

**PENGARUH TINGKAT KEPERCAYAAN, KUALITAS
PRODUK DAN KUALITAS LAYANAN *MOBILE BANKING*
TERHADAP KEPUASAN NASABAH
(Studi Kasus Pada Bank Syariah Indonesia KCP Pekalongan Kajen)**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)



Oleh:

**RISMA NOVIA DWI ASTUTI
NIM 4219030**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
2023**

**PENGARUH TINGKAT KEPERCAYAAN, KUALITAS
PRODUK DAN KUALITAS LAYANAN *MOBILE BANKING*
TERHADAP KEPUASAN NASABAH
(Studi Kasus Pada Bank Syariah Indonesia KCP Pekalongan Kajen)**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)



Oleh:

RISMA NOVIA DWI ASTUTI
NIM 4219030

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAM WAHID PEKALONGAN
2023**

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Risma Novia Dwi Astuti

NIM : 4219030

Judul Skripsi : **Pengaruh Tingkat Kepercayaan, Kualitas Produk dan Kualitas Layanan *Mobile Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi**

Kasus Pada Bank Syariah Indonesia KCP Pekalongan Kajen)

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini adalah benar-benar hasil karya penulis, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah penulis sebutkan sumbernya.

Demikian pernyataan ini penulis buat dengan sebenar-benarnya.

Pekalongan, 29 Maret 2023

Yang Menyatakan,



Risma Novia Dwi Astuti

NOTA PEMBIMBING

Husni Awali, M.M.
Stain Residance Wangandowo, Bojong, Kab. Pekalongan

Lamp : 2 (dua) eksemplar
Hal : Naskah Skripsi Sdri. Risma Novia Dwi Astuti

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
c.q. Ketua Program Studi Perbankan Syariah
PEKALONGAN

Assalamu 'alaikum Wr. Wb

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini saya kirimkan naskah skripsi saudari:

Nama : Risma Novia Dwi Astuti
NIM : 4219030
Judul Skripsi : Pengaruh Tingkat Kepercayaan, Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah
(Studi Kasus Pada Bank Syariah Indonesia KCP Pekalongan Kajen)

Naskah tersebut sudah memenuhi persyaratan untuk dapat segera dimunaqosahkan. Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya, saya sampaikan terimakasih.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.

Pekalongan, 6 April 2023

Pembimbing,



Husni Awali, M.M.
NIP. 198909292019031016



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat : Jl. Pahlawan No. 52 Kajen Pekalongan, www.febi.uingusdur.ac.id

PENGESAHAN SKRIPSI

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN)
K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan mengesahkan skripsi saudara:

Nama : **Risma Novia Dwi Astuti**
NIM : **4219030**
Judul Skripsi : **Pengaruh Tingkat Kepercayaan, Kualitas Produk dan Kualitas Layanan *Mobile Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Bank Syariah Indonesia KCP Pekalongan Kajen)**

Telah diujikan pada hari Senin tanggal 22 Mei 2023 dan dinyatakan **LULUS** serta diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Dewan Pengaji

Pengaji I

Versiandika Yudha Pratama, M.M.
NIP. 19910116 201903 1 006

Pengaji II

Muhammad Sultan Mubarok, M.E.
NIP. 19910828 201903 1 006

Pekalongan, 5 Juni 2023

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, S.H., M.H.
NIP. 19750220 199903 2 001

MOTTO

“Tidak ada kesuksesan tanpa kerja keras. Tidak ada keberhasilan tanpa

kebersamaan. Tidak ada kemudahan tanpa doa”

(Ridwan Kamil)

“Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah keadaan suatu kaum, sebelum mereka

mengubah keadaan diri mereka sendiri.”

(QS Ar Rad: 11)

“Always be yourself no matter what they say and never be anyone else even if

they look better than you”

“Don’t be afraid of being different, be afraid of being the same as everyone else”

PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan limpahan nikmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahaman Wahid Pekalongan. Penulis menyadari sepenuhnya atas segala keterbatasan dan kekurangan yang harus diperbaiki dalam skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat membawa manfaat bagi pembaca, terutama bagi dunia pendidikan.

Dalam penyusunan Skripsi ini penulis banyak mendapatkan berbagai dukungan dan bantuan baik materiil maupun non materiil dari berbagai pihak, sehingga penulis dapat menyelesaikannya dengan baik. Dengan rasa syukur yang mendalam, Skripsi ini penulis persembahkan kepada:

1. Kedua orang tua tercinta, Ayahanda Drs. Mardiyono dan Ibunda Istiqomah serta saudara tersayang Widianto Istiadi, S.Kep., Ners. dan Volva Tri Ardiansyah. Terima kasih atas do'a dan dukungan sehingga penulis berhasil menyelesaikan skripsi ini.
2. Almamater saya Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
3. Bapak Husni Awali, M.M., selaku dosen pembimbing penulis yang telah mengarahkan, memberikan masukan, saran dan motivasi yang luar biasa dalam penyusunan skripsi ini. Semoga Allah SWT senantiasa memudahkan segala urusannya.

4. Bapak Gunawan Aji, M.Si., selaku dosen pembimbing akademik penulis yang selalu memberikan nasihat dan motivasi yang sangat berarti selama masa perkuliahan. Semoga Allah SWT senantiasa memudahkan segala urusannya.
5. Direktur Utama BSI KCP Pekalongan Kajen dan segenap jajarannya, khususnya Bapak Hanggoro S, S.E., selaku Branch Operations & Service Manager yang dengan sabar selalu membantu dan mengarahkan penulis dalam penelitian. Semoga Allah SWT senantiasa memudahkan segala urusannya.
6. Sahabat dekat penulis yaitu Siska Erlina, Jihanrani Aufarera, Nur Fadhillah Azzahro, Vena Quin Indriani, Alvina Rahmawati dan Fira Farozah yang telah memberikan dukungan dan semangat kepada penulis selama penyusunan skripsi ini.
7. Teman dekat seperjuangan penulis yaitu Siska Erlina, Galuh Ratna Siwi, Winda Risna Wati, Ayu Wulandari, Nia Yuliana, Listiawati, Putri Melinda Sari dan Dicky Ferryanda yang telah menemani penulis dari awal perkuliahan sampai akhir penyusunan skripsi ini.
8. Teman-teman angkatan 2019, khususnya Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Semoga Allah senantiasa memberikan yang terbaik untuk teman-teman angkatan 2019.
9. Semua pihak yang tidak bisa penulis sebut namanya satu persatu yang telah membantu dalam proses penyusunan skripsi ini. Semoga segala doa baik kembali kepada kalian semua dan senantiasa Allah permudahkan segala urusannya.

ABSTRAK

RISMA NOVIA DWI ASTUTI. Pengaruh Tingkat Kepercayaan, Kualitas Produk dan Kualitas Layanan *Mobile Banking* terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus pada Bank Syariah Indonesia KCP Pekalongan Kajen).

Penelitian ini dilatar belakangi oleh kemajuan teknologi yang berkembang pesat khususnya melalui internet banyak hal baru dalam bisnis yang bermunculan, seperti lembaga perbankan yang saat ini banyak memanfaatkan kemajuan teknologi tersebut dengan meluncurkan sarana layanan transaksi menggunakan *m-banking*. Hal tersebut bisa dilihat dari perkembangan jumlah pengguna *m-banking* BSI di Indonesia yang berkembang sangat pesat dan mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Dalam hal ini BSI KCP Pekalongan Kajen merupakan salah satunya lembaga perbankan yang memanfaatkan kemajuan teknologi tersebut dengan meluncurkan sarana layanan transaksi menggunakan *m-banking*. Oleh karena itu, penting untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah dalam menabung dan menggunakan *m-banking* demi kelangsungan bisnis di tengah persaingan yang semakin ketat. Selain itu, hal ini merupakan tantangan yang harus diambil dan dikelola oleh BSI KCP Pekalongan Kajen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh tingkat kepercayaan, kualitas produk dan kualitas layanan *mobile banking* terhadap kepuasan nasabah di BSI KCP Pekalongan Kajen.

Penelitian ini termasuk ke dalam jenis penelitian lapangan dengan pendekatan kuantitatif. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, yang diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah yang menabung dan menggunakan *m-banking* di BSI KCP Pekalongan Kajen. Teknik *sampling* dalam penelitian ini menggunakan teknik *accidental sampling*, dengan pengambilan sampelnya dikakukan menurut rumus *lemeshow* dengan jumlah sampel sebanyak 97 responden. Data yang diperoleh kemudian diolah dengan bantuan program SPSS 26.0. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, uji linearitas, uji regresi linear berganda, uji koefisien determinasi, uji t dan uji F.

Berdasarkan hasil penelitian uji t menunjukkan bahwa tingkat kepercayaan, kualitas produk, kualitas layanan *mobile banking* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah di BSI KCP Pekalongan Kajen. Kemudian secara simultan, tingkat kepercayaan, kualitas produk, kualitas layanan *mobile banking* juga berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di BSI KCP Pekalongan Kajen.

Kata kunci: Tingkat Kepercayaan, Kualitas Produk, Kualitas Layanan *M-Banking* dan Kepuasan Nasabah

ABSTRACT

RISMA NOVIA DWI ASTUTI. The Effect of Trust Level, Product Quality and Mobile Banking Service Quality on Customer Satisfaction (Case Study at Bank Syariah Indonesia KCP Pekalongan Kajen).

This research is motivated by the rapid development of technology, especially through the internet, many new things in business have sprung up, such as banking institutions which are currently taking advantage of these technological advances by launching transaction service facilities using m-banking. This can be seen from the development of the number of BSI m-banking users in Indonesia which is growing very rapidly and has increased from year to year. In this case BSI KCP Pekalongan Kajen is one of the banking institutions that takes advantage of this technological advancement by launching a transaction service facility using m-banking. Therefore, it is important to understand the factors that affect customer satisfaction in saving and using m-banking for business continuity in the midst of increasingly fierce competition. In addition, this is a challenge that must be taken and managed by BSI KCP Pekalongan Kajen. This study aims to determine the effect of the level of trust, product quality and service quality of mobile banking on customer satisfaction at BSI KCP Pekalongan Kajen.

This research belongs to the type of field research with a quantitative approach. The type of data used in this study is primary data, which is obtained from the results of distributing questionnaires. The population in this study are all customers who save and use m-banking at BSI KCP Pekalongan Kajen. The sampling technique in this study used an accidental sampling technique, with the sample being taken according to the Lemeshow formula with a total sample of 97 respondents. The data obtained was then processed with the help of the SPSS 26.0 program. Data analysis in this study used validity test, reliability test, normality test, multicollinearity test, heteroscedasticity test, linearity test, multiple linear regression test, coefficient of determination test, T test and F test.

Based on the results of the T-test research, it shows that the level of trust, product quality, mobile banking service quality has a significant effect on customer satisfaction at BSI KCP Pekalongan Kajen. Then simultaneously, the level of trust, product quality, mobile banking service quality also influences customer satisfaction at BSI KCP Pekalongan Kajen.

Keywords: Trust Level, Product Quality, M-Banking Service Quality and Customer Satisfaction

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufiq dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Penyusunan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.

Penulis menyadari bahwa terselesaikannya skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, dukungan semangat dan motivasi dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. H. Zaenal Mustaqim, M.Ag., selaku Rektor UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
2. Ibu Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, S.H., M.H., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
3. Bapak Dr. H. Tamamudin, M.M., selaku Wakil Dekan bidang Akademik dan Kelembagaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
4. Bapak M. Shulton, Lc., M.A., M.S.I., Ph.D., selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.

5. Bapak Drajat Stiawan, M.Si., selaku Sekretaris Jurusan Perbankan Syariah UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
6. Bapak Husni Awali, M.M., selaku Dosen Pembimbing Skripsi (DPS) yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan penulis dalam penyusunan skripsi ini.
7. Bapak Gunawan Aji, M.Si., selaku Dosen Pembimbing Akademik (DPA) penulis.
8. Segenap Bapak / Ibu Dosen dan Staff UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan, terkhusus Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
9. Pihak BSI KCP Pekalongan Kajen yang telah memberikan izin penelitian dan membantu penulis dalam memperoleh data keperluan penelitian.
10. Para nasabah BSI KCP Pekalongan Kajen yang sudah berkenan menjadi responden dalam penelitian ini.
11. Orang tua dan keluarga besar penulis yang tiada hentinya memberikan bantuan dukungan materiil maupun moral, semangat, kasih sayang dan doa di setiap langkah penulis.
12. Seluruh sahabat dan teman seperjuangan penulis, khususnya Jurusan Perbankan Syariah Angkatan 2019.
13. Keluarga besar UKM KSPMS FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid

Pekalongan, yang telah memberikan banyak pengalaman, relasi dan ilmu yang sangat berharga kepada penulis sebagai tempat menempa diri.

14. Keluarga besar “PR IPNU IPPNU Desa Mejasem”, “TK CEMPAKA Desa Mejasem”, “Posyandu Remaja SeGo RaMes Desa Mejasem”, “PAC IPNU IPPNU Kec. Siwalan”, “Squad Selarek Punjul Siji”, “Ikatan Alumni Penegak Laksana Bantara (IKAPLB) SMA N 1 Sragi”, “Suhune Squad”, “BTM Sragi Family”, “KKN Kel. 70 Ds. Kendayakan-Tegal”, yang telah memberikan semangat, motivasi dan canda tawanya dalam mewarnai kehidupan penulis.

15. Semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu penulis dalam segala hal terutama dalam penyusunan skripsi ini.

Akhir kata, semoga Allah SWT membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Pekalongan, 29 Maret 2023

Penulis

Risma Novia Dwi Astuti
NIM. 4219030

DAFTAR ISI

HALAMAN COVER	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
NOTA PEMBIMBING	iv
PENGESAHAN SKRIPSI	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI.....	xiv
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN	xvii
DAFTAR TABEL.....	xxii
DAFTAR GAMBAR	xxiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xxv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	12
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	13
D. Sistematika Pembahasan	15
BAB II LANDASAN TEORI	17

A. Landasan Teori.....	17
1. <i>Theory of Reasoned Action</i>	17
2. Kepuasan Nasabah.....	18
3. Tingkat Kepercayaan Nasabah	26
4. Kualitas Produk.....	30
5. Kualitas Layanan	33
B. Telaah Pustaka	37
C. Kerangka Berpikir.....	43
D. Hipotesis	44
1. Pengaruh Tingkat Kepercayaan terhadap Kepuasan Nasabah.....	44
2. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Nasabah	45
3. Pengaruh Kualitas Layanan <i>Mobile Banking</i> terhadap Kepuasan Nasabah.....	46
4. Pengaruh Tingkat Kepercayaan, Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Mobile Banking terhadap Kepuasan Nasabah	47
BAB III METODE PENELITIAN.....	49
A. Jenis Penelitian.....	49
B. Pendekatan Penelitian	49
C. Setting Penelitian	49
D. Populasi dan Sampel	50
E. Variabel Penelitian.....	51
F. Sumber Data.....	53
1. Data primer	53

2. Data sekunder	54
G. Teknik Pengumpulan Data.....	54
H. Metode Analisis Data.....	55
1. Uji Instrumen Data Penelitian.....	56
2. Uji Asumsi Klasik.....	57
3. Uji Regresi	60
4. Uji Hipotesis	61
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	63
A. Deskripsi Data.....	63
1. Deskripsi Data Penelitian.....	63
B. Analisis Data Penelitian.....	68
1. Hasil Uji Instrumen Data Penelitian	68
2. Hasil Uji Asumsi Klasik	71
3. Hasil Uji Regresi.....	76
4. Hasil Uji Hipotesis.....	79
C. Pembahasan dan Analisis Hasil	83
BAB V PENUTUP.....	92
A. Simpulan	92
B. Keterbatasan Penelitian.....	93
C. Saran	93
DAFTAR PUSTAKA	95
LAMPIRAN.....	I

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN

Pedoman transliterasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah hasil Putusan Bersama Menteri Agama Republik Indonesia No. 158 tahun 1987 dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia No. 0543b/U/1987. Transliterasi tersebut digunakan untuk menulis kata-kata Arab yang dipandang belum diserap ke dalam bahasa Indonesia. Kata-kata Arab yang sudah diserap ke dalam bahasa Indonesia sebagaimana terlihat dalam Kamus Linguistik atau Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Secara garis besar pedoman transliterasi ini adalah sebagai berikut.

1. Konsonan

Fonem konsonan Bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus. Di bawah ini daftar huruf Arab dan transliterasinya dengan huruf Latin:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	h	ha (dengan titik di bawah)

خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ڏ	ڇal	ڇ	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ڙ	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Şad	ş	es (dengan titik di bawah)
ض	Đad	đ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ta	ẗ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	ڙ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ڪ	Kaf	K	Ka
ڦ	Lam	L	El
ڻ	Mim	M	Em

ڽ	Nun	N	En
ڣ	Wau	W	We
ڻ	Ha	H	Ha
ڻ	Hamzah	'	Apostrof
ڙ	Ya	Y	Ye

2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia yang terdiridari vokal tunggal atau *monoftong* dan vokal rangkap atau *diftong*.

1) Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ـ	Fathah	A	A
ـ	Kasrah	I	I
ـ	Dammah	U	U

2) Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf sebagai berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
..ڻ ڙ	Fathah dan ya	Ai	a dan u
..ڻ ڻ	Fathah dan wau	Au	a dan u

3. Ta Marbuṭah

- i. Ta marbuṭah hidup dilambangkan dengan /t/

Contoh:

مَرْأَةِ جَمِيَّةٍ = *mar'atunjamīlah*

- ii. Ta marbuṭah mati dilambangkan dengan /h/

Contoh:

فَاطِمَةٌ = *fātimah*

4. Syaddah (*tasydid*, geminasi)

Syaddah atau tasydid yang dalam ulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tasydid, dalam transliterasi ini tanda syaddah tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh : رَبَّنَا - *rabbanā*

نَزَّلَ - *nazzala*

البَرَّ - *al-birr*

الْحَجَّ - *al-hajj*

5. Kata Sandang (Artikel)

Kata sandang yang diikuti oleh “huruf syamsiyah” ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu bunyi /l/ diganti dengan huruf yang sama

dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

Contoh:

الشمس = *asy-syamsu*

الرجل = *ar-rajulu*

السيد = *as-Sayyidah*

Hamzah kata sandang yang diikuti oleh “huruf qamariyah” ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu bunyi /l/ diikuti terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh:

القمر = *al-qamar*

البديع = *al-badi'*

الجالل = *al-jalāl*

6. Huruf Hamzah

Yang berada pada awal kata tidak ditransliterasikan. Akan tetapi, jika hamzah tersebut berada ditengah kata atau di akhir kata, huruf hamzah itu ditransliterasikan dengan apostrof '/'.

Contoh:

أمرت = *umirtu*

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Telaah Pustaka	37
Tabel 3.1	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	52
Tabel 3.2	Skala Pengukuran	54
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	64
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	64
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	65
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	65
Tabel 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	65
Tabel 4.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Bank yang digunakan.....	65
Tabel 4.7	Karakteristik Responden Berdasarkan Lama menjadi Nasabah	66
Tabel 4.8	Karakteristik Responden Berdasarkan Pengguna M-Banking BSI.....	66
Tabel 4.9	Hasil Uji Validitas Data Variabel Tingkat Kepercayaan.....	68
Tabel 4.10	Hasil Uji Validitas Data Variabel Kualitas Produk	68
Tabel 4.11	Hasil Uji Validitas Data Variabel Kualitas Layanan M-Banking....	68
Tabel 4.12	Hasil Uji Validitas Data Variabel Kepuasan Nasabah.....	69
Tabel 4.13	Hasil Uji Reliabilitas.....	69
Tabel 4.14	Hasil Uji Normalitas dengan Metode Kolmogorov Smirnov	72
Tabel 4.15	Hasil Uji Multikolinieritas	73
Tabel 4.16	Hasil Uji Heterokedastisitas Metode Glejser.....	74

Tabel 4.17	Hasil Uji Linearitas dengan Deviation From Linearity	75
Tabel 4.18	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	76
Tabel 4.19	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R-Square)	78
Tabel 4.20	Hasil Uji T (Parsial).....	79
Tabel 4.21	Hasil Uji F (Simultan).....	81

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	42
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas	71
Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas Metode Grafik Scatterplot	74

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 - Kuesioner Penelitian	I
Lampiran 2 - Data Penelitian	IX
Lampiran 3 - Hasil Analisis Deskripsi Data Responden.....	XIX
Lampiran 4 - Hasil Uji SPSS: Uji Instrumen Data Penelitian	XXI
Lampiran 5 - Hasil Uji SPSS: Uji Asumsi Klasik	XXIV
Lampiran 6 - Hasil Uji SPSS: Uji Regresi	XXVII
Lampiran 7 - Hasil Uji SPSS: Uji Hipotesis	XXVIII
Lampiran 8 - Surat Pengantar Penelitian	XXIX
Lampiran 9 - Surat Keterangan Telah Melakukan Penelitian	XXX
Lampiran 10 - Dokumentasi Penelitian.....	XXXI
Lampiran 11 - Daftar Riwayat Hidup	XXXIII

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Era globalisasi berdampak pada perkembangan teknologi saat ini, hal ini dibuktikan dengan teknologi yang berkembang semakin pesat dan telah menyebabkan adanya perubahan besar dalam kehidupan manusia. Selain itu, teknologi telah menjadi kebutuhan pokok karena membuat akses ke semua kegiatan sehari-hari menjadi mudah. Dengan kemajuan teknologi, khususnya melalui internet, banyak hal baru dalam kehidupan termasuk bisnis yang saat ini bermunculan, ketersediaan internet nampaknya menjadi solusi untuk mempersingkat dan mempercepat pekerjaan. Adapun salah satu perusahaan yang mengikuti kemajuan teknologi yaitu sektor jasa keuangan. Sektor jasa keuangan merupakan salah satu industri yang memberikan kontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi suatu negara. Ketika kegiatan ekonomi menghasilkan produksi barang dan jasa yang meningkatkan kemakmuran rakyat, maka dikatakan pertumbuhan ekonomi juga mengalami peningkatan (Delvi & Musfiroh, 2021).

Salah satu gambaran sektor jasa keuangan yang sangat berperan sebagai sumber permodalan, yang dapat digunakan untuk menggerakkan perekonomian adalah industri perbankan. Untuk memperlancar aliran dana masyarakat kembali ke kegiatan ekonomi yang produktif, maka perbankan dapat memberikan kontribusi terhadap pendapatan & diharapkan turut

mendorong pertumbuhan ekonomi nasional. Sebelum munculnya perbankan syariah pada tahun 1991, Indonesia pertama kali hanya memiliki satu bentuk perbankan, yaitu perbankan konvensional. Perbankan syariah juga dikenal bank islam yaitu badan keuangan yang aktivitas utamanya sebagai penyediaan pembiayaan dan layanan lainnya termasuk transaksi pembayaran serta peredaran uang yang dioperasikan berdasarkan prinsip syariah (Sofya & Heriwibowo, 2020).

Bank Syariah merupakan sistem dalam perbankan yang melakukan aktivitas operasionalnya pada landasan syariah. Menurut UU No. 21 tahun 2008 Pasal 1 ayat (1) perbankan syariah ialah segala sesuatu yang mencakup tentang Bank Syariah dan Unit Usaha Syariah (UUS), meliputi kelembagaan, kegiatan usaha, dan tata cara dalam melakukan aktivitas usahanya. Sebuah lembaga perbankan syariah bernama BSI berdiri sejak 01 Februari 2021 / 19 Jumadil Akhir 1442 H dan resmi dibuka oleh Presiden Joko Widodo di Istana Negara. Bank ini adalah hasil penggabungan antara tiga bank anak perusahaan BUMN diantaranya yaitu BSM, BRI Syariah, dan BNI Syariah. Adapun komposisi pemegang saham BSI terdiri dari PT. BSM (Persero), Tbk yang memiliki 51,2% saham BSI, diikuti oleh Saham DPLK BRI-Syariah sejumlah 2%, BNI (Persero), Tbk sejumlah 25%, PT. BRI (Persero), Tbk sejumlah 7,4%, dan masyarakat umum sebesar 4,4%. Munculnya BSI juga mencerminkan gambaran bank syariah di Indonesia yang kekinian, inklusif dan ramah lingkungan (Muhammad, 2011).

Persaingan antar lembaga perbankan saat ini semakin mengalami

peningkatan, baik pada pasar domestik ataupun internasional. Masalah ini adalah ancaman yang seharusnya diambil dan dikelola oleh BSI KCP Kajen. Dimana BSI KCP Pekalongan Kajen merupakan satu-satunya cabang yang terletak di wilayah Kajen dan berada di Jl. Mandurejo, Gg. Kawedanan No. 59, Kel. Nyamok, Kec. Kajen, Kab. Pekalongan. Menurut data pada BSI KCP Pekalongan Kajen bahwa ada beberapa produk *digital banking* yang tersedia di BSI Pekalongan Kajen seperti produk BSI OTO, BSI *Smart Agent*, BSI *mobile*, BSI *Qris*, BSI JadiBerkah.id, dll. Namun demikian, BSI Kajen juga memiliki produk Tabungan, Haji dan Umroh, investasi, emas, pembiayaan, simpanan, dsb. BSI KCP Pekalongan Kajen saat ini telah meluncurkan sarana layanan transaksi keuangan yang didukung oleh teknologi informasi, khususnya *m-banking*, hal ini bertujuan untuk memanfaatkan peningkatan teknologi informasi dalam layanan perbankannya (Sari, 2021).

Di Indonesia penggunaan *mobile banking* oleh nasabah bank telah meningkat secara signifikan selama lima tahun terakhir, dengan tingkat pertumbuhan tahunan rata-rata 135,3% per tahun (Kamalina, dkk, 2018). Data Bank Syariah Indonesia menunjukkan bahwa digitalisasi BSI mendorong lebih dari 96% nasabah beralih ke transaksi digital dimana BSI *Mobile* menjadi akses utama ke semua layanan yang berkontribusi besar terhadap pertumbuhan transaksi, yaitu sekitar 113%. Adapun jumlah pertumbuhan pengguna BSI *Mobile* mencapai 126% dengan total lebih dari 3,4 juta pengguna per Desember 2021. Hal ini menunjukkan bahwa Bank Syariah menyadari perubahan gaya hidup masyarakat, dan mampu beradaptasi dengan

digitalisasi sehingga memberikan kepercayaan pada investasi masa depan mereka di Bank Syariah (Sylke, 2020).

Sementara itu pada kuartal III- 2022, tercatat 97% nasabah beralih ke *e-channel* untuk aktivitas perbankan. Berdasarkan transaksi kumulatif BSI *mobile* per September 2022 mencapai 187,2 juta transaksi dan berkontribusi memberikan *fee based income* sebesar 173 Miliar. Hal ini sebagai dampak terhadap akselerasi digital yang begitu pesat dalam lonjakan jumlah pengguna BSI *mobile* yang mencapai 4,44 juta atau naik 43% secara tahunan. Alhasil dengan melejitnya tren digital yang berkembang saat ini mampu menjadi salah satu tumpuan inovasi yang berpotensi meningkatkan daya saing bank syariah di Indonesia ke depan. Selain sebagai sebuah bank, fungsi lainnya adalah mampu menghadirkan sebuah era baru bagi dunia perbankan syariah Indonesia, dimana BSI tidak hanya hadir sebagai sahabat finansial saja, namun juga sebagai sahabat sosial, dan sahabat spiritual yang bisa menjadi energi baru bagi Indonesia (Hening, 2022).

Secara objektif penelitian ini diperoleh dari feneomena yang terjadi di lapangan mengenai adanya kantor BSI di wilayah Kajen, yaitu BSI KCP Pekalongan Kajen yang diharapkan nasabah merasakan kepuasan dalam layanan *mobile banking* yang tersedia. Namun, kenyataannya nasabah belum cukup puas dengan layanan *mobile banking* tersebut. Hal ini dipicu oleh beberapa isu seperti adanya anggapan bahwa kerentanan dan kejahatan dunia maya (*cybercrime*) masih memungkinkan terjadi, sehingga menurunkan tingkat kepercayaan nasabah, adanya anggapan bahwa kualitas produk *m-*

banking BSI sama saja dengan kualitas produk bank lainnya dan masih luasnya ketidaktahuan nasabah akan ketersediaan layanan *mobile banking*, terkadang gagal dalam betransaksi, ketidaktahuan mereka terhadap layanan berbasis digital, dan kode aktivasi layanan BSI *mobile* terkadang tidak berfungsi sehingga menjadikan kualitas layanan *m-banking* masih cukup rendah.

Menurut Freddy dalam Dwinurpitasi (2019), Nasabah menganggap kepuasan sebagai reaksi emosional ketika mereka menikmati penggunaan produk atau layanan. Kepuasan seseorang terhadap suatu produk ditentukan oleh seberapa senang ataupun kecewa yang mereka rasakan setelah membandingkan hasil produk dengan harapan mereka. Nasabah akan merasa puas atau tidak puas setelah menggunakan produk tersebut. Nasabah yang puas lebih cenderung menggunakan produk itu lagi. Sebaliknya, jika nasabah tidak puas, maka tidak akan membeli barang yang sama dari perusahaan lagi. Kepuasan nasabah sering didefinisikan sebagai kemiripan antara kinerja produk dan jasa yang diterima dengan kinerja produk dan jasa yang diharapkan oleh nasabah. Dalam perbankan, nasabah dikatakan puas apabila mereka tetap bersama bank dan sering menggunakan produk yang ditawarkannya (Kotler & Keller, 2009).

Perbankan memiliki faktor yang saling menguntungkan, jika nasabah senang dengan semua layanan yang ditawarkan bank. Salah satu dari keuntungannya adalah nasabah secara tidak langsung menolong perusahaan dalam mengiklankan sektor keuangan yang relevan. Dalam industri

perbankan, nasabah sudah menempatkan standar kepuasan nasabah untuk kualitas layanan *mobile banking* yang tersedia oleh bank, misalnya: cepat dan efektif, kerahasiaan bank, kecepatan transaksi, ketepatan tagihan, ketepatan waktu tagihan dan kejelasan tagihan serta biaya akses dan kualitas layanan yang kompetitif adalah faktor yang secara signifikan mempengaruhi kepuasan nasabah. Adapun faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah, diantaranya *service quality, product quality, price, situational factor* dan *personal factor* (Setiawan, 2016).

Sementara menurut Ninik Rustanti mengatakan bahwa kepuasan nasabah dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya kualitas produk, harga produk, kualitas layanan, sikap terhadap produk, biaya dan kemudahan mendapatkan produk. Adapun menurut Lupiyoadi dalam Vinna menyatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah diantaranya *trust*, kualitas layanan, emosional, kualitas produk, *price* dan *cost*. Jadi, dapat disimpulkan bahwa kepuasan adalah salah satu indikator kinerja utama bank yang mencerminkan sikap nasabah dalam mengukur seberapa baik layanan / produk yang ditawarkan oleh bank, dengan memantau kepuasan nasabah memungkinkan bank untuk memperbaiki dan meningkatkan pelayanan yang ada menjadi lebih baik dari sebelumnya. Hal ini adalah sebagian strategi pemasaran bagi BSI KCP Pekalongan Kajen untuk memperoleh kepuasan nasabah dengan menawarkan beragam keunggulan dalam layanan ini, diharapkan dapat mencapai kepuasan nasabah saat memakai barang dan jasa yang ditawarkan oleh bank (Putro dkk, 2021).

Untuk memuaskan nasabah dan memenuhi persyaratan Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah, Industri perbankan harus meningkatkan kualitas layanan dan fasilitas lainnya saat menggunakan *mobile banking* dan memastikan kerahasiaan data nasabah saat melakukannya, risiko kejahatan pada dunia internet (*cybercrime*) dan kebocoran data oleh suatu institusi, termasuk lembaga keuangan dan lembaga pemerintah, kerap terjadi di tengah maraknya penggunaan *mobile banking* oleh masyarakat saat ini, Hal ini juga dapat terjadi pada aplikasi *mobile banking*, yang tidak sepenuhnya mengesampingkan risiko kebocoran data tanpa adanya perlindungan yang memadai, karena kepercayaan nasabah merupakan faktor utama dalam menentukan kepuasan nasabah, maka bank sebagai pencipta *mobile banking* harus menjunjung tinggi kepercayaan pengguna terhadap informasi yang diberikan oleh pengguna (Herdayanti, dkk, 2019).

Penerapan langkah-langkah yang dapat menumbuhkan loyalitas dan kepuasan nasabah dapat dilakukan dalam upaya memperoleh keunggulan kompetitif di industri keuangan. Sebagian taktik yang bisa digunakan untuk menumbuhkan loyalitas dan kepuasan nasabah ialah dengan menjaga kinerja bank dan memelihara kepercayaan nasabah, dimana strategi ini dikenal dengan istilah *e-trust* / kepercayaan. Kepercayaan nasabah adalah semacam spekulasi emosional untuk pemasaran. Situasi ini bergantung atas seberapa berhasil keunggulan produk atau layanan benar-benar disampaikan, seberapa konsisten ekspektasi terpenuhi, dan seberapa konsisten hasil actual (Nawangsari & Widiastuti, 2018).

Menurut Nawangasari & Putri (2020), Kepercayaan elektronik adalah kepercayaan pada layanan *online (e-trust)*. *E-trust* adalah keyakinan bahwa kerentanan tidak akan dimanfaatkan dalam situasi risiko *online*. Jika masing-masing pihak memiliki kepercayaan satu sama lain, transaksi komersial yang memerlukan keterlibatan dua pihak atau lebih akan terjadi. Disamping itu, agar hubungan positif tidak segera berakhir, bank dan nasabahnya harus selalu menjaga rasa saling percaya. BSI KCP Pekalongan Kajen juga harus tetap menjaga kinerjanya dan kepercayaan nasabah mengingat tanggung jawabnya untuk beroperasi dengan dana masyarakat yang disimpan di bank atas dasar kepercayaan guna meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Nasabah akan mulai mengevaluasi kualitas layanan dari seluruh elemen perbankan setelah kepercayaan terbentuk. Karena itu, BSI KCP Pekalongan Kajen harus terus berusaha untuk menawarkan pelayanan terbaik yang tersedia karena hal itu mendorong nasabah untuk menjaga hubungan yang baik (Nurfitri, 2017).

Selain itu, sejak dioperasikannya sistem *mobile banking* di BSI KCP Pekalongan Kajen maka nasabah kini dapat memilih cara dalam bertransaksi. Dengan teknologi *mobile banking*, para pebisnis akan melakukan transaksi perbankan secara *online* tanpa bantuan pegawai bank. Nasabah sangat mengutamakan kenyamanan, efisiensi, fleksibilitas dan kesederhanaan. Semua aspek kehidupan dan pekerjaan sehari-hari dipengaruhi oleh pesatnya perkembangan teknologi informasi, meskipun saat ini ada banyak sekali pengguna *mobile banking*, kejahatan dunia maya masih memungkinkan

terjadi. Namun, nasabah memiliki pilihan untuk menggunakan layanan ketika mempertimbangkan kemudahan yang diperoleh dengan *m-banking*. Jika hal ini diabaikan maka kesejahteraan nasabah terancam dan menurunkan standar layanan yang ditawarkan serta merusak kepercayaan nasabah. Sehingga bank perlu menyusun strategi untuk membantu nasabah merasa lebih aman menggunakan *mobile banking* (Harish, 2017).

Kualitas produk yang baik dan unggul dapat dijadikan peluang untuk bersaing dan menjadi dominan di pasaran. Menciptakan kepuasan nasabah yang baik dengan loyalitas nasabah tersebut dilakukan setelah kualitas produk terbentuk. Dengan demikian, kualitas produk yang unggul sangat dibutuhkan karena hal tersebut dapat bersaing dan menjadi dominan di pasaran (Nagib dkk, 2021). Setelah terbentuknya kualitas produk, maka yang harus dilakukan selanjutnya adalah membentuk kepuasan nasabah yang berkaitan dengan loyalitas nasabah.

Menurut Arianto (2017), Kualitas produk atau kemampuan suatu produk untuk bersaing dengan produk sejenis yang diproduksi oleh para pesaing, ditentukan oleh seberapa baik produk tersebut memenuhi kebutuhan nasabah. Nasabah akan puas apabila produk yang digunakan berkualitas tinggi. Jika harapan nasabah terhadap barang tidak sesuai dengan kenyataan, maka nasabah akan merasa tidak puas. Sebaliknya, nasabah akan puas jika produk tersebut memenuhi atau melebihi harapan mereka. Adapun untuk mempertahankan dan meningkatkan nasabahnya maka BSI KCP Pekalongan Kajen perlu menjaga kualitas produk dimata masyarakat. Dalam

mempertahankan kualitas ini dapat dibangun melalui kinerja, keandalan, kecepatan, kemudahan, dan kenyamanan dalam penggunaan. Untuk meningkatkan kualitas perbankan maka diperlukan pegawai yang mampu mengelola kebutuhan nasabahnya.

Kualitas layanan merupakan perpaduan layanan yang menyeimbangkan harapan nasabah dengan kenyataan. Layanan mungkin dianggap berkualitas tinggi dan nasabah akan senang apabila kenyataan yang diperoleh melebihi apa yang mereka harapkan. Di sisi lain, apabila kenyataan lebih rendah dibandingkan yang diharapkan nasabah, layanan dinyatkan berkualitas buruk dan nasabah akan kecewa atau tidak puas. Tingkat pelayanan yang ditawarkan oleh bank sangat penting karena menentukan apakah nasabah akan puas atau tidak. Salah satu cara untuk meningkatkan pelayanannya, BSI KCP Pekalongan Kajen memberi kemudahan dalam layanan salah satunya dengan menggunakan *mobile banking*. *Mobile banking* merupakan fasilitas layanan transaksi bagi bank yang bekerja melalui jaringan internet yang tersedia sepanjang waktu. *Mobile banking* memberikan nasabah kenyamanan, efisien, ketentraman, dan kemudahan saat bertransaksi secara *online*, dimanapun dan kapanpun (Nawangasari & Putri, 2020).

Manfaat dari penggunaan layanan *m-banking* ini adalah nasabah dapat menghemat waktu dengan menggunakan *smartphone*, komputer, laptop, atau yang tersambung dengan jaringan internet tanpa harus beranjak dari tempat kerja, hal ini memfasilitasi kemampuan nasabah untuk menyelesaikan transaksi keuangan. Selanjutnya, bank juga mendapatkan keuntungan dari

layanan tersebut karena dapat menekan tarif penggunaan, lebih efisien dan mempengaruhi cara nasabah dalam berbisnis yang memungkinkan bank untuk menunjukkan kualitas layanan dan meningkatkan kepuasan nasabah (Harish, 2017).

Menurut Savitri (2022), *Mobile banking* yang diperkirakan BSI menjadi pelayanan utama yang diberikan pada nasabah diharapkan bisa mendukung transaksi menjadi aman dan efektif. Tapi, tidak semua pengguna solusi *mobile banking* puas dengan kinerjanya, ada anggapan bahwa solusi *mobile banking* ini diharapkan. Nasabah bank belum sepenuhnya menggunakan layanan *mobile banking* BSI yang nyaman, hal ini disebabkan oleh berbagai faktor diantaranya masih luasnya ketidaktahuan nasabah akan ketersediaan layanan *mobile banking* dan ketidaktahuan mereka terhadap layanan berbasis digital sehingga mendorong mereka untuk memanfaatkan layanan tersebut, masalah selanjutnya yaitu kode aktivasi layanan BSI *mobile* terkadang gagal berfungsi. Selain itu, tingkat kepercayaan, kualitas produk dan kualitas layanan *mobile banking* yang ada harus dijaga untuk meningkatkan kepuasan nasabah saat melakukan transaksi pada layanan tersebut (Kholis, 2020).

Sebagai bagian dari industri perbankan syariah, BSI KCP Pekalongan Kajen harus tetap berusaha mengoptimalkan kepercayaan, kualitas produk dan kualitas layanan *mobile banking*, Jaminan kualitas menjadi perhatian utama bank karena kepuasan nasabah ditentukan oleh mutu layanan dan produk yang dicari nasabah. Adapun latar belakang ini difokuskan pada BSI *Mobile Banking*, Sejalan dengan penelitian yang dilakukan Rizka H dan

Wardhana Aditya yang berjudul “Pengaruh Kualitas Layanan *Mobile Banking* Bank Syariah Mandiri Terhadap Kepuasan Nasabah”, dimana hasilnya menyatakan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri, Selanjutnya, Ika Khoiriyatul Haniah melakukan penelitian yang berjudul “Analisis Pengaruh Kualitas *Mobile Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Syariah Mandiri Cabang Semarang”, dimana hasilnya mengungkapkan bahwa kualitas *mobile banking* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Oleh karena itu, apabila kualitas *m-banking* semakin meningkat, maka kepuasan nasabah akan semakin meningkat.

Dari uraian di atas, maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Tingkat Kepercayaan, Kualitas Produk dan Kualitas Layanan *Mobile Banking* terhadap Kepuasan Nasabah (Studi kasus pada Bank Syariah Indonesia KCP Pekalongan Kajen)”**.

B. Rumusan Masalah

Dari uraian latar belakang di atas, maka penulis mengangkat masalah yang bisa dirumuskan sebagai berikut :

- 1 Apakah Tingkat Kepercayaan berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Nasabah di BSI KCP Pekalongan Kajen?
- 2 Apakah Kualitas Produk berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Nasabah di BSI KCP Pekalongan Kajen?
- 3 Apakah Kualitas Layanan *Mobile Banking* berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Nasabah di BSI KCP Pekalongan Kajen?

4 Apakah Tingkat Kepercayaan, Kualitas Produk dan Kualitas Layanan *Mobile Banking* berpengaruh secara simultan terhadap Kepuasan Nasabah di BSI KCP Pekalongan Kajen?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1 Tujuan Penelitian

Dari masalah yang telah dirumuskan di atas, adapun tujuan penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengetahui pengaruh Tingkat Kepercayaan terhadap Kepuasan Nasabah di BSI KCP Pekalongan Kajen.
- b. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Nasabah di BSI KCP Pekalongan Kajen.
- c. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Layanan *Mobile Banking* terhadap Kepuasan Nasabah di BSI KCP Pekalongan Kajen.
- d. Untuk mengetahui pengaruh Tingkat Kepercayaan, Kualitas Produk dan Kualitas Layanan *Mobile Banking* secara simultan terhadap Kepuasan Nasabah di BSI KCP Pekalongan Kajen.

2 Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

- 1) Penelitian ini diharapkan mampu meningkatkan ilmu pengetahuan dan wawasan pembaca mengenai aspek-aspek yang mungkin berdampak pada kepuasan nasabah di BSI, khususnya tentang Pengaruh Tingkat Kepercayaan, Kualitas Produk dan Kualitas Layanan *Mobile Banking* terhadap Kepuasan Nasabah

di BSI KCP Pekalongan Kajen.

- 2) Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan acuan bagi penelitian selanjutnya dengan pembahasan yang sejenis guna memperbaiki dan menjadi lebih baik dari penelitian sebelumnya.

b. Manfaat Praktis

- 1) Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan mampu mengasah keterampilan penulis dalam penerapan ilmu pengetahuan yang sebelumnya sudah didapatkan pada masa perkuliahan dan bisa mengaitkan teori yang dipelajari pada kenyataan di lapangan.

- 2) Bagi Objek Penelitian (BSI)

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sebuah saran dan masukan bagi BSI KCP Pekalongan Kajen pada pertimbangan dalam menciptakan kepuasan nasabah dengan meningkatkan Kepercayaan, Kualitas Produk dan memberikan Kualitas Layanan *mobile banking* sesuai atas keperluan dan keinginan nasabah.

- 3) Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan acuan untuk penelitian berikutnya dengan pembahasan sejenis guna memperbaiki dan menjadi lebih baik lagi dari penelitian sebelumnya, dan sebagai sumber informasi untuk pihak yang

membutuhkannya.

D. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan ditunjukan untuk membuat gambaran dan pemahaman mengenai hubungan antara bab dalam suatu penelitian, dimana skripsi ini disusun secara sistematis dalam lima bab. Bentuk rancangan sistematika pembahasan pada penelitian yaitu:

BAB I : PENDAHULUAN

Merupakan gambaran umum mengenai keseluruhan laporan penelitian yang menguraikan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika pembahasan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Merupakan bab yang membahas mengenai teori yang akan digunakan pada penelitian ini. Bab ini terdiri dari landasan teori, penelitian terdahulu, kerangka berpikir dan hipotesis.

BAB III: METODE PENELITIAN

Bab ini membahas mengenai jenis penelitian, pendekatan penelitian, setting penelitian, populasi dan sampel penelitian, variabel penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, dan metode analisis data.

BAB IV : ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas mengenai paparan dan pembahasan data serta hasil penelitian yang sudah dilakukan.

BAB V : PENUTUP

Merupakan bagian terakhir pada penelitian. Bab ini menjelaskan mengenai kesimpulan, saran, daftar pustaka dan lampiran-lampiran lainnya.

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Dari hasil penelitian dan pembahasan yang disajikan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulannya sebagai berikut:

1. Variabel tingkat kepercayaan dinyatakan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah di BSI KCP Pekalongan Kajen. Yang berarti, semakin tinggi tingkat kepercayaan, maka kepuasan nasabah di BSI KCP Pekalongan Kajen juga akan semakin meningkat.
2. Variabel kualitas produk dinyatakan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah di BSI KCP Pekalongan Kajen. Berarti semakin baik kualitas produk, maka kepuasan nasabah di BSI KCP Pekalongan Kajen juga semakin meningkat.
3. Variabel kualitas layanan *mobile banking* dinyatakan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah di BSI KCP Pekalongan Kajen. Hal ini berarti semakin baik kualitas layanan *mobile banking* maka kepuasan nasabah di BSI KCP Pekalongan Kajen juga akan semakin meningkat.
4. Ketiga variabel bebas yakni variabel tingkat kepercayaan, kualitas produk dan kualitas layanan *mobile banking* dinyatakan memiliki pengaruh secara simultan terhadap kepuasan nasabah di BSI KCP Pekalongan Kajen. Hal tersebut berarti semakin baik atau semakin tinggi

tingkat kepercayaan, kualitas produk dan kualitas layanan *mobile banking* maka kepuasan nasabah di BSI KCP Pekalongan Kajen juga akan semakin meningkat.

B. Keterbatasan Penelitian

Peneliti menyadari bahwa penelitian ini memiliki keterbatasan dan kekurangan. Berikut beberapa keterbatasan pada penelitian ini:

1. Penelitian ini belum sempurna, mengingat peneliti kurang pengalaman dalam menulis karya ilmiah dan peneliti memiliki keterbatasan waktu, pengetahuan dan keterampilan kognitif.
2. Hanya tiga variabel bebas (variabel tingkat kepercayaan, kualitas produk dan kualitas layanan *mobile banking*) yang diuji pada penelitian ini.
3. Peneliti tidak bisa bertemu langsung dengan beberapa responden, sehingga tidak memungkinkan untuk memverifikasi kesungguhan seluruh responden dalam menjawab kuesioner.
4. Penelitian ini hanya mengumpulkan sampel dari responden yang ke berkunjung ke kantor BSI KCP Pekalongan Kajen, tidak diambil secara menyeluruh dari nasabah yang tersebar di beberapa desa sekitar Kajen.

C. Saran

Dari kesimpulan dan keterbatasan penelitian yang sudah disajikan, berikut saran yang dapat diberikan oleh peneliti:

1. Bagi Bank Syariah Indonesia (BSI)

Pada penelitian ini tingkat kepercayaan, kualitas produk dan kualitas layanan *mobile banking* berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah, hal ini didukung dengan tingkat kepercayaan yang tinggi yang dimiliki nasabah terhadap produk, fasilitas dan layanan BSI. Peneliti berharap pihak BSI dapat menerapkan strategi yang tepat agar dapat mempertahankan tingkat kepercayaan, kualitas produk dan kualitas layanan *m-banking* baik yang dimiliki nasabah sehingga dapat terus menarik minat nasabah untuk menabung di BSI dan diharapkan bagi nasabah dapat memanfaatkan perkembangan teknologi seperti *mobile banking* dalam berbagai transaksi, karena dengan menggunakan *mobile banking* lebih efektif dalam berbagai transaksi.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Untuk mendapatkan informasi yang lebih komprehensif mengenai variabel-variabel yang mempengaruhi kepuasan nasabah, sebaiknya peneliti selanjutnya memperluas cakupan penelitian yang dilakukan. Dan karena studi ini hanya menggunakan tiga variabel independen, peneliti selanjutnya sebaiknya menggunakan lebih banyak variabel untuk memastikan bahwa informasi yang dikumpulkan bersifat komprehensif.

DAFTAR PUSTAKA

- Al Arif, M. (2010). Nur Rianto. Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah. *Bandung: Alfabeta.*
- Antonio, M. S. (2001). *Bank Syariah: Dari teori ke praktik.* Gema Insani.
- Arikunto, S. (2019). *Prosedur penelitian suatu pendekatan praktik.* Jakarta: Rineka Cipta.
- Asyutti, R., Anggraini, M. D., & Nasrullah, M. (2013). Pengaruh Kepercayaan, Kepuasan Terhadap Loyalitas Dengan Kepemimpinan Pengurus Sebagai Variabel Moderating (Studi Kasus BMT Bahtera, BTM di Pekalongan dan Kospin Jasa Syariah Cabang Pekalongan). *Jurnal Penelitian*, 10(2).
- Chandra, R. (2015). Peranan Strategi Promosi dalam Upaya Peningkatan Volume Penjualan pada Perusahaan Jasa Perhotelan. *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, 4(2).
- Delvi, O., & Musfiroh, M. F. S. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan Mobile Banking Pada BRI Syariah KCP Weleri. *Jamasy: Jurnal Akuntansi, Manajemen dan Perbankan Syariah*, 1(1), 60–70.
- Dwinurpitasisari, Y. A. (2019). *Pengaruh kualitas layanan dan produk mobile banking terhadap kepuasan nasabah pada bri syariah kcp ponorogo.* IAIN Ponorogo.
- Firdaus. 2021. *Metode Penelitian Kuantitatif.* Edited by Faza'ur Ravida. Cetakan pe. Riau: DOTPLUS Publisher.
- Firdaus, F. (2019). *Analisis Kepuasan Nasabah Melalui Kepercayaan Nasabah, Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk (Studi Kasus Pada Kospin Jasa Cabang Weleri).* Anindyaguna Ekonobisnis: Jurnal Ekonomi dan Bisnis STIE Anindyaguna, 1(2).
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS Edisi 7.* Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program SPSS.* Semarang:Badan Penerbit UNDIP.
- Harish, I. N. (2017). Pengaruh Kepercayaan Nasabah dan Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus pada Bank Syariah Mandiri Depok). *Skripsi Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah.*
- Haryanto, H. R. (2020). *Manajemen Pemasaran Bank Syariah* (A. Wafi, Ed.). Duta Media Publishing.

- Herdhayanti, E., Handayani, J., Ismawanto, T. (2019). *Analisis Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Tabungan Negara (persero) Tbk. Kantor Cabang Syariah Balikpapan.* Jurnal Tugas Akhir Mahasiswa Akuntansi Poltekba.
- Indonesia, I. B. (2014). *Mengelola Kualitas Layanan Perbankan.* Gramedia Pustaka Utama.
- Jayadi, S., 2022. Pengaruh Kepercayaan Nasabah dan Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Bertransaksi Di Bank Syariah (Studi Kasus Pada Bank Syariah). Universitas Islam Negeri (UIN) Mataram.
- Kamalina., Mihrun. (2018). *Perkembangan Internet Banking di Indonesia.* Kompasiana.com.
- Kholid, F. I., & Soemarso, E. D. (2018). Analisis Pengaruh Keamanan, Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Nasabah dan Kebermanfaatan Terhadap Minat Menggunakan E-Banking Pada PT Bank BNI Syariah KCP Magelang. *Jurnal Sains Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 8(2), 49–57.
- Kholis, N. (2020). *Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Bank Rakyat Indonesia Syariah Di Yogyakarta.*
- Kotler, P., & Keller, K., L. (2009). *Manajemen pemasaran.* edisi.
- Keller, K., & Kotler, P. (2007). *Manajemen Pemasaran* edisi 12 jilid 1. Jakarta: PT. Indeks.
- Kottler, P., & Armstrong, G. (2008), *Prinsip-prinsip Pemasaran* (Jakarta: Erlangga), 272.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2014). *Prinsip-Prinsip Pemasaran edisi ke 12.* Jakarta: Erlangga.
- Laucereno, Febrina., S. (2020). *Layanan Digital Bank Tumbuh Pesat di tengah Pandemi.* Detik Finance.
- Listyarti, I. (2018). Pengambilan keputusan investasi investor di pasar modal Indonesia ditinjau dari Teori Reasoned Action. *Journal of Business and Banking*, 7(2), 237–250.
- Mahyarni, M. (t.t.). Theory of reasoned action dan theory of planned behavior (Sebuah Kajian Historis tentang Perilaku). *Jurnal El-Riyasah*, 4(1), 13–23.

- Mastura, Z. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Nasabah terhadap Keputusan Nasabah (Studi pada PT. Bank Aceh Syariah KPO Banda Aceh). Universitas Islam Negeri Ar-Raniry, Banda Aceh.
- Mawey, T. C., Tumbel, A., & Ogi, I. W. (2018). Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Nasabah PT Bank Sulutgo. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(3).
- Megawati, I. (2017). Pengaruh Faktor-Faktor Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan dan Implikasinya terhadap Loyalitas Pelanggan di Green Café & Resto Bandung. *Jurnal Ekonomi, Bisnis & Entrepreneurship (e-Journal)*, 11(1).
- Muhammad. (2011). *Manajemen Bank Syariah*. (Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN), hlm 15.
- Nagib, B., Abdullah, M. F., & Hakim, R. (2021). Determinan Pengaruh Brand Image, Fitur Layanan, Manfaat, Kemudahan, Dan Resiko Persepsi Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan E-Banking Di Bank Syari'ah XXX. *International Journal of Islamic Economics Development and Innovation (IJIEDI)*, 1(1), 1–9.
- Nainggolan, B., & Sinaga, E. M. (2022). *Kepercayaan Nasabah PT Asuransi Allianz Life Indonesia di Kota Tebing Tinggi Berbasis Kepuasan Nasabah*. PT Inovasi Pratama Internasional.
- Nawanggasari, S., & Putri, N. D. (2020). Pengaruh E-Service Quality Dan E-Trust Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna Bni Mobile Banking Melalui Citra Bank Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmiah Matrik*, 22(1), 55–63.
- Nawangsari, S., & Widiastuti, R. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan dan Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank (Studi Kasus Pada PT Bank DKI–Depok). *Sebatik*, 22(2), 51–55.
- Nelwan, J. Z., Yasa, N. N. K., Sukaatmadja, I. P. G., & Ekawati, N. W. (2021). Layanan Internet Banking dan Mobile Banking di Bank KB Bukopin. *Bandung: Media Sains Indonesia*.
- Nikmatussolihah, A.. (2021), Analisis Pengaruh Sektor Industri dan Upah Minimum Terhadap Penyerapan Tenaga Kerja Di Provinsi Banten Tahun 2016-2019. UIN Sultan Mulana Hasanuddin Banten.
- Nugroho, H. (2022). *BSI Mobile, Energi Baru Indonesia*. <https://news.detik.com/kolom/d-6487801/bsi-mobile-energi-baru-indonesia/amp>.
- Nurfitri, I. (2017). *Pengaruh Kepercayaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi pada Bank Muamalat Indonesia KCP Kuningan)*. IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

- Prasastono, N., & Pradapa, S. Y. F. (2012). Kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Kentucky Fried Chicken Semarang Candi. *Jurnal Ilmiah Dinamika Kepariwisataan*, 11(2).
- Prasetyo, A. (2012). Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan. *Management Analysis Journal*, 1(1).
- Putro, H. T. L., Thamrin, T., & Samsudin, S. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna Mobile Banking PT. Bank Negara Indonesia TBKDI KCP Buaran Jakarta. *JAMBIS: Jurnal Administrasi Bisnis*, 1(2), 48–56.
- Randi, S., Mery, T., & Purbo, J. (2020). *Pengaruh kualitas pelayanan, kepercayaan dan nilai nasabah terhadap kepuasan nasabah*. Universitas Bung Hatta.
- Rizqi, R. K. (2017). *Analisis Pengawasa Peran Dewan Pengawas Syariah pada Lembaga Keuangan Syariah (study kasus KOSPIN Jasa Syariah cabang Pekalongan)*. IAIN Pekalongan.
- Ronni Arianto, W. (2017). *Be A Moslempreneur: Menjadi Pengusaha Muslim yang Sukses dan Berkah* (Jakarta: Elex Media Komputindo), 112.
- Samsir, N. (2020). *Pengaruh Keandalan dan Daya Tanggap Terhadap Kepuasan Konsumen pada Pengguna Jasa di Mahakarya Photography*. UNIVERSITAS NEGERI MAKASSAR.
- Sangadji, E. M., & Sopiah, S. (2010). *Metodologi Penelitian Pendekatan Praktis dalam Penelitian*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Savitri, Y. (2022). *Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Bank BSI KCP Ratulangi Palopo)*. Institut Agama Islam Negeri Palopo.
- Setiawan, H. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan, Persepsi Nilai dan Kepercayaan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pengguna Layanan Mobile Banking. *Jurnal keuangan dan perbankan*, 20(3), 518–528.
- Shafwan, D., Qomariah, N., & Rahayu, J. (2019). The Influence of Quality of Service, Facilities and Location of Customer Satisfaction. ICOGISS, 8(5), 55.
- Shinta, A. (2011). *Manajemen Pemasaran* (Malang: UB Press), 76.
- Sitinjak, T., Durianto, D., Sugiarto, Yunarto, H., I. (2004). *Model Matriks Konsumen untuk Menciptakan Superior Customer Value* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama), 7.

- Sofya, N. D., & Heriwibowo, D. (2020). *Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking dan Tingkat Kepercayaan terhadap Kepuasan Nasabah Bank NTB Syariah Cabang Sumbawa*.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian dan Pengembangan, Research and Development untuk bidang: Pendidikan, Manajemen, Sosial, Teknik*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2019). *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sunyoto, G. (2015). *Perilaku Konsumen dan Pemasaran* (Yogyakarta: CAPS), 205.
- Suryani, T. (2017). Manajemen Strategik Bank Di Era Global: Menciptakan Nilai Unggul untuk Kepuasan Nasabah (Jakarta: Prenadamedia Group), 165.
- Suryani, T. (2017). *Perilaku konsumen di era internet: Implikasinya pada strategi pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Tjiptono, F. (2011). *Pemasaran Jasa. Jawa Timur*. Bayumedia Publishing.
- Wahyudi, Y., & Sasongko, G. (2019). Dimensi Kepercayaan dalam Usaha Pelepas Uang (Studi Kasus di Kabupaten Semarang). *Jurnal Sosial Humaniora (JSH)*, 12(1), 15–27.
- Widana, I. W., & Muliani, N. P. L. (2020). *Uji persyaratan analisis*. Klik Media.
- William, W., & Purba, T. (2020). Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Mazda Di Kota Batam. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 8(1).
- Wulansari, A. D. (2016). *Aplikasi Statistika Parametrik dalam Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Felicha.
- Zulkarnain, R., Taufik, H. E. R., & Ramdansyah, A. D. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan Nasabah sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Pt Bank Syariah Mu'amalah Cilegon). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(01), 87–110.