanan mobile banking (X) bertambah satu, maka rata-rata variabel kepuasan (Y) bertambah 0,295 ⁴¹ .

⁴¹ Baiq Hilwiyatul Ahla, "Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia Kota Depok", Skripsi (Kota Depok: UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2021).

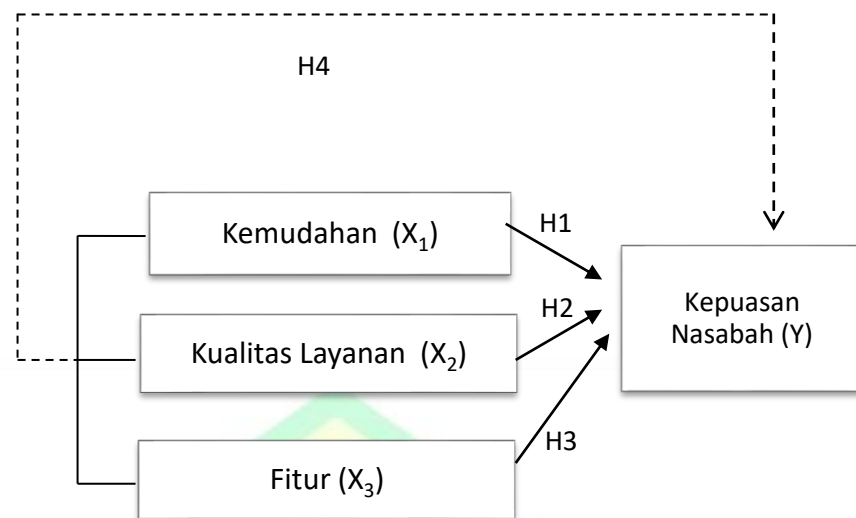
Berdasarkan Tabel 2.1, maka terdapat perbedaan dengan penelitian yang dilakukan sekarang. Penelitian terletak pada variabel yang digunakan pada penelitian sebelumnya berbeda dengan yang dilakukan penulis. Penulis menggabungkan beberapa variabel penelitian yang sebelumnya belum pernah dikaji bersama kemudian menjadikan penelitian baru.

C. Kerangka Berfikir

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.⁴²

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

⁴² Suryani dan Hendryadi, *Metode Riset Kuantitatif: Teori Aplikasi pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Bisnis* (Jakarta: Kencana, 2015), 93.



2.1 Gamabar
Kerangka Penelitian

Keterangan :

—→ Pengaruh Terhadap persial (X1 terhadap Y, X2 terhadap Y, X3 terhadap Y)

-----> Pengaruh secara simultan (X1, X2, X3 terhadap Y)

D. Hipotesis

Hipotesis merupakan proposisi yang akan diuji kebenarannya, atau merupakan suatu jawaban sementara atas pertanyaan peneliti.⁴³ Dengan adanya hipotesis, penelitian ini menjadi jelas arah tujuan penelitiannya dengan kata lain hipotesis dapat membimbing peneliti dalam melakukan

⁴³ Priyono, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Surabaya: Zifatama Publishing, 2016), 66.

penelitian di lapangan. Berdasarkan kerangka penelitian tersebut maka hipotesis penelitian ini sebagai berikut:

1. H_{o1} : Kemudahan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Blitar Tanjung.

H_{a1} : Kemudahan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Blitar Tanjung.

2. H_{o2} : Kualitas Layanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Blitar Tanjung.

H_{a2} : Kualitas Layanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Blitar Tanjung.

3. H_{o3} : Fitur mobile banking tidak berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Blitar Tanjung.

H_{a3} : Fitur mobile banking berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Blitar Tanjung.

4. H_{o4} : Kemudahan, Kualitas Layanan dan Fitur mobile banking tidak berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Blitar Tanjung.

Ha₄ : Kemudahan, Kualitas Layanan dan Fitur mobile banking berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Blitar Tanjung.



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

¹ 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

dan diolah langsung oleh 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 kemudahan (X_1) kualitas layanan (X_2) dan fitur BSI *mobile* (X_3).

b. Variabel Terkait (*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 terkaitnya adalah kepuasan nasabah (Y).

2. Definisi Operasional

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.

Tabel 3.1
Operasional Variabel Penelitian

Variabel Penelitian	Definisi Operasional	Indikator	Sumber
Kemudahan (X1)	kemudahan merupakan tingkat dimana seseorang meyakini bahwa penggunaan terhadap suatu sistem merupakan hal yang tidak sulit untuk dipahami dan tidak memerlukan usaha keras dari pemakainya untuk bisa menggunakannya. ⁸	1. Efisiensi waktu 2. Kemampuan melakukan transaksi 3. Kemudahan operasional 4. Penggunaan yang fleksibel	Gilang Rizky Amijaya “Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Kemudahan, Resiko dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank Dalam Minat Menggunakan Internet Banking (Studi Pada Nasabah Bank

⁸ Gilang Rizky Amijaya “Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Kemudahan, Resiko dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank Dalam Minat Menggunakan Internet Banking (Studi Pada Nasabah Bank BCA)” *Skripsi*. Semarang: Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro, 2010.

Variabel Penelitian	Definisi Operasional	Indikator	Sumber
			BCA)” <i>Skripsi</i> . Semarang: Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro, 2010.
Kualitas Layanan (X1)	Layanan kualitas elektronik yaitu: efisiensi, pemenuhan janji, kesediaan sistem beroperasi, privasi, jaminan kepercayaan, dan tampilan situs. ⁹	1. Efisiensi 2. Pemenuhan janji 3. Ketersediaan sistem beroperasi 4. Privasi 5. Jaminan kepercayaan 6. Tampilan menu	Tatik Suryani (2017). <i>Manajemen Strategik Bank di Era Global: Menciptakan Nilai Unggul untuk Kepuasan Nasabah</i> . Pranadamedia Group.
Fitur Produk (X2)	Dimensi pada Fitur produk adalah atribut	1. Kemudahan akses informasi	Wai-Ching Poon,

⁹Tatik Suryani (2017). *Manajemen Strategik Bank di Era Global: Menciptakan Nilai Unggul untuk Kepuasan Nasabah*. Pranadamedia Group.

Variabel Penelitian	Definisi Operasional	Indikator	Sumber
	atau fitur tambahan yang dimiliki produk, selain manfaat esensial fitur bersifat opsional bagi pelanggan dan dapat meningkatkan kualitas produk dibandingkan dengan pesaing. ¹⁰	2. Keberagaman layar informasi 3. Keberagaman fitur 4. Inovasi produk	“Users’ Adoption of e-Banking Services: The Malaysian Perspective,” <i>Journal of Business</i> 23, no. 1 (2008)
Kepuasan Nasabah (Y)	Kepuasan nasabah adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap	1. Kepuasan nasabah keseluruhan 2. Konfirmasi harapan 3. Minat 4. Kesiediaan untuk merekomendasikan 5. Ketidakpuasan nasabah	Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, <i>Manajemen Pemasaran</i> (Jakarta: Erlangga, 2009)

¹⁰ Wai-Ching Poon, “Users’ Adoption of e-Banking Services: The Malaysian Perspective,” *Journal of Business* 23, no. 1 (2008)

Variabel Penelitian	Definisi Operasional	Indikator	Sumber
	ekspektasi mereka. ¹¹		

C. Lokasi Penelitian dan Periode Penelitian

Penulis melakukan penelitian pada PT. Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Ponorogo (KCP) Blitar Tanjung dengan alamat Jl. Tanjung No. 114, Pakunden, Kec. Sukorejo, Kota Blitar, Jawa Timur 66122 No. Telp. (0342) 815522. Alasan pemilihan lokasi tersebut karena belum pernah dikaji oleh peneliti sebelumnya dan diharapkan adanya penelitian ini dapat membantu pihak bank dalam mempertahankan eksistensinya. Periode penelitian ini pelaksanaannya dimulai pada bulan Oktober 2022 sampai bulan April 2023.

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.¹² Untuk mendapatkan wilayah generalisasi yang terdiri dari subjek dan objek penelitian yang mempunyai kualitas dan

¹¹Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 2009)

¹² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, 80.

karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti yang nantinya akan dipelajari dan akan ditarik kesimpulan yaitu dengan populasi.¹³ Dalam penelitian ini, populasi yang diambil adalah nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Blitar Tanjung yang menggunakan mobile banking yang jumlahnya tidak diketahui karena pihak Bank BSI Blitar Tanjung tidak memberi data yang pasti.¹⁴

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari sejumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi¹⁵.

Saat total populasi pengamatan belum diketahui jumlahnya, sehingga perhitungannya total sampel bisa dengan penerapan rumus *Cochran*, seperti berikut ini:

$$n = \frac{z^2 \cdot p \cdot q}{e^2}$$

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,5 \cdot 0,5}{0,1^2}$$

$$n = \frac{3,8416 \cdot 0,5 \cdot 0,5}{0,001}$$

¹³ Sugiyono, *Metode penelitian kuantitatif* (Bandung: Alfabeta, 2001), 215.

¹⁴ Muhammad Fachrun Roziq, Wawancara, 22 Oktober 2022.

¹⁵ Ibid, 81

$$n = \frac{0,9604}{0,01}$$

$n = 96,04$ atau (97 Responden)

Dalam penelitian ini memakai teknik sampling insidental. Sampling insidental adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan itu cocok sebagai sumber data.¹⁶

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* Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Blitar Tanjung.

F. Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini metode pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner. Kuesioner merupakan instrument untuk pengumpulan data, dimana responden mengisi pertanyaan yang diberikan oleh peneliti. Peneliti dapat menggunakan kuesioner untuk memperoleh data yang terkait dengan pemikiran, perasaan, sikap, kepercayaan, nilai, persepsi, kepribadian dan perilaku dari responden. Dengan ini peneliti dapat melakukan pengukuran bermacam-macam karakteristik dengan

¹⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*

menggunakan kuesioner.¹⁷ Pada penelitian ini kuesioner ditunjukkan kepada nasabah BSI KCP Blitar Tanjung .

G. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan alat bantu yang dipilih dan digunakan oleh peneliti dalam kegiatannya mengumpulkan data agar kegiatan tersebut menjadi sistematis dan dipermudah olehnya. Pembuatan instrumen harus mengacu pada variabel penelitian, definisi operasional dan skala pengukurannya. Dalam penelitian ini jenis instrumen penelitian yang digunakan yaitu kuesioner. Sedangkan skala pengukuran kuesionernya menggunakan skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomenal social.¹⁸

Skala likert yang digunakan pada penelitian ini menggunakan 4 pilihan jawaban seperti Tabel 3.2.

¹⁷Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi* (Bandung: Alfabeta, 2015), 193.

¹⁸Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bdanung: Alfabeta, 2010), 132.

Tabel 3.2
Skala Likert

Pernyataan	Bobot skor
Sangat Setuju (SS)	4
Setuju (S)	3
Tidak setuju (TS)	2
Sangat tidak setuju (STS)	1

Pilihan respon skala empat mempunyai variabilitas respon lebih baik atau lebih lengkap dibandingkan skala tiga sehingga mampu mengungkapkan lebih maksimal perbedaan sikap responden. Selain itu juga tidak ada peluang bagi responden untuk bersikap netral sehingga memaksa responden untuk menentukan sikap terhadap fenomena sosial yang ditanyakan atau dinyatakan dalam instrumen.¹⁹

H. Validitas dan Reliabilitas Instrumen

1. Uji Validitas

Validitas berasal dari kata *validity* yang mempunyai arti sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya. Dalam literature yang lain validitas dari suatu perangkat terdapat diartikan kemampuan suatu untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Validitas instrument mempermasalahkan

¹⁹Eko Putro Widoyoko, *Teknik Penyusunan Instrumen Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2014), 106.

sejauh mana pengukuran tepat dalam mengukur apa yang hendak mau diukur, instrument dikatakan valid saat dapat mengungkapkan dari variabel secara tepat tidak menyimpang dari keadaan yang sebenarnya.²⁰

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.²¹ Suatu instrumen penelitian dikatakan valid, bila :²²

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

Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan rumus korelasi product moment sebagai berikut:²³

$$r_{xy} = \frac{n \sum XY - \sum X \sum Y}{\sqrt{[n \sum X^2 - (\sum X)^2][n \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Dimana :

r_{xy} : koefisien korelasi

n : Jumlah Responden

$\sum^X$: Jumlahseluruhnilai X $\sum^X$

$\sum^Y$: Jumlahseluruhnilai Y

²⁰ Slamet Riyanto dan Aglis Andhita Hatmawan, “Metode Riset Penelitian Kuantitatif”, (Yogyakarta: CV Budi Utama 2020), Hlm. 65

²¹ Imam Ghazali. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS, IV* (Semarang: Badan Penerbit UNDIP, 2006), 49.

²² Syofian Siregar, *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi dengan Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17* (Jakarta: Bumi Aksara, 2017), 77.

²³ Riduwan, *Belajar Mudah Penelitian Untuk Guru Karyawan dan Peneliti Pemula*, 57.

XY : Jumlah hasil perkalian antara X dan Y

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas alat ukur adalah ketepatan dalam mengukur apa yang diukurnya. Artinya, kapanpun alat ukur tersebut digunakan akan memberikan hasil ukur yang sama. Untuk mendapatkan ketepatan dari hasil dengan koefisien dengan hasil yang berbeda. Untuk itu perlu dilakukan uji reliabilitas terhadap instrument penelitian kuesioner, sehingga hasil penelitian lebih berkualitas. Pengujian reliabilitas instrument dapat dilakukan secara eksternal maupun internal. Secara eksternal pengujian dapat dilakukan dengan *test-retest (stability)*, *equivalent*, dan gabungan keduanya. Secara internal reliabilitas instrument dapat diuji dengan menganalisis konsisten butir-butir yang ada pada instrument dengan teknik tertentu.²⁴ Jika nilai Alpha > 0,60 maka reliabel. Untuk menguji reliabilitas instrumen rumus yang digunakan adalah koefisien *alpha cronbach* sebagai berikut :²⁵

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

Dimana:

α : koefisien *alpha cronbach*

k : jumlah item pertanyaan

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

²⁴ Slamet Riyanto dan Aglis Andhita Hatmawan, “Metode Riset Penelitian Kuantitatif”, (Yogyakarta: CV Budi Utama 2020), Hlm. 75

²⁵

St2 : varian skor uji seluruh item k

I. Teknik Pengolahan Data 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.²⁶ Dalam penelitian ini, penulis akan melakukan pengolahan data dengan menggunakan bantuan program IBM SPSS 25.

2. Analisis Data

a. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Uji normalitas data adalah uji untuk mengukur apakah data yang didapatkan memiliki distribusi normal, sehingga pemilihan statistik dapat dilakukan dengan tepat.²⁷ Dalam penelitian ini, untuk mengetahui apakah data berdistribusi normal atau tidak, yaitu dengan uji statistik menggunakan uji *Kolmogorov Smirnov*. Kriteria penarikan kesimpulan.²⁸

(1) Nilai signifikan $> 0,05$ maka data berdistribusi normal

(2) Nilai signifikansi $< 0,05$ maka data tidak berdistribusi normal.

2) Uji Heterokedastisitas

²⁶ J. Supranto, *Statistik: Teori dan Aplikasi* (Jakarta: Erlangga, 2000), 24.

²⁷ Slamet Riyanto dan Aglis Andhita Hatmawan, "*Metode Riset Penelitian Kuantitatif*", (Yogyakarta: CV Budi Utama 2020), Hlm. 81

²⁸ Singgih Santoso, *Statistika Multivariat* (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2010), 46.

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menentukan apakah terdapat ketidaksamaan varians residual dari satu observasi ke observasi berikutnya dalam model regresi, jika data disebut homoskedastisitas jika varians residualnya konstan dari satu pengamatan ke pengamatan berikutnya dan data disebut heteroskedastisitas jika variansnya berbeda dan model regresi yang baik jika tidak terjadi heteroskedastisitas.²⁹

Uji *Park*, uji *Level Spearman*, uji *Glejser*, dan uji *Chi-Square* adalah metode untuk menentukan heteroskedastisitas.³⁰ Uji heteroskedastisitas juga bisa divisualkan menggunakan *Scatterplot* dan akan digunakan dalam penelitian ini, dengan dasar keputusan data tidak terjadi heteroskedastisitas apabila titik data yang tersebar di atas atau di bawah angka 0 dan Titik-titik yang tidak berpola atau bergelombang.³¹

Dalam penelitian ini untuk menguji heteroskedastisitas guna mendapatkan akurasi nilai penulis menggunakan uji *glejser*. Kriteria penarikan kesimpulannya, yaitu tidak terjadi heteroskedastisitas jika nilai *t* dengan probabilitas $\text{sig} > 0,05$. Hal ini dapat dilihat pada tabel *coefficients*.³²

²⁹ Santoso, Mahir *Statistika Parametrik: Konsep Dasar dan Aplikasi dengan SPSS*. PT. Elex Media Komputindo 2019.

³⁰ Nawari *Analisis Regresi dengan MS Excel 2007 dan SPSS 17*. PT. Elex Media Komputindo 2019.

³¹ Raharjo *Panduan Uji Heteroskedastisitas dengan Gambar Scatterplots SPSS*. SPSS Indonesia 2019.

³² Azuar Juliandri, Irfan, dan Saprinal Manurung, *Metodologi Penelitian Bisnis: Teori dan Aplikasi*, 162-163

3) Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan mengamati ada tidaknya variabel independen yang mempunyai kemiripan antar variabel independen di suatu model. Kemiripan antar variabel independen akan mengakibatkan korelasi yang sangat kuat. Uji ini juga digunakan menghindari kebiasaan proses pengambilan keputusan mengenai korelasi uji parsial masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Jika VIF (*Variant Inflation Factor*) dihasilkan antara 1-10 berdampak tidak terjadi multikolinieritas³³.

4) Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi dalam suatu model bertujuan untuk menguji ada tidaknya korelasi antara variabel pengganggu pada periode tertentu dengan variabel sebelumnya. Mendeteksi autokorelasi dengan menggunakan nilai Durbin-Watson (D-W) dengan kriteria jika:

- 1) Angka D-W dibawah -2 berarti ada autokorelasi positif.
- 2) Angka D-W di antara -2 dan +2 berarti tidak ada autokorelasi.
- 3) Angka D-W di atas +2 berarti autokorelasi negative.³⁴

b. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisa regresi linear berganda merupakan suatu teknik statistika dimana model regresi linear dengan melibatkan lebih dari satu variabel bebas secara simultan maupun parsial. Analisa regresi

³³ Ibid,158

³⁴ Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi*, 232.

linear berganda digunakan untuk menguji apakah variabel independen memiliki pengaruh terhadap variabel dependen secara simultan maupun parsial³⁵. Adapun rumus persamaan regresi yang digunakan yaitu:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \varepsilon$$

c. Uji Hipotesis

1) Uji Parsial (Uji t)

Uji t adalah pengujian koefisien regresi parsial individual yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X) secara individual memengaruhi variabel dependen (Y).³⁶ Berdasarkan nilai t hitung dan t tabel:

- a) Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $t_{statistik} < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, berarti terdapat pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat.
- b) Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $t_{statistik} > 0,05$, maka H_a ditolak dan H_0 diterima, berarti tidak terdapat pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat.

2) Uji F

Uji F digunakan untuk mengevaluasi pengaruh semua variabel independen terhadap variabel dependen atau merupakan uji signifikansi model regresi.³⁷ Hipotesis yang digunakan :

³⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, 276

³⁶ Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi*, 226

³⁷ Agus Widarjono *Analisis Multivariat Terapan: Dengan Program SPSS, AMOS dan SMARTPLS*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2015.

Ho₄ : Kemudahan, kualitas layanan dan fitur mobile banking tidak berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Blitar Tanjung.

Ha₄ : Kemudahan, kualitas layanan dan fitur mobile banking berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Blitar Tanjung.

Uji F menggunakan SPSS sebagai berikut:

- (1) Jika signifikansi $> 0,05$ maka H₀ diterima
- (2) Jika signifikansi $< 0,05$ maka H₀ 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.³⁸

³⁸ Robert Kurniawan, *Analisis Regresi Dasar dan Penerapannya dengan R*, 123-124.

Koefisien determinasi (R^2) pada persamaan regresinya linier, dapat dihitung dengan menggunakan rumus:³⁹

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

Dimana:

R^2 = Koefisien determinasi / proporsi keragaman / variabilitas total disekitar nilai tengah y yang dapat 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.

Tabel 3.3

Interprestasi 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

³⁹ Andhita Dessy Wulansari, *Aplikasi Statistika Parametrik dalam Penelitian*, 133

BAB IV

PEMBAHASAN DAN ANALISIS DATA

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Sejarah Singkat Bank Syariah Indonesia

PT. Bank Syariah Indonesia Tbk. merupakan penggabungan dari Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah dan BRI Syariah menjadi satu entitas yang, didirikan pada 1 Februari 2021, bertepatan dengan 19 Jumadil Akhir 1442 H serta diresmikan langsung oleh Presiden Indonesia yaitu Bapak Ir. Joko Widodo. Penggabungan tiga bank milik negara memberikan operasi yang lebih komprehensif, jejak geografis yang lebih luas, dan peningkatan sumber daya modal. Bank syariah Indonesia didorong untuk bersaing di skala dunia.

Peleburan tiga bank syariah dengan harapan dapat menciptakan bank syariah yang menjadi sumber kebanggaan masyarakat, sumber energi baru bagi pertumbuhan ekonomi nasional, dan berkontribusi pada kesejahteraan sosial secara umum. Bank Syariah Indonesia adalah wajah baru yang bersifat universal dan mendunia dari perbankan syariah Indonesia.¹

¹www.Bankbsi.co.id (diakses pada tanggal 19 Februari 2021, jam 15.47)

2. Visi dan Misi Bank Syariah Indonesia

a. Visi Bank Syariah Indonesia

Menciptakan bank syariah yang masuk ke dalam 10 besar menurut kapitalisasi pasar secara global dalam waktu 5 tahun ke depan.²

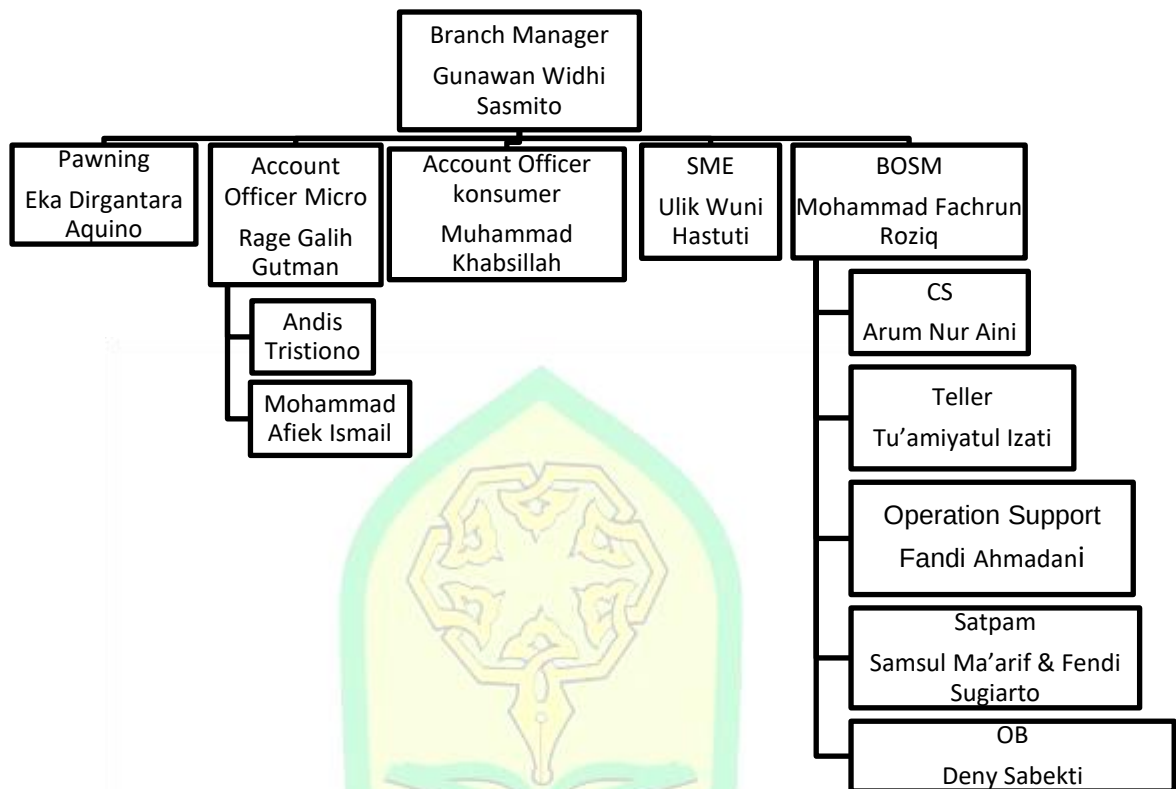
b. Misi Bank Syariah Indonesia

- 1) Memberikan akses solusi keuangan syariah di Indonesia (Melayani lebih dari 20 juta nasabah dan menjadi top 5 bank berdasarkan aset 500 T dan nilai buku 50 T di tahun 2025).
- 2) Menjadi bank besar yang memberikan nilai terbaik bagi para pemegang saham (top 5 bank yang paling profitable di Indonesia (ROE 18%) dan valuasi kuat (PB > 2)).
- 3) Menjadi perusahaan pilihan dan kebanggaan talenta terbaik Indonesia (perusahaan dengan nilai yang kuat dan memberdayakan masyarakat serta berkomitmen pada pengembangan karyawan dengan budaya berbasis kinerja).³

² Ibid.,

³ Ibid.,

3. Struktur Organisasi Bank Syariah Indonesia



Gambar 4.1 Struktur Organisasi Bank Syariah Indonesia Kantor

Cabang Pembantu Blitar Tanjung.⁴

4. Jobs Description

a. Branch Manager

- 1) Memastikan tercapainya target segmen bisnis pembiayaan (*micro, business banking, consumer*), pendanaan, FBI, contribution margin dan laba bersih yang ada lokasi yang berada dalam koordinasinya.
- 2) Menggali potensi bisnis di lokasi yang berada dalam koordinasinya untuk meningkatkan portfolio pembiayaan,

⁴ Mohammad Fachrun Roziq, Wawancara, 16 Oktober 2022

penghimpunan dana pihak ketiga, perbaikan kualitas aktiva produktif peningkatan pendapatan non operasional.

- 3) Memastikan standar layanan nasabah berjalan sesuai dengan ketentuan.
 - 4) Memastikan segala aktifitas operasional memenuhi ketentuan dan prudensialitas.
 - 5) Menindaklanjuti setiap temuan audit (intern/ekstern).
 - 6) Memastikan pengendalian kualitas dan risiko operasional
 - 7) Mengarahkan dan mereview sasaran kinerja seluruh bawahan
 - 8) Melaksanakan penagihan (*collection*).
 - 9) Menjaga kualitas pembiayaan (pengendalian NPF).
 - 10) Penandatanganan PKS dan MoU instansi, travel umroh/dealer/toko emas/supplier emas sesuai dengan inisiator dan SK delegasi wewenang penandatanganan PKS/ MoU.⁵
- b. BOSM (*Branch Operation and Service Manager*)
- 1) Melakukan fungsi *support* terhadap tugas-tugas *branch manager*.
 - 2) Mengelola kegiatan administrasi di kantor cabang, bidang *Credit Administration* dan *Operation Finance* (*Operation Support dan Cashier*).
 - 3) Memonitor dan mengkoordinir tugas dan pekerjaan yang dilakukan bawahannya.

⁵ Mohammad Fachrun Roziq, Wawancara, 16 Oktober 2022.

- 4) Mengontrol pelaksanaan SOP di cabang telah dijalankan dengan konsisten.
- 5) Memberikan masukan menginformasikan kepada BM (*Branch Manager*) atas kegiatan, *policy*, *procedure*, yang menyimpang dari SOP yang berlaku.
- 6) Memeriksa laporan stock unit tarikan, *inventory*, dan penjualan *inventory*.⁶

c. *Pawning*

- 1) Mengontrol semua kegiatan dan semua transaksi yang terjadi di dalam lingkup gadai emas.
- 2) Mempromosikan produk gadai emas sekaligus memastikan pencapaian target bisnis gadai emas.⁷

d. *Account Officer Micro*

- 1) Melakukan Sosialisasi, Identifikasi wawancara calon Nasabah.
- 2) Melakukan uji kelayakan calon Nasabah.
- 3) Melakukan persiapan pembiayaan.
- 4) Melaksanakan pertemuan kelompok mingguan.⁸

e. *Account Officer Konsumer*

- 1) Meningkatkan pertumbuhan portofolio pendanaan, pembiayaan, dan fee based pada segmen konsumer.

⁶ Mohammad Fachrun Roziq, Wawancara, 16 Oktober 2022.

⁷ Mohammad Fachrun Roziq, Wawancara, 16 Oktober 2022.

⁸ Deny, Wawancara, 16 Oktober 2022.

- 2) Melaksanakan kerja sama dengan pihak ketiga seperti developer, perusahaan, SKPD pemerintah daerah serta instansi lainnya.
- 3) Memastikan tersedianya data laporan monitoring portofolio (dana, pembiayaan), profitability dan transaksi nasabah segmen affluent & high network.
- 4) Mengoptimalkan cross reference produk pembiayaan ke nasabah segmen mass, mass affluent & high network.
- 5) Melaksanakan supervisi dan memastikan pencapaian target funding dan lending direct sales
- 6) Menerima nasabah griya, pensiun dan implan
- 7) Mengumpulkan dokumen pembiayaan dan melakukan pengecekan sesuai RAC.
- 8) Melakukan verifikasi income, keaslian SK Pensiun ke instansi pembayar manfaat.
- 9) Membuat nota kelayakan Developer dan LKBB
- 10) Membuat Surat Penawaran Pemberian Pembiayaan (SP3)
- 11) Melakukan pemenuhan dokumen persyaratan akad dan pembuatan akad pembiayaan, initial data entry dan detail data entry.⁹

f. SME

- 1) Melakukan pencapaian penjualan sesuai target bisnis yang ditentukan

⁹ Mamat, Wawancara, 16 Oktober 2022.

- 2) Mengoptimalkan upaya pemasaran dan penjualan produk outlet mikro kepada calon nasabah mikro
- 3) Memastikan adanya pengajuan BI *Checking* untuk verifikasi profil calon nasabah.
- 4) Memastikan adanya filtering terhadap data dan informasi yang diperoleh dari nasabah.
- 5) Memastikan adanya Surat Penawaran Pemberian Pembiayaan Mikro (SP3) untuk persetujuan permohonan pembiayaan kepada nasabah
- 6) Memastikan adanya surat penolakan permohonan pembiayaan kepada nasabah untuk penolakan permohonan pembiayaan.
- 7) Memastikan adanya surat peringatan kepada nasabah yang mengalami keterlambatan pembayaran angsuran pembiayaan (kolektabilitas 1 dan 2)
- 8) Memaksimalkan hasil penagihan terhadap nasabah yang jatuh tempo pembayaran angsuran dan tergolong kolektabilitas 1 dan 2A.
- 9) Mengoptimalkan hubungan antara bank dengan nasabah.
- 10) Mengumpulkan dan memverifikasi dokumen pembiayaan yang sesuai.¹⁰

g. Customer Service

- 1) Sebagai resepsionis

¹⁰ Fandy, Wawancara, 16 Oktober 2022

- 2) Sebagai deskman
- 3) Sebagai salesman
- 4) Sebagai Customer Relation Officer
- 5) Sebagai Komunikator¹¹

h. Teller

- 1) Mencatat transaksi yang melibatkan pencatatan cek dan menyiapkan laporan transaksi
- 2) Menghitung dan mengemas mata uang
- 3) Rekonsiliasi laci kas
- 4) Membuka rekening baru dan membantu pengajuan pinjaman
- 5) Penukaran mata uang asing
- 6) Mempromosikan produk dan layanan bank
- 7) Menjaga kerahasiaan informasi pribadi nasabah¹²

i. *Operation Support*

- 1) Menyusun laporan atas realisasi biaya-biaya yang berhubungan dengan personalia maupun fasilitas kantor
- 2) Mengelola dan membuat laporan penggunaan kas kecil harian sesuai dengan wewenang yang berlaku
- 3) Mengelola pengadaan, pendistribusian dan pemeliharaan sarana prasarana kantor
- 4) Melaksanakan dan mengadministrasikan penutupan asuransi seluruh aset milik bank

¹¹ Arum Nur Aini, Wawancara, 16 Oktober 2022.

¹² Fandi Ahmadani, Wawancara, 16 oktober 2022.

- 5) Memastikan pelaksanaan backup data secara berkala
 - 6) Melakukan penyusutan atas nilai buku inventaris kantor serta aktiva tetap milik kantor¹³
- j. Satpam
- 1) Menjaga semua aset di lingkungan perbankan
 - 2) Memberikan rasa aman dan nyaman bagi semua orang di lingkungan bank baik tamu, karyawan atau pun pelanggan lainnya
 - 3) Mengawasi dan mewaspadaai orang-orang yang dianggap membahayakan lingkungan sekitar
 - 4) Penjaga mobil yang membawa uang tunai agar proses pembawaan uang tunai aman
 - 5) Memastikan ruangan terkunci dengan benar dan tidak ada penyusup atau maling yang masuk
 - 6) Berpartisipasi dalam pelayanan seperti membukakan pintu untuk tamu yang datang, mengambil nomor antrian untuk nasabah, memberikan informasi tertentu kepada nasabah
 - 7) Membantu mengarahkan pelanggan untuk menyelesaikan hal-hal yang diperlukan di bank¹⁴
- k. OB
- 1) Membantu soal surat-menyurat
 - 2) Membantu merapikan ruang kantor

¹³ Mohammad Fachrun Roziq, Wawancara, 16 Oktober 2022.

¹⁴ Gunawan, Wawancara, 16 Oktober 2022.

- 3) Membuat minuman untuk tamu
- 4) Membantu pekerjaan karyawan¹⁵

5. Layanan *Mobile Banking* dan Fitur *BSI Mobile*

Mobile banking biasa disingkat *M-Banking*. *Mobile banking* adalah fasilitas keuangan melalui pertukaran portabel seperti telepon seluler. Dengan penataan kantor yang bisa dibilang setara ATM, selain mengambil uang cash.¹⁶ *Mobile banking* merupakan layanan yang memberi kesempatan nasabah untuk bertransaksi perbankan dengan menggunakan ponsel.

Layanan *mobile banking* bisa dipakai dengan aplikasi yang dapat diunduh oleh nasabah pada ponsel terlebih dahulu. Ketika nasabah membuka aplikasi, ia harus mencantumkan password untuk login, setelah itu nasabah bisa memilih menu transaksi yang tersedia dan diminta mencantumkan PIN saat menjalankan transaksi. Fitur-fitur layanan *mobile banking* antara lain layanan informasi (saldo, mutasi rekening, tagihan kartu kredit, suku bunga, dan lokasi cabang/ATM terdekat); dan layanan transaksi, seperti transfer, pembayaran tagihan (listrik, air, pajak, kartu kredit, asuransi, internet), pembelian (pulsa, tiket), dan berbagai fitur lainnya.¹⁷

Mobile Banking adalah layanan perbankan yang dapat di akses langsung melalui jaringan telepon seluler/handphone GSM (*Global for*

¹⁵ Deny, Wawancara, 16 Oktober 2022.

¹⁶ Wiji Nurastuti, *Teknologi Perbankan* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011), 110.

¹⁷ Armia Rizky Damayanti, Skripsi: Pengaruh kualitas layanan dan fitur terhadap minat penggunaan berkelanjutan *mobile banking* BRIS dengan kepuasan nasabah sebagai variabel intervening pada mahasiswa IAIN Ponorogo.

Mobile Communication) atau CDMA dengan menggunakan layanan data yang telah di sediakan oleh operator telepon seluler misal XL, Indosat, dan operator telepon lainnya. 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.¹⁸

Jenis-jenis layanan perbankan syariah yang terdapat pada mobile banking relatif sama dengan internet banking, yaitu:¹⁹

- a. Transfer dana antar rekening atau ke bank lain
- b. Informasi saldo dan mutasi rekening
- c. Pembayaran tagihan kartu kredit, angsuran, asuransi, rekening listrik, air, telepon, TV kabel, zakat, dan lain-lain.
- d. Pembelian tiket transportasi, token listrik, pulsa HP, kuota data, dan lain-lain.
- e. Layanan lainnya seperti informasi notifikasi rekening dan kurs valuta asing.

Jenis-jenis transaksi dalam mobile banking diantaranya:²⁰

- a. Transaksi non-finansial
 - 1) Informasi saldo
 - 2) Ganti pin
 - 3) Informasi mutasi 3 transaksi terakhir

¹⁸ 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. Hlm 24

¹⁹ Ibid.,

²⁰ Mohammad Fachrun Roziq, Wawancara, 16 Oktober 2022.

- 4) Cek *history* transaksi (*inbox* aplikasi)
- 5) Daftar transaksi favorit
- a. Transaksi finansial
 - 1) Transfer sesama rekening BSI
 - 2) Transfer antar bank
 - 3) Pembayaran tagihan PLN
 - 4) Pembayaran PLN non tagihan listrik
 - 5) Pembayaran tagihan telepon
 - 6) Pembayaran BPJS
 - 7) Pembelian Pulsa, Token listrik, paket data Pembayaran TV
Kabel/ Internet Top up e-Wallet

B. Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas

1. Uji Validitas

Uji validitas instrumen peneliti menggunakan sebesar 30 responden. Peneliti menggunakan 9 butir pernyataan untuk variabel kepuasan nasabah, 8 butir pernyataan untuk variabel kemudahan, 11 butir pernyataan untuk variabel kualitas layanan, dan 7 butir pernyataan untuk variabel fitur. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan nilai r tabel untuk *degree of freedom* (df) = $n - 2$ (n adalah jumlah sampel).²¹ Dengan jumlah sampel (n) adalah 30 dan tingkat signifikansi 0,05. Maka r_{tabel} dalam penelitian ini adalah $r(0,05;$

²¹ Sujarweni, Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi, 108.

$30 - 2 = 28) = 0,361$. Dengan ketentuan, jika nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka butir pernyataan tersebut valid. Hasil pengujian validitas Y, X_1 dan X_2 X_3 ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 4.1

Uji Validasi Variabel Kepuasan Nasabah (Y)

No	Pernyataan	r hitung
1.	YP ₁	0,736
2.	YP ₂	0,528
3.	YP ₃	0,736
4.	YP ₄	0,344
5.	YP ₅	0,443
6.	YP ₆	0,736
7.	YP ₇	0,443
8.	YP ₈	0,228
9.	YP ₉	0,554

Sumber : Data diolah SPSS 25, 2023

Berdasarkan Tabel 4.1 dapat diketahui bahwa 7 pertanyaan (YP1, YP2, YP3, YP5, YP6, YP7, YP9) pada variabel kepuasan nasabah (Y) memiliki nilai $r_{hitung} > 0,361$ sehingga dikatakan sudah valid dan dapat digunakan sebagai kuesioner penelitian variabel kepuasan nasabah.

Sedangkan pada 2 item pertanyaan (YP4, YP8) memiliki nilai $r_{hitung} < 0,361$ sehingga dikatakan tidak valid dan tidak dapat digunakan sebagai kuesioner penelitian variabel kepuasan nasabah.

Tabel 4.2

Uji Validitas Variabel Kemudahan

No	Pernyataan	r hitung
1.	K ₁ P ₁	0,578
2.	K ₁ P ₂	0,602
3.	K ₁ P ₃	0,541
4.	K ₁ P ₄	0,576
5.	K ₁ P ₅	0,526
6.	K ₁ P ₆	0,443
7.	K ₁ P ₇	0,691
8.	K ₁ P ₈	0,400

Sumber : Data diolah SPSS 25, 2023

Berdasarkan Tabel 4.2 dapat diketahui bahwa 8 pertanyaan pada variabel kemudahan (X_1) memiliki nilai $r_{hitung} > 0,361$ sehingga dikatakan sudah valid dan dapat digunakan sebagai kuesioner penelitian variabel kemudahan.

Tabel 4.3

Uji Validitas Variabel Kualitas Layanan

No	Pernyataan	r hitung
1.	K ₂ P ₁	0,583
2.	K ₂ P ₂	0,651
3.	K ₂ P ₃	0,707
4.	K ₂ P ₄	0,370
5.	K ₂ P ₅	0,424
6.	K ₂ P ₆	0,527
7.	K ₂ P ₇	0,409
8.	K ₂ P ₈	0,649
9.	K ₂ P ₉	0,583
10.	K ₂ P ₁₀	0,651
11.	K ₂ P ₁₁	0,707

Sumber : Data diolah SPSS 25, 2023.

Berdasarkan Tabel 4.3 dapat diketahui bahwa 11 pertanyaan pada variabel kualitas layanan (X_2) memiliki nilai $r_{hitung} > 0,361$ sehingga dikatakan sudah valid dan dapat digunakan sebagai kuesioner penelitian variabel kualitas layanan.

Tabel 4.4

Uji Validitas Variabel Fitur

No	Pernyataan	r _{hitung}
1.	K ₃ P ₁	0,557
2.	K ₃ P ₂	0,815
3.	K ₃ P ₃	0,815
4.	K ₃ P ₄	0,845
5.	K ₃ P ₅	0,845
6.	K ₃ P ₆	0,815
7.	K ₃ P ₇	0,845

Sumber : Data diolah SPSS 25, 2023.

Berdasarkan Tabel 4.4 dapat diketahui bahwa 7 pertanyaan pada variabel fitur (X_3) memiliki nilai $r_{hitung} > 0,361$ sehingga dikatakan sudah valid dan dapat digunakan sebagai kuesioner penelitian variabel fitur.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan terhadap item pertanyaan yang dikatakan valid. Variabel yang dinyatakan reliabel jika memiliki *Cronbach Alpha* $> 0,60$.¹ Adapun hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada Tabel 4.5.

Tabel 4.5

Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Cronbach Alfa
1.	Kemudahan (X_1)	0,658
2.	Kualitas Layanan(X_2)	0,790
3.	Fitur (X_3)	0,888
4	Kepuasan Nasabah (Y)	0,704

Sumber : Data diolah SPSS 25, 2023

Berdasarkan hasil dari Tabel 4.5 tersebut diketahui nilai *cronbachs alpha* dari masing — masing variabel lebih dari 0,6 sehingga item pernyataan untuk variabel Y, X_1 dan X_2 adalah reliabel.

C. Hasil Pengujian Deskriptif

Penelitian ini dilakukan dengan cara penyebaran kuesioner kepada nasabah BSI KCP Blitar Tanjung. Karakteristik responden dalam penelitian ini terbagi dalam beberapa kategori, yaitu: Usia, jenis kelamin, pekerjaan, dan tanggapan responden.

¹J. Supranto, *Statistik: Teori dan Aplikasi* (Jakarta: Erlangga, 2000), 24.

1. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia

Responden dalam penelitian dikelompokkan menjadi 3 kategori usia. Deskripsi responden berdasarkan usia bisa dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.6

Responden Berdasarkan Usia

No	Kelompok Usia	Jumlah	Persentase
1.	18-25	30	30,5 %
2.	25-35	42	42,5 %
3.	35-40	25	27 %
Total		97	100%

Sumber : Data diolah dengan Ms.Excel 2013, 2023.

Dilihat dari Tabel 4.6 Responden dalam penelitian ini didominasi oleh responden dengan rentang usia antara 25 — 35 tahun yaitu sebanyak 42 orang atau sebesar 42,5 %. Adapun responden dengan jumlah yang paling sedikit ada pada responden dengan rentang usia 35-40 tahun, yaitu sebanyak 25 orang atau sebesar 27%. Hal ini menunjukkan bahwa yang menggunakan BSI *Mobiledi* BSI KCP Blitar Tanjung berusia 25-35 tahun.

2. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Deskripsi responden berdasarkan jenis kelamin bisa dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.7

Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1.	Laki — laki	15	15,5%
2.	Perempuan	82	84,5%
Total		97	100%

Sumber : Data diolah dengan Ms.Excel 2013, 2023.

Dilihat dari Tabel 4.7 diketahui bahwa jumlah responden laki — laki sebanyak 15 orang dengan persentase sebesar 15,5% dan jumlah responden perempuan sebanyak 82 orang dengan persentase 84,5%.

3. Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan

Tabel 4.8

Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

No	Jenis Pekerjaan	Jumlah	Persentase
1.	Pelajar/Mahasiswa	37	37,5%
2.	Pegawai Negeri/Swasta	40	40,5%
3.	Lain — lain	23	22%
Total		97	100%

Sumber : Data diolah dengan Ms.Excel 2013, 2023.

Berdasarkan Tabel 4.8 diketahui bahwa responden yang mendominasi adalah Pegawai Negeri/Swasta,yaitu sebanyak 40 orang dengan persentase 40,5%. Responden dengan pekerjaan pelajar atau mahasiswa sebanyak 37 orang dengan presentase 37,5% dan responden dengan pekerjaan yang lainnya sebanyak 23 orang dengan presenase 22%.

4. Deskripsi Responden dengan Tanggapan Responden

Tabel 4.9

Tanggapan Responden Pada Variabel (Y) Kepuasan Nasabah

Pernyataan	Jawaban				Jumlah
	1	2	3	4	
Y ₁	4	23	48	22	97
Y ₂	0	27	54	16	97
Y ₃	0	13	60	24	97
Y ₄	0	18	57	22	97
Y ₅	4	24	45	24	97
Y ₆	2	30	48	17	97
Y ₇	0	18	57	22	97
Y ₈	4	24	45	24	97
Y ₉	2	30	48	17	97

Sumber : Data diolah dengan Ms.Excel 2013, 2023.

Berdasarkan Tabel 4.9 diketahui bahwa jawaban yang mendominasi dari pernyataan untuk variabel kepuasan nasabah yang diberikan kepada responden adalah setuju. Cukup banyak juga yang memberikan jawaban sangat setuju. Selain itu, masih ada responden yang memberikan jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Tabel 4.10

Tanggapan Responden Pada Variabel (X_1) Kemudahan

Pernyataan	Jawaban				Jumlah
	1	2	3	4	
X_1P_1	0	3	68	26	97
X_1P_2	1	10	59	27	97
X_1P_3	1	11	64	21	97
X_1P_4	0	14	67	16	97
X_1P_5	0	14	56	27	97
X_1P_6	2	17	53	25	97
X_1P_7	0	21	60	16	97
X_1P_8	2	19	57	19	97

Sumber : Data diolah dengan Ms.Excel 2013, 2023.

Berdasarkan Tabel 4.10 diketahui bahwa jawaban yang mendominasi dari pernyataan untuk variabel kemudahan yang diberikan kepada responden adalah setuju. Cukup banyak juga yang memberikan jawaban sangat setuju. Selain itu, masih ada responden yang memberikan jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Tabel 4.11**Tanggapan Responden Pada Variabel (X₂) Kualitas Layanan**

Pernyataan	Jawaban				Jumlah
	1	2	3	4	
X ₂ P ₁	2	8	67	20	97
X ₂ P ₂	1	12	69	15	97
X ₂ P ₃	1	18	61	17	97
X ₂ P ₄	0	13	69	15	97
X ₂ P ₅	0	13	67	17	97
X ₂ P ₆	1	12	68	16	97
X ₂ P ₇	0	9	70	18	97
X ₂ P ₈	1	13	64	19	97
X ₂ P ₉	2	8	67	20	97
X ₂ P ₁₀	1	12	68	16	97
X ₂ P ₁₁	0	9	70	18	97

Sumber : Data diolah dengan Ms.Excel 2013, 2023.

Berdasarkan Tabel 4.11 diketahui bahwa jawaban yang mendominasi dari pernyataan untuk variabel kualitas layanan yang diberikan kepada responden adalah setuju. Cukup banyak juga yang memberikan jawaban sangat setuju. Selain itu, masih ada responden yang memberikan jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Tabel 4.12**Tanggapan Responden Pada Variabel (X_3) Fitur**

Pernyataan	Jawaban				Jumlah
	1	2	3	4	
X_3P_1	0	13	67	17	97
X_3P_2	1	12	68	16	97
X_3P_3	0	9	70	18	97
X_3P_4	1	13	64	19	97
X_3P_5	2	8	67	20	97
X_3P_6	1	12	68	16	97
X_3P_7	0	9	70	18	97

Sumber : Data diolah dengan Ms.Excel 2013, 2023.

Berdasarkan Tabel 4.12 diketahui bahwa jawaban yang mendominasi dari pernyataan untuk variabel fitur yang diberikan kepada responden adalah setuju. Cukup banyak juga yang memberikan jawaban sangat setuju. Selain itu, masih ada responden yang memberikan jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju.

D. Hasil Pengujian Hipotesis

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Tabel 4.13

Hasil Uji Normalitas

N	Sig
97	0,200

Sumber : Data diolah SPSS 25, 2023.

Berdasarkan Tabel 4.13 diketahui bahwa nilai *sig* pada pengujian normalitas dengan metode *Kolmogorov-Smirnov* adalah 0,200 lebih besar dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa residual berdistribusi normal.

b. Uji Heterokedastisitas

Tabel 4.14

Hasil Uji Heterokedastisitas

Variabel	<i>Sig</i>	<i>Alpha</i>
X ₁	0,404	0,05
X ₂	0,747	0,05
X ₃	0,393	0,05

Sumber : Data diolah SPSS 25, 2023.

Berdasarkan Tabel 4.14 diketahui bahwa nilai signifikansi dari semua variabel lebih besar dari 0,05 yang berarti tidak ada pengaruh

terhadap X_1 , X_2 dan X_3 terhadap nilai mutlak residual sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heterokedastisitas.

c. Uji Autokorelasi

Tabel 4.15

Hasil Uji Autokorelasi

Dw	Du	4 — du
2,159	1,733	2,267

Sumber : Data diolah SPSS 25, 2023.

Berdasarkan Tabel 4.15 menunjukkan hasil nilai Durbin — Watson (DW) sebesar 2,159 lebih besar dari batas atas (dU) yakni 1,733 dan kurang dari (4 — du) yaitu $4 - 1,733 = 2,267$ ($1,733 < 2,159 < 2,267$). Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala autokorelasi pada penelitian ini.

d. Uji Multikolinieritas

Tabel 4.16

Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	<i>Tolerance</i>	VIF
X_1	0,560	1,786
X_2	0,484	2,066
X_3	0,554	1,804

Sumber : Data diolah SPSS 25, 2023.

Berdasarkan Tabel 4.16 diketahui bahwa nilai VIF pada ketiga variabel Independen kurang dari 10 sehingga dapat diartikan bahwa

model regresi berganda bebas dari multikolinieritas, dengan demikian asumsi non multikolinieritas terpenuhi.

2. Analisis Regresi Linier Berganda

a. Model Regresi

Tabel 4.17

Hasil Uji Regresi Linier Berganda

<i>Unstdanardized Coefficients</i>	
Model	B
<i>Constant</i>	4,550
X ₁	0,226
X ₂	0,324
X ₃	0,302

Sumber : Data diolah SPSS 25, 2023.

Berdasarkan Tabel 4.17 dapat dirumuskan regresi sebagai berikut:

$$4,550 = 0,226X_1 + 0,324X_2 + 0,302X_3 + e$$

1) Konstanta a

Nilai konstanta (a) memiliki nilai positif sebesar 4,550. menunjukkan bahwa tanpa dipengaruhi variabel kemudahan (X₁), kualitas layanan (X₂), dan fitur (X₃) maka rata — rata kepuasan nasabah (Y) sebesar 4,550 satuan.

2) Konstanta (b₁) untuk variabel kemudahan (X₁)

Kemudahan memiliki koefisien sebesar 0,226. Yang menunjukkan adanya hubungan yang positif antara kemudahan dan kepuasan

nasabah. Jika kemudahan meningkat maka kepuasan nasabah juga meningkat. Nilai koefisien sebesar 0,226 artinya jika kemudahan dinaikkan sebesar 1 satuan atau dinaikkan satu tingkat maka kepuasan nasabah juga naik sebesar 0,226 satuan dengan asumsi variabel lainnya tetap.

3) Konstanta (b_2) untuk variabel kualitas layanan (X_2)

Kualitas layanan mempunyai koefisien sebesar 0,324 dengan arah positif yang menunjukkan adanya hubungan yang searah antara variabel kualitas layanan dan kepuasan nasabah. Jika kualitas layanan meningkat maka kepuasan nasabah juga meningkat. Nilai koefisien sebesar 0,324 artinya jika kualitas layanan dinaikkan sebesar 1 satuan atau dinaikkan satu tingkat maka kepuasan nasabah juga naik sebesar 0,324 satuan dengan asumsi variabel lainnya tetap.

4) Konstanta (b_3) untuk variabel fitur (X_3)

Fitur mempunyai koefisien sebesar 0,302 dengan arah positif yang menunjukkan adanya hubungan searah antara variabel fitur dan kepuasan nasabah. Jika fitur meningkat maka kepuasan nasabah juga meningkat. Nilai koefisien sebesar 0,302 artinya jika fitur dinaikkan sebesar 1 satuan atau dinaikkan satu tingkat maka kepuasan nasabah juga naik sebesar 0,302 satuan dengan asumsi variabel lainnya tetap.

b. Uji t

Tabel 4.18

Hasil Uji t

Variabel	T	Sig
Kemudahan	2,797	0,006
Kualitas Layanan	4,856	0,000
Fitur	3.227	0,002

Sumber : Data diolah SPSS 25, 2023.

Berdasarkan Tabel 4.18, dapat dijelaskan sebagai berikut:

1) Pengaruh kemudahan (X_1) terhadap kepuasan nasabah (Y)

Berdasarkan pengujian X_1 terhadap Y diperoleh t_{hitung} sebesar 2,797 dengan t_{tabel} sebesar 1,986. Karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ 2,797 > 1,986, maka H_{a1} diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh secara signifikan antara kemudahan terhadap kepuasan nasabah.

2) Pengaruh kualitas layanan (X_2) terhadap kepuasan nasabah (Y)

Berdasarkan pengujian X_2 terhadap Y diperoleh t_{hitung} sebesar 4,856 dengan t_{tabel} sebesar 1,986. Karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau 4,856 > 1,986, maka H_{a2} diterima. Sehingga dapat disimpulkan

bahwa terdapat pengaruh secara signifikan antara kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah.

3) Pengaruh Fitur (X_3) terhadap kepuasan nasabah (Y)

Berdasarkan pengujian X_3 terhadap Y diperoleh t_{hitung} sebesar 3,227 dengan t_{tabel} sebesar 1,986. Karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $3,227 > 1,986$, maka H_{a3} diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh secara signifikan antara fitur terhadap kepuasan nasabah.

c. Uji F

Tabel 4.19

Hasil Uji F

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	600,466	3	200,155	57,004	0,000 ^b
Residual	326,544	93	3,511		
Total	927,010	96			

Sumber : Data diolah SPSS 25, 2023.

Berdasarkan Tabel 4.19 menunjukkan bahwa nilai sig sebesar 0,000, sedangkan F_{hitung} sebesar 57,004. Sementara nilai F_{tabel} sebesar 3,093, nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $57,004 > 3,093$, menunjukkan bahwa H_{04} ditolak dan H_{a4} diterima. Jadi, dapat disimpulkan adanya pengaruh yang simultan. Variabel kemudahan, kualitas layanan, dan

fitur secara bersama-sama atau simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

d. Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 4.20

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

R	R Square
0,805	0,648

Sumber : Data diolah SPSS 25, 2023.

Berdasarkan Tabel 4.20 menunjukkan bahwa besarnya nilai koefisien korelasi/hubungan (R) yaitu sebesar 0,805 dan besarnya presentase pengaruh variabel-variabel bebas terhadap variabel terikat yang disebut determinasi (*R Square*) sebesar 0,648. Artinya nilai *R Square* (R^2) sebesar 0,648 atau 64,8%, yang berarti bahwa variabel kemudahan, kualitas layanan dan fitur memiliki pengaruh sebesar 64,8% terhadap kepuasan nasabah dan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain.

e. Variabel Paling Dominan

Untuk menghitung besarnya kontribusi masing-masing variabel adalah dengan melihat pada Tabel 2.21 berikut:

Tabel 2.21

Variabel Paling Dominan

Variabel	Beta	Koefisien Korelasi	R square
Kemudahan (X ₁)	0,230	0,775	0,648
Kualitas Layanan (X ₂)	0,430	0,824	
Fitur (X ₃)	0,267	0,712	

Sumber : Data diolah SPSS 25, 2023.

Mennghitung sumbangan efektif masing — masing variabel

$$1) \text{ Sumbangan (X}_1\text{)} = \text{Beta X}_1 \cdot \text{Koefisien Korelasi X}_1 \cdot 100\%$$

$$= 0,230 \cdot 0,775 \cdot 100\%$$

$$= 39,4 \%$$

$$2) \text{ Sumbangan (X}_2\text{)} = \text{Beta X}_2 \cdot \text{Koefisien Korelasi X}_2 \cdot 100\%$$

$$= 0,430 \cdot 0,824 \cdot 100\%$$

$$= 14 \%$$

$$3) \text{ Sumbangan (X}_3\text{)} = \text{Beta X}_3 \cdot \text{Koefisien Korelasi X}_3 \cdot 100\%$$

$$= 0,267 \cdot 0,721 \cdot 100\%$$

$$= 14 \%$$

$$4) \text{ Sumbangan Total (X}_1 + \text{X}_2 + \text{X}_3) = 39,4 \% + 14 \% + 14\%$$

$$= 67,4 \%$$

Berdasarkan hasil perhitungan diketahui bahwa variabel yang paling dominan adalah variabel dengan besaran kontribusi terhadap variabel kepuasan nasabah sebesar 39,4% sedangkan variabel memberikan kontribusi terhadap variabel kepuasan nasabah sebesar 14%.

E. Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kemudahan kualitas layanan dan fitur BSI *Mobile Banking* terhadap kepuasan nasabah di Bank Syariah Indonesia KCP Blitar Tanjung. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Pengaruh Kemudahan (X_1) terhadap Kepuasan Nasabah (Y)

Pengujian hipotesis ini menyatakan bahwa kemudahan, mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah di Bank Syariah Indonesia KCP Blitar Tanjung. Dapat dilihat dengan pengujian signifikansi menjelaskan bahwa nilai $\text{Sig.} < 0,05$ yaitu $0,006 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa H_{01} ditolak dan H_{a1} diterima artinya Kemudahan (X_1) secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda menunjukkan besaran koefisien regresi variabel kemudahan penggunaan bertanda positif, artinya variabel kemudahan berbanding lurus atau searah dengan kepuasan nasabah dengan diperoleh nilai koefisien regresi variabel

kemudahan sebesar 0,226, yang menandakan bahwa nilai koefisien positif menandakan ada hubungan searah antara variabel kemudahan dengan kepuasan nasabah.

Hal ini sesuai dengan penelitian Nurul Hidayati, Susila Andriyati, Vina Rismayani, dan Viviannisa Victoria yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kemudahan Transaksi dan Fitur Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Penggunaan BSI Mobile Banking” yang sesuai dengan teori yang mengatakan bahwa ada pengaruh antara kemudahan dan kualitas layanan.

Hubungan antara kemudahan dengan kepuasan nasabah yaitu jika nasabah mendapatkan kemudahan untuk bertransaksi, maka nasabah akan cenderung merasa puas pada perusahaan, baik nasabah yang akan melakukan pembiayaan ataupun yang akan menabung. Ketika suatu Bank mampu memberikan kemudahan dalam bertransaksi, maka semakin tinggi pula keinginan untuk menggunakannya dan timbullah kepuasan nasabah.²

Dalam menarik kepuasan nasabah terhadap BSI *Mobile* melalui kemudahan, pihak BSI KCP Blitar Tanjung harus meningkatkan kemudahan agar nasabah semakin merasa puas dalam menggunakan BSI *Mobile*. Maka dari itu sangat perlu bagi BSI KCP Blitar Tanjung untuk tetap meningkatkan kepuasan nasabah dengan segala faktor yang mempengaruhi.

² Intan Fitriyani, (Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga, 2017), 4.

2. Pengaruh Kualitas Layanan (X_2) terhadap Kepuasan Nasabah (Y)

Pengujian hipotesis ini menyatakan bahwa kualitas layanan, mempunyai pengaruh secara nyata atau signifikan terhadap kepuasan nasabah di Bank Syariah Indonesia KCP Blitar Tanjung. Dapat dilihat dengan pengujian signifikansi menjelaskan bahwa nilai $\text{Sig.} < 0,05$ yaitu $0,000 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa H_{01} ditolak dan H_{a1} diterima artinya Kualitas layanan (X_2) secara bersama-sama (simultan) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda menunjukan besaran koefisien regresi variabel kualitas layanan penggunaan bertanda positif, artinya variabel kualitas layanan berbanding lurus atau searah dengan kepuasan nasabah dengan diperoleh nilai koefisien regresi variabel kualitas layanan sebesar 0,324, yang menandakan bahwa nilai koefisien positif menandakan ada hubungan searah antara variabel kualitas layanan dengan kepuasan nasabah.

Hasil ini sesuai dengan penelitian Elsandro Yoga Pranantha yang berjudul “Pengaruh Kualitas Layanan dan Fitur Produk BSI *Mobile* Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia Di Kabupaten Sleman”

Kualitas layanan sangat berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dan mempunyai hubungan yang erat. Apabila layanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas layanan dipersepsikan baik dan memuaskan.³ Kualitas layanan yang diberikan harus sesuai dengan apa yang diharapkan oleh nasabah. Meningginya tingkat kesesuaian antara harapan dengan kualitas layanan yang diberikan perusahaan, merupakan tanda terciptanya nilai kepuasan yang maksimal.⁴

3. Pengaruh Fitur (X₃) terhadap Kepuasan Nasabah (Y)

Salah satu aspek penting agar pelanggan mempunyai kepercayaan dan merasa puas dalam membuat keputusan untuk bertransaksi secara *online* atau tidak. Faktor kepercayaan dalam transaksi *online* merupakan perkiraan subjektif dimana pelanggan percaya bahwa untuk bisa bertransaksi secara *online* dengan konsisten dan lengkap sesuai harapan mereka. Konsep kepercayaan tersebut merupakan kepercayaan terhadap penyelenggara transaksi *online* dan kepercayaan terhadap kelengkapan fitur layanan yang terdapat di *mobile banking*, karena kepercayaan fitur sangat berhubungan langsung dengan kepuasan nasabah. Sehingga perlu mengupayakan agar lebih optimal dan nasabah merasa puas dengan adanya fitur yang sangat membantu untuk bertransaksi secara mudah.⁵

³ Fandy Tjiptono, *Manajemen Jasa*, 60.

⁴ Thomas S. Kaihatu, Achmad Daengs, dan Agoes Tinus Lis Indrianto, *Manajemen Komplain* (Yogyakarta: Andi, 2015), 40.

⁵ Chitra Laksmi Rithmaya, "Pengaruh Kemudahan..., 165.

Pengujian hipotesis ini menyatakan bahwa fitur , mempunyai pengaruh secara nyata atau signifikan terhadap kepuasan nasabah di Bank Syariah Indonesia KCP Blitar Tanjung. Dapat dilihat dengan pengujian signifikansi menjelaskan bahwa nilai Sig. $< 0,05$ yaitu $0,002 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa H_{01} ditolak dan H_{a1} diterima artinya fitur (X_3) secara bersama-sama (simultan) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda menunjukan besaran koefisien regresi variabel fitur penggunaan bertanda positif, artinya variabel fitur berbanding lurus atau searah dengan kepuasan nasabah dengan diperoleh nilai koefisien regresi variabel fitur sebesar 0,302, yang menandakan bahwa nilai koefisien positif menandakan ada hubungan searah antara variabel fitur dengan kepuasan nasabah.

4. Pengaruh Kemudahan (X_1), Kualitas Layanan (X_2) dan Fitur (X_3) Terhadap Kepuasan Nasabah (Y)

Berdasarkan hasil pengujian menyatakan bahwa kemudahan, kualitas layanan dan fitur mempunyai pengaruh secara nyata atau signifikan terhadap kepuasan nasabah di BSI KCP Blitar Tanjung. Dapat dilihat dengan pengujian signifikansi menjelaskan bahwa nilai Sig. $< 0,05$ yaitu $0,000 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa H_{03} ditolak dan H_{a3} diterima artinya kemudahan (X_1), kualitas layanan (X_2) dan fitur (X_3) secara bersama-sama (simultan) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah. Berdasarkan hasil perhitungan

diketahui bahwa variabel yang paling dominan adalah variabel kemudahan dengan besaran kontribusi terhadap variabel kepuasan nasabah sebesar 39,4% sedangkan variabel kualitas layanan memberikan kontribusi terhadap variabel kepuasan nasabah sebesar 14% dan variabel fitur memberikan kontribusi terhadap kepuasan nasabah sebesar 14%.

Untuk dapat meningkatkan kepuasan nasabah di BSI KCP Blitar Tanjung, pihak perusahaan dapat meningkatkan BSI *Mobile* dengan meningkatkan kemudahan, kualitas produk, fasilitas dan pelayanan dan menerima keluhan dan saran dari nasabah. Setiap perusahaan akan bekerja keras untuk mempertahankan nasabah dengan membangun kepuasan. Nasabah yang puas dianggap sebagai aset bagi perusahaan. Sehingga perusahaan harus mengembangkan strategi pemasaran untuk memberikan nilai superior kepada pelanggan agar mereka puas terhadap perusahaan.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kemudahan kualitas layanan dan fitur BSI Mobile Banking terhadap kepuasan nasabah di Bank Syariah Indonesia KCP Blitar Tanjung. Penelitian ini menggunakan 97 sampel. Berdasarkan data yang telah dikumpulkan dan diuji menggunakan bantuan software SPSS 25 2023 maka dapat ditarik kesimpulannya sebagai berikut :

1. Kemudahan memiliki nilai positif sebesar 0,226. Yang menunjukkan adanya hubungan (X_1) dan variabel kepuasan nasabah (Y). Jika kemudahan meningkat maka kepuasan nasabah juga meningkat. Nilai koefisien sebesar 0,226 artinya jika kemudahan dinaikan sebesar 1 satuan atau dinaikkan satu tingkat maka kepuasan nasabah juga naik sebesar 0,226 satuan dengan asumsi variabel lainnya tetap.
2. Kualitas layanan mempunyai koefisien sebesar 0,324 dengan arah positif yang menunjukkan adanya hubungan yang searah antara variabel kualitas layanan (X_2) dan variabel kepuasan nasabah (Y). Jika kualitas layanan meningkat maka kepuasan nasabah juga meningkat. Nilai koefisien sebesar 0,324 artinya jika kualitas layanan dinaikkan sebesar 1 satuan atau dinaikkan satu tingkat maka kepuasan nasabah juga naik sebesar 0,324 satuan dengan asumsi variabel lainnya tetap.

3. Fitur mempunyai koefisien sebesar 0,302 dengan arah positif yang menunjukkan adanya hubungan searah antara variabel fitur (X_3) dan variabel kepuasan nasabah (Y). Jika fitur meingkat maka kepuasan nasabah juga meningkat. Nilai koefisien sebesar 0,302 artinya jika fitur dinaikkan sebesar 1 satuan atau dinaikkan satu tingkat maka kepuasan nasabah juga naik sebesar 0,302 satuan dengan asumsi variabel lainnya tetap.
4. Berdasarkan pengujian, menunjukkan bahwa secara simultan atau bersama-sama variabel kemudahan (X_1), kualitas layanan (X_2) dan fitur (X_3) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y). Sedangkan persentase pengaruh kemudahan (X_1), kualitas layanan (X_2) dan fitur (X_3) terhadap kepuasan nasabah (Y) bernilai sebesar 67,4% dan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain. Variabel kemudahan menjadi variabel yang paling dominan dengan besaran kontribusi kepada kepuasan nasabah sebesar 39,4%, variabel kualitas layanan berkontribusi sebesar 14% terhadap kepuasan nasabah dan variabel fitur berkontribusi sebesar 14% terhadap kepuasan nasabah.

B. Saran

1. Bagi Akademis

Peneliti menyadari bahwa masih banyak kekurangan yang ada pada penelitian ini. Peneliti berharap untuk penelitian berikutnya supaya mengkaji fenomena yang berkenaan di masyarakat. Khususnya dalam hal

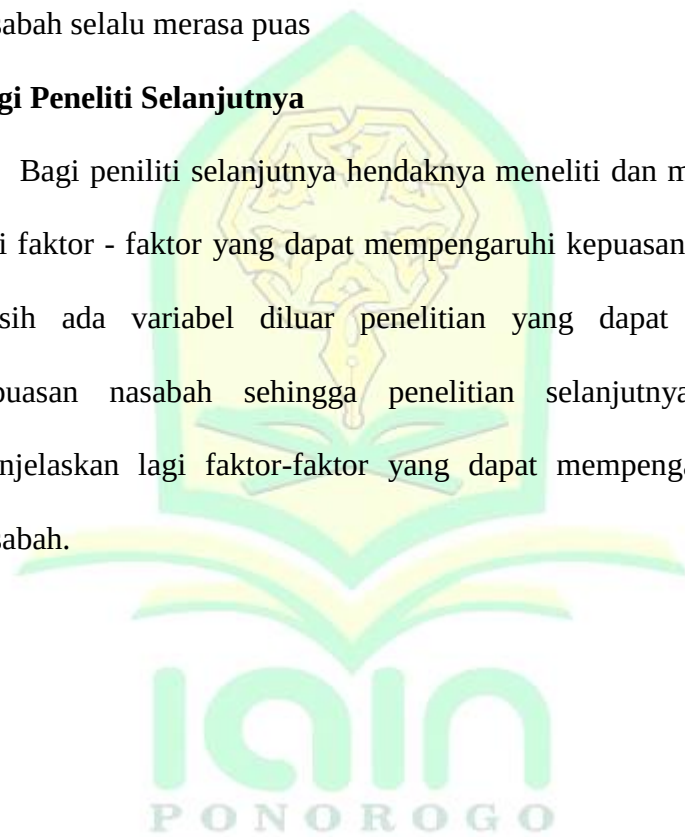
loyalitas pelanggan. Hasil dari penelitian ini diharapkan bias menjadi pedoman untuk penelitian berikutnya.

2. Bagi Bank Syariah Indonesia KCP Blitar Tanjung

Diharapkan untuk BSI KCP Blitar Tanjung untuk memperbaiki kemudahan, kualitas layanan dan fitur BSI Mobile dengan baik agar nasabah selalu merasa puas

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya hendaknya meneliti dan mengembangkan lagi faktor - faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan nasabah, maka masih ada variabel diluar penelitian yang dapat mempengaruhi kepuasan nasabah sehingga penelitian selanjutnya lebih dapat menjelaskan lagi faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan nasabah.



DAFTAR PUSTAKA

- Anang Firmansyah, *Perilaku Konsumen* (Yogyakarta: Deepublish, 2018), 134.
- Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi Keduabelas* (Jakarta: Erlangga, 2008), 273.
- Addi M. Idhom, “Profil Direksi Bank Syariah Indonesia yang Resmi Berdiri Hari Ini,” dalam <https://amp.tirto.id/profil-direksi-bank-syariah-indonesia-yang-resmi-berdiri-hari-ini-f9RP>, (diakses pada tanggal 01 Februari 2021)
- Agus Widarjono *Analisis Multivariat Terapan: Dengan Program SPSS, AMOS dan SMARTPLS*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2015.
- Amatun Nur Makmuriyah dan Kartika Marella Vanni, “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan Layanan Mobile Banking (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Di Kota Semarang),” *Eduka : Jurnal Pendidikan, Hukum, Dan Bisnis* 5, No. 1 (1 Februari 2020): hlm38, <https://doi.org/10.32493/eduka.v5i1.6362>.
- Andhita Dessy Wulansari, *Aplikasi Statistika Parametrik dalam Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Felicha, 2016), 7.
- Andhita Dessy Wulansari, *Aplikasi Statistika Parametrik dalam Penelitian*, 133
- Andi Musyarrafah, “Pengaruh *E-Banking* dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Kasus Bank Syariah Indonesia KCP Unismuh Makassar)”, (Makassar: UIN Alaudin Makassar, 2021).
- Andi Musyarras, Skripsi: Pengaruh *E-Banking* dan kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah, jurusan perbankan syariah Fakultas ekonomi dan bisnis, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar
- Armia Rizky Damayanti, Skripsi: Pengaruh kualitas layanan dan fitur terhadap minat penggunaan berkelanjutan mobile banking BRIS dengan kepuasan nasabah sebagai variabel intervening pada mahasiswa IAIN Ponorogo.
- Armira Rizky Damayanti, “Pengaruh Kualitas Layanan dan Fitur terhadap Minat Penggunaan Berkelanjutan *Mobile Banking* BRIS dengan Kepuasan sebagai Variabel *Intervening* pada Mahasiswa FEBI IAIN Ponorogo”, Skripsi (Ponorogo: IAIN Ponorogo, 2021).¹ Arum Nur Aini, Wawancara, 16 Oktober 2022.

- Aspiani, “Pengaruh Kualitas Terhadap Kepuasan Pelanggan pada pengguna Jasa Transportasi Grab online di Kota Makassar”, jurnal Universitas Negeri Makassar, (2018).
- Azuar Juliandri, Irfan, dan Saprinal Manurung, *Metodologi Penelitian Bisnis: Teori dan Aplikasi*, 162-163
- Baiq Hilwiyatul Ahla, “Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia Kota Depok”, Skripsi (Kota Depok: UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2021).
- Bernd Schmitt, “Experiential Marketing,” *Journal of Marketing Management* 15, no. 1–3 (April 1999), 55–56.
- Chitra Laksmi Rithmaya, “Pengaruh Kemudahan...,165.
- Deny, Wawancara, 16 Oktober 2022.
- Dita Fransiska, “Analisis Kualitaas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Fitur BRIS Online Pada BSI Kantor Cabang Kediri”, Skripsi (Ponorogo: IAIN Ponorogo, 2021).
- Eko Putro Widoyoko, *Teknik Penyusunan Instrumen Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2014), 106.
- Elsandro Yoga Prananthan “Pengaruh Kualitas Layanan Dan Fitur Produk BSI Mobile Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia Di Kabupaten Sleman”¹ Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis disertai Himpunan Jurnal Penelitian* (Yogyakarta: Andi Offset, 2013), 181.
- Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis disertai Himpunan Jurnal Penelitian*, 181.
- Fandi Ahmadani, Wawancara, 16 oktober 2022.
- Fandy Tjiptono, *Manajemen Jasa*, 60. ¹ Fandy Tjiptono, *Manajemen Jasa*, 60.
- Freddy Rangkuti, *Customer Service Satisfaction & Call Center Berdasarkan Iso 9001*, 7.
- Gilang Rizky Amijaya “Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Kemudahan, Resiko dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank Dalam Minat Menggunakan Internet Banking (Studi Pada Nasabah Bank BCA)” *Skripsi*. Semarang: Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro, 2010.
- Gilang Rizky Amijaya, “Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Kemudahan, Resiko dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank Dalam

Minat Menggunakan Internet Banking (Studi Pada Nasabah Bank BCA)”
(*Skripsi*. Semarang: Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro, 2010).

Goodwin dan Silver, *Perilaku Penggunaan Arsip*, Studi Deskriptif pada Balai Penelitian Tanaman Pemanis dan Serat, (Jakarta, 2013), 17.

Gunawan, Wawancara, 16 Oktober 2022.

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. Hlm 24

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

Ika Khoiriyatul Hani’ah, “Analisis Pengaruh Kualitas *Mobile Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Syariah Mandiri Cabang Semarang,” *Skripsi* (Semarang: IAIN Walisongo, 2012), 74.

Ikatan Bankir Indonesia, *Mengenal Operasional Perbankan 1* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2014), hlm 58.¹ Imam Ghozali. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS, IV* (Semarang: Badan Penerbit UNDIP, 2006), 49.

Intan Fitriyani, “Analisis pengaruh manfaat produk, kemudahan, kenyamanan, keamanan dan ketersediaan fitur terhadap loyalitas pengguna *internet banking* (studi pada nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Ambarukmo),” *Skripsi* (Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga, 2017), 4.

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

Jogiyanto, *Metodologi Penelitian Bisnis* (Yogyakarta: BPFE, 2007), 115.

John C. Mowen, Michael Minor, *Perilaku Konsumen*, (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2002), h. 89 ¹ K. Mathieson, “Predicting user intentions: comparing the technology acceptance model with the theory of planned behavior”, *Information Systems Research*, Vol. 2 No. 3 (1991), 93.

K. Mathieson, “Predicting user intentions: comparing the technology acceptance model with the theory of planned behavior”, *Information Systems Research*, Vol. 2 No. 3 (1991), 93.

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

Kassim, N., & Asiah Abdullah, nor. (2010). The effect of perceived service quality dimensions on customer satisfaction, trust, and loyalty in e-

commerce settings: A cross cultural analysis. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*. <https://doi.org/10.1108/13555851011062269>

Khoer Efendi, “Pengaruh Kepercayaan Nasabah dan Kualitas Layanan BSI Mobile Terhadap Kepuasan Nasabah Di Bank Syariah Indonesia KC Tasikmalaya Sutisna Senjaya,” Skripsi (Universitas Siliwangi, 2022).

Khotibul Umam, *Perbankan Syariah Dasar-dasar dan Dinamika Perkembangannya di Indonesia* (Jakarta: Rajawali, 2016), hlm 1.

Kris H. Timotius, *Pengantar Metodologi Penelitian: Pendekatan Manajemen Pengetahuan untuk*

Perkembangan Pengetahuan (Yogyakarta: Andi, 2017), 16

Mamat, Wawancara, 16 Oktober 2022.

Mohammad Fachrun Roziq, Wawancara, 16 Oktober 2022

Mohammad Fachrun Roziq, Wawancara, 16 Oktober 2022.

Mutiara Suci Kesuma Lubis, Khairina Tambunan, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Mobile Banking Kepada Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan Selaku Variable Intervening (Studi Kasus BSI Kacab Binjai)”, *Jurnal Economis and management*, Vol 2 issue 1 (2022).

Nawari *Analisis Regresi dengan MS Excel 2007 dan SPSS 17*. PT. Elex Media Komputindo 2019.

¹ Nurul Azizah Aunillah devy, Khusnul Fikriyah, “Pengaruh Promosi dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Layanan BSI Mobile pada Bank Syariah Indonesia KC Surabaya Dipenogoro”, *Jurnal ilmu computer, ekonomi dan manajemen (JIKEM)*, Vol. 2 No. 1, (2022).¹ Nurul Hidayah, Susila Andriyati, Vina Rismayani, Viviannisa Victoria, “Kualitas Pelayanan, Kemudahan Transaksi dan Fitur Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Penggunaan BSI Mobile Banking”, *Jurnal ekonomi syariah IAIN Kalijogo Malang*, volume 4 no 2 (2022)

Otoritas Jasa Keuangan, *Bijak Ber-Electronic...*, 14.

Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi Keduabelas* (Jakarta: Erlangga, 2008), 273.

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

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

- Poon, W. C. (2008). Users' adoption of e-banking services: The Malaysian perspective. *Journal of Business and Industrial Marketing*, 23(1), 59–69. <https://doi.org/10.1108/08858620810841498> ¹ Priyono, *Metode Penelitian Kuantitatif*, 58. ¹ Raharjo *Panduan Uji Heteroskedastisitas dengan Gambar Scatterplots SPSS*. SPSS Indonesia 2019. ¹ Rahmawati, *Manajemen Pemasaran* (Samarinda: Mulawarman University Press, 2016),
- Ranti Dwi Lestari, “Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kemanfaatan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Mobile Banking BSI (BANK SYARIAH INDONESIA) Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam”, Skripsi (Semarang: UIN Walisongo Semarang, 2021).
- 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.
- 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.
- Riduwan, *Belajar Mudah Penelitian Untuk Guru Karyawan dan Peneliti Pemula*, 57.
- Rizka Hastuti dan Aditya Wardhana, “Kualitas Layanan Mobile Banking Bank Syariah Mandiri Terhadap Kepuasan Nasabah,” *EProceeding of Management*, Vol. 5, No. 2 (2018), 2648.
- Robert Kurniawan, *Analisis Regresi Dasar dan Penerapannya dengan R*, 123-124.
- Roziq, Wawancara, 16 Oktober 2022
- Santoso, *Mahir Statistika Parametrik: Konsep Dasar dan Aplikasi dengan SPSS*. PT. Elex Media Komputindo 2019.
- Singgih Santoso, *Statistika Multivariat* (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2010), 46.
- Siti Anisah, “Analisis Kualitas Layanan SMS Banking Bank BNI Syariah Terhadap Loyalitas Nasabah Kota Palopo”, Skripsi (Kota Palopo: IAIN Palopo, 2021).
- Slamet Riyanto dan Aglis Andhita Hatmawan, “*Metode Riset Penelitian Kuantitatif*”, (Yogyakarta: CV BudiUtama 2020), Hlm. 75
- Slamet Riyanto dan Aglis Andhita Hatmawan, “*Metode Riset Penelitian Kuantitatif*”, (Yogyakarta: CV BudiUtama 2020), Hlm. 81

Sri Ismulyaty, Nurmaini dan May Roni, “Pengaruh kualitas layanan dan kepuasan Penggunaan Internet Banking Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI KALIREJO)”, Jurnal

Nisbah Vol.8 No1, (2022).

Sri Ismulyaty, Nurmaini, May Roni., “Pengaruh kualitas layanan dan kepuasan pengguna internet banking terhadap Loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI KALIREJO),” jurnal Nisbah, Vol . 8 N o. 1 Tahun 2022

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.

Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bdanung: Alfabeta, 2010), 132.

Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, 276

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

Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi*, 226

Suprijanto, A. (2011). Dampak Globalisasi Ekonomi Terhadap Perekonomian¹ Suryani dan Hendryadi, *Metode Riset Kuantitatif: Teori Aplikasi pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Bisnis* (Jakarta: Kencana, 2015), 93. ¹ Suryani, T. (2017). *Manajemen Strategik Bank di Era Global: Menciptakan Nilai Unggul untuk Kepuasan Nasabah*. Pranadamedia Groub.

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

Tatik Suryani (2017). *Manajemen Strategik Bank di Era Global: Menciptakan Nilai Unggul untuk Kepuasan Nasabah*. Pranadamedia Groub.

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

Thomas S. Kaihatu, Achmad Daengs, dan Agoes Tinus Lis Indrianto, *Manajemen Komplain*

Yuvita Savitri, “Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Pada BSI KCP Ratulangi Palopo”, Skripsi (Palopo : IAIN Palopo, 2022).

Zeithaml, V.A Parasuraman, A. & Beery, L. L (1993). Delivering quality service; Balancing customer perception and expectations. British journal of marketing studies.

Indonesia. *Jurnal Imiah CIVIS*, I(2), 100–119.



LAMPIRAN

Lampiran I : Kuisioner Penelitian

KUISIONER PENELITIAN

Kepada Yth Responden Penelitian

Nasabah Pengguna BSI Mobile Kantor Cabang Pembantu Blitar Tanjung

Dengan hormat,

Saya yang bertanda tangan dibawah ini adalah mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Ponnorogo, dengan identitas :

Nama : Devi Aisyah Nurfadillah
 NIM : 402190030
 Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
 Jurusan : Perbankan Syariah

Dalam rangka mendapatkan data guna untuk menyusun skripsi dengan judul “Pengaruh Kemudahan Kualitas Layanan Dan Fitur BSI Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Blitar Tanjung ”, maka saya mohon bantuan serta ketersediannya Saudara/I untuk mengisi kuisioner ini. Kuisioner ini hanya bertujuan untuk kepentingan penelitian dan tidak disajikan kepihak luar, serta kerahasian dalam mengisi kuisioner ini terjamin sepenuhnya. Oleh karena itu saya berharap jawaban yang Saudara/I berikan dengan jujur dan terbuka akan sangat membantu dalam penelitian ini. Atas partisipasi dan ketersediaan Saudara/I dalam mengisi kuisioner ini saya ucapkan terima kasih.

Hormat Saya,

Devi Aisyah Nurfadillah

NIM 402190030

A. Profil Responden

Nama : _____

Jenis Kelamin : a. Laki-laki
b. Perempuan

Usia : a. 17-26 c. 37-46
b. 27-36 d. >46 tahun

Pendidikan Terakhir : a. SMA c. S1/S2/S3
b. D1-D4 d. Lainnya : _____

Agama : _____

Pekerjaan : a. Pelajar/Mahasiswa d. Wiraswasta
b. PNS e. Lainnya : _____
c. Pegawai Swasta

B. KUISIONER**1. Petunjuk pengisian**

- a. Mohon dengan hormat, bantuan dan kesediaan Bapak/Ibu/Saudara untuk menjawab seluruh pertanyaan yang ada dalam kuisioner ini.
- b. Berilah tanda centang (✓) pertanyaan berikut yang sesuai dengan keadaan yang sesungguhnya pada kolom yang tersedia.
- c. Ada empat pilihan jawaban yang tersedia untuk masing-masing pertanyaan yaitu :
 - 1) STS : Sangat Tidak Setuju
 - 2) TS : Tidak Setuju

3) S : Setuju

4) SS : Sangat Setuju

No	Pertanyaan	STS	TS	S	SS
1	Saya menggunakan BSI Mobile Banking dalam bertransaksi karena lebih cepat dan mudah				
2	Dengan menggunakan menggunakan BSI Mobile Banking,saya tidak perlu mengantri di bank				
3	Saya dapat melakukan transaksi dimana saja dan kapan saja				
4	Saya menggunakan aplikasi BSI Mobile Banking karena mudah untuk di operasionalkan				
5	Menggunakan BSI Mobile Banking karena tidak ribet dan hanya perlu HP bisa melakukan transaksi				
6	Menggunakan BSI Mobile sangat lancar tidak ada hambatan				
7	BSI Mobile dapat diakses dengan cepat				
8	Menggunakan BSI Mobile sangatlah praktis				

No	Pertanyaan	STS	TS	S	SS
9	Dapat dilakukan dimana saja dan kapan pun				
10	Saya merasa aman dengan BSI Mobile Banking				
11	Bank selalu menjaga data saya saat menggunakan layanan BSI Mobile Banking				
12	Menurut saya , layanan BSI Mobile mudah digunakan dan dipahami				
13	BSI Mobile Banking cukup membantu dalam menyelesaikan pembayaran				
14	Layanan BSI Mobile memungkinkan saya melakukan transaksi perbankan lebih cepat				
15	BSI Mobile banking selalu memberikan informasi yang tepat dan akurat				
16	BSI Mobile selalu memberikan kemudahan untuk para nasabah				
17	Menggunakan BSI Mobile dapat dipercaya				
18	Selalu melayani dengan baik dan memberi kepercayaan				

No	Pertanyaan	STS	TS	S	SS
19	Dapat beroperasi 24 jam tanpa ada hambatan				
20	Tidak ada gangguan ketika di operasikan				
21	BSI Mobile memiliki tampilan situs yang mudah ditemukan				
22	Memberikan informasi keberadaan ATM atau kantor cabang terdekat				
23	Fitur BSIMobile cukup lengkap sesuai dengan kebutuhan saya				
24	Fitur BSI mobile sangat memudahkan saya untuk bertransaksi				
25	Dengan adanya fitur menjadi lebih mudah dan praktis				
26	Saya merasa adanya fitur memudahkan untuk cek saldo tanpa harus ke ATM				
27	BSI Mobile memiliki keberagaman fitur layanan dan tidak butuh layanan dari pihak lain				
28	Adanya contac center untuk mempermudah proses jika ada hambatan				

No	Pertanyaan	STS	TS	S	SS
29	Mempercepat segala proses saat menggunakan BSI				
30	Secara keseluruhan saudara merasa puas dengan layanan yang diberikan oleh BSI Mobile				
31	Secara keseluruhan saudara puas dengan kinerja produk BSI Mobile				
32	Layanan yang diberikan oleh BSI Mobile sesuai dengana harapan anda				
33	Fitur yang disediakan oleh BSI Mobile sesuai dengan kebutuhan anda				
34	Saya selalu menggunakan layanan BSI Mobile secara berulang				
35	Saya akan menggunakan kembali layanan BSI Mobile karena kemudahan transaksi				
36	Saya tidak puas dengan BSI Mobile karena tidak sesuai harapan anda				
37	Saya akan complain karena tidak puas dengan layanan BSI Mobile				
38					

Lampiran 2

UJI REABILITAS X2

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.790	11

UJI REABILITAS X1

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.658	8

UJI REABILITAS X3

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.888	7

UJI REABILITAS Y

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.704	9

Kemudahan (X₁)

		Correlations								
		X1P1	X1P2	X1P3	X1P4	X1P5	X1P6	X1P7	X1P8	X1TOTAL
X1P1	Pearson Correlation	1	.247	-.067	.022	.818**	.112	.451*	-.005	.578**
	Sig. (2-tailed)		.188	.724	.908	.000	.557	.012	.978	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1P2	Pearson Correlation	.247	1	.544**	.200	.082	-.073	.649**	.032	.602**
	Sig. (2-tailed)	.188		.002	.288	.667	.703	.000	.866	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1P3	Pearson Correlation	-.067	.544**	1	.436*	-.134	.000	.346	.236	.541**
	Sig. (2-tailed)	.724	.002		.016	.481	1.000	.061	.208	.002
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1P4	Pearson Correlation	.022	.200	.436*	1	-.066	.350	.272	.103	.576**
	Sig. (2-tailed)	.908	.288	.016		.730	.058	.146	.587	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1P5	Pearson Correlation	.818**	.082	-.134	-.066	1	.182	.296	.200	.526**
	Sig. (2-tailed)	.000	.667	.481	.730		.335	.113	.289	.003
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1P6	Pearson Correlation	.112	-.073	.000	.350	.182	1	-.016	.243	.443*
	Sig. (2-tailed)	.557	.703	1.000	.058	.335		.931	.195	.014
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1P7	Pearson Correlation	.451*	.649**	.346	.272	.296	-.016	1	.071	.691**
	Sig. (2-tailed)	.012	.000	.061	.146	.113	.931		.710	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1P8	Pearson Correlation	-.005	.032	.236	.103	.200	.243	.071	1	.400*
	Sig. (2-tailed)	.978	.866	.208	.587	.289	.195	.710		.028
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1TOTAL	Pearson Correlation	.578**	.602**	.541**	.576**	.526**	.443*	.691**	.400*	1
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.002	.001	.003	.014	.000	.028	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30

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

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Kualitas Layanan (X₂)



		Correlations											
		X2P1	X2P2	X2P3	X2P4	X2P5	X2P6	X2P7	X2P8	X2P9	X2P10	X2P11	X2TOTAL
X2P1	Pearson Correlation	1	.311	.167	.167	.033	.333	.036	.367*	1.000**	.311	.167	.583**
	Sig. (2-tailed)		.094	.379	.379	.861	.072	.849	.046	.000	.094	.379	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2P2	Pearson Correlation	.311	1	.346	.069	.120	.208	.257	.120	.311	1.000**	.346	.651**
	Sig. (2-tailed)	.094		.061	.716	.527	.271	.171	.527	.094	.000	.061	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2P3	Pearson Correlation	.167	.346	1	-.067	.267	.200	.364*	.535**	.167	.346	1.000**	.707**
	Sig. (2-tailed)	.379	.061		.726	.153	.289	.048	.002	.379	.061	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2P4	Pearson Correlation	.167	.069	-.067	1	.401*	.333	-.073	.267	.167	.069	-.067	.370*
	Sig. (2-tailed)	.379	.716	.726		.028	.072	.702	.153	.379	.716	.726	.044
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2P5	Pearson Correlation	.033	.120	.267	.401*	1	.000	-.175	.464**	.033	.120	.267	.424*
	Sig. (2-tailed)	.861	.527	.153	.028		1.000	.355	.010	.861	.527	.153	.019
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2P6	Pearson Correlation	.333	.208	.200	.333	.000	1	.364*	.134	.333	.208	.200	.527**
	Sig. (2-tailed)	.072	.271	.289	.072	1.000		.048	.481	.072	.271	.289	.003
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2P7	Pearson Correlation	.036	.257	.364*	-.073	-.175	.364*	1	.117	.036	.257	.364*	.409*
	Sig. (2-tailed)	.849	.171	.048	.702	.355	.048		.539	.849	.171	.048	.025
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2P8	Pearson Correlation	.367*	.120	.535**	.267	.464**	.134	.117	1	.367*	.120	.535**	.649**
	Sig. (2-tailed)	.046	.527	.002	.153	.010	.481	.539		.046	.527	.002	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2P9	Pearson Correlation	1.000**	.311	.167	.167	.033	.333	.036	.367*	1	.311	.167	.583**
	Sig. (2-tailed)	.000	.094	.379	.379	.861	.072	.849	.046		.094	.379	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2P10	Pearson Correlation	.311	1.000**	.346	.069	.120	.208	.257	.120	.311	1	.346	.651**
	Sig. (2-tailed)	.094	.000	.061	.716	.527	.271	.171	.527	.094		.061	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2P11	Pearson Correlation	.167	.346	1.000**	-.067	.267	.200	.364*	.535**	.167	.346	1	.707**
	Sig. (2-tailed)	.379	.061	.000	.726	.153	.289	.048	.002	.379	.061		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2TOTAL	Pearson Correlation	.583**	.651**	.707**	.370*	.424*	.527**	.409*	.649**	.583**	.651**	.707**	1
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.044	.019	.003	.025	.000	.001	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

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

Fitur (X₃)



Correlations

		X3P1	X3P2	X2P3	X3P4	X3P5	X3P6	X3P7	X3TOTAL
X3P1	Pearson Correlation	1	.258	.258	.351	.351	.258	.351	.557**
	Sig. (2-tailed)		.169	.169	.057	.057	.169	.057	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
X3P2	Pearson Correlation	.258	1	1.000**	.451*	.451*	1.000**	.451*	.815**
	Sig. (2-tailed)	.169		.000	.012	.012	.000	.012	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
X2P3	Pearson Correlation	.258	1.000**	1	.451*	.451*	1.000**	.451*	.815**
	Sig. (2-tailed)	.169	.000		.012	.012	.000	.012	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
X3P4	Pearson Correlation	.351	.451*	.451*	1	1.000**	.451*	1.000**	.845**
	Sig. (2-tailed)	.057	.012	.012		.000	.012	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
X3P5	Pearson Correlation	.351	.451*	.451*	1.000**	1	.451*	1.000**	.845**
	Sig. (2-tailed)	.057	.012	.012	.000		.012	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
X3P6	Pearson Correlation	.258	1.000**	1.000**	.451*	.451*	1	.451*	.815**
	Sig. (2-tailed)	.169	.000	.000	.012	.012		.012	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
X3P7	Pearson Correlation	.351	.451*	.451*	1.000**	1.000**	.451*	1	.845**
	Sig. (2-tailed)	.057	.012	.012	.000	.000	.012		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
X3TOTAL	Pearson Correlation	.557**	.815**	.815**	.845**	.845**	.815**	.845**	1
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30

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

* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Kepuasan Nasabah(Y)



Correlations

		YP1	YP2	YP3	YP4	YP5	YP6	YP7	YP8	YP9	YTOTAL
YP1	Pearson Correlation	1	-.041	1.000**	-.195	.050	1.000**	.050	.122	.411*	.736**
	Sig. (2-tailed)		.830	.000	.301	.793	.000	.793	.521	.024	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
YP2	Pearson Correlation	-.041	1	-.041	.670**	.359	-.041	.359	.183	.303	.528**
	Sig. (2-tailed)	.830		.830	.000	.051	.830	.051	.332	.104	.003
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
YP3	Pearson Correlation	1.000**	-.041	1	-.195	.050	1.000**	.050	.122	.411*	.736**
	Sig. (2-tailed)	.000	.830		.301	.793	.000	.793	.521	.024	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
YP4	Pearson Correlation	-.195	.670**	-.195	1	.380*	-.195	.380*	.207	.057	.344
	Sig. (2-tailed)	.301	.000	.301		.039	.301	.039	.272	.766	.062
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
YP5	Pearson Correlation	.050	.359	.050	.380*	1	.050	1.000**	-.098	.060	.443*
	Sig. (2-tailed)	.793	.051	.793	.039		.793	.000	.608	.754	.014
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
YP6	Pearson Correlation	1.000**	-.041	1.000**	-.195	.050	1	.050	.122	.411*	.736**
	Sig. (2-tailed)	.000	.830	.000	.301	.793		.793	.521	.024	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
YP7	Pearson Correlation	.050	.359	.050	.380*	1.000**	.050	1	-.098	.060	.443*
	Sig. (2-tailed)	.793	.051	.793	.039	.000	.793		.608	.754	.014
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
YP8	Pearson Correlation	.122	.183	.122	.207	-.098	.122	-.098	1	-.321	.228
	Sig. (2-tailed)	.521	.332	.521	.272	.608	.521	.608		.084	.226
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
YP9	Pearson Correlation	.411*	.303	.411*	.057	.060	.411*	.060	-.321	1	.554**
	Sig. (2-tailed)	.024	.104	.024	.766	.754	.024	.754	.084		.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
YTOTAL	Pearson Correlation	.736**	.528**	.736**	.344	.443*	.736**	.443*	.228	.554**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.003	.000	.062	.014	.000	.014	.226	.001	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

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

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).



UJI NORMALITAS

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		97
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.84431576
Most Extreme Differences	Absolute	.068
	Positive	.068
	Negative	-.051
Test Statistic		.068
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal.
 b. Calculated from data.
 c. Lilliefors Significance Correction.
 d. This is a lower bound of the true significance.

UJI MULTI

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	4.550	1.788		2.545	.013		
	Kemudahan	.226	.081	.230	2.797	.006	.560	1.786
	Kualitas layanan	.324	.067	.430	4.856	.000	.484	2.066
	Fitur	.302	.094	.267	3.227	.002	.554	1.804

a. Dependent Variable: Kepuasan nasabah

UJI AUTOKORELASI

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.805 ^a	.648	.636	1.87383	2.159

a. Predictors: (Constant), Fitur, Kemudahan, Kualitas layanan

b. Dependent Variable: Kepuasan nasabah

UJI F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	600.466	3	200.155	57.004	.000 ^b
	Residual	326.544	93	3.511		
	Total	927.010	96			

a. Dependent Variable: Kepuasan nasabah

b. Predictors: (Constant), Fitur, Kemudahan, Kualitas layanan

UJI T

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	4.550	1.788		2.545	.013		
	Kemudahan	.226	.081	.230	2.797	.006	.560	1.786
	Kualitas layanan	.324	.067	.430	4.856	.000	.484	2.066
	Fitur	.302	.094	.267	3.227	.002	.554	1.804

a. Dependent Variable: Kepuasan nasabah

UJI HETROKEDAS

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.861	1.134		.759	.450
	Kemudahan	-.043	.051	-.115	-.839	.404
	Kualitas layanan	.014	.042	.048	.323	.747
	Fitur	.051	.059	.119	.857	.393

a. Dependent Variable: ABS_RES

KOEFSIEN DETERMINASI

**Model Summary^b**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.805 ^a	.648	.636	1.87383	2.159

a. Predictors: (Constant), Fitur, Kemudahan, Kualitas layanan

b. Dependent Variable: Kepuasan nasabah



Lampiran 3

Lampiran 4

Hasil Turnitin



10	fr.scribd.com Internet Source	<1 %
11	docplayer.info Internet Source	<1 %
12	repo.darmajaya.ac.id Internet Source	<1 %
13	Submitted to State Islamic University of Alauddin Makassar Student Paper	<1 %
14	Submitted to Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia Student Paper	<1 %
15	simki.unpkediri.ac.id Internet Source	<1 %

Exclude quotes On

Exclude matches < 15 words

Exclude bibliography On

RIWAYAT HIDUP



A. Identitas Diri

1. Nama Lengkap : Devi Aisyah Nurfadillah
2. Tempat & Tanggal Lahir : Bandung, 08 Juli 2001
3. Alamat : Caruban Kab. Madiun
4. HP : 081615155534
5. E-mail :
daisyahnfdlh08@gmail.com

B. Riwayat Pendidikan

1. Pendidikan Formal
 - a. SDN Batujajar 06
 - b. MTsN Caruban
 - c. MAN 04 Madiun
 - d. IAIN Ponorogo

Ponorogo, 2 Mei 2023

Devi Aisyah Nurfadillah
402190030