

**PENGARUH LAYANAN *MOBILE-BANKING*
TERHADAP KEPUASAN NASABAH**
(Studi Kasus Pada Bank NTB Syariah KC Pejanggik)

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana (S1)



Oleh:

NURUL HIDAYATULLAH
NIM. 2019B1C125

**PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI BISNIS
KONSENTRASI PERBANKAN**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM
MATARAM 2023**

LEMBAR PERSETUJUAN
PENGARUH LAYANAN *MOBILE-BANKING*
TERHADAP KEPUASAN NASABAH
(Studi Kasus Pada Bank NTB Syariah KC Pejanggik)

Oleh ;

NURUL HIDAYATULLAH
NIM.2019B1C125

Untuk Memenuhi Ujian Akhir

Pada Tanggal, 30 Juni 2023

Menyetujui

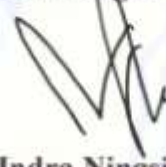
Pembimbing

Pembimbing I



Dr. Rossi Maunofa Widayat, S.IP., MA
NIDN. 0825118501

Pembimbing II



Nurul Hidayati Indra Ningsih, SE., M.M
NIDN. . 0806039101

Mengetahui,

Ketua Program Studi Administrasi Bisnis



Lulu Hendra Maniza, S.Sos., M.M.
NIDN. 0828108404

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH LAYANAN *MOBILE-BANKING*
TERHADAP KEPUASAN NASABAH**
(Studi Kasus Pada Bank NTB Syariah KC Pejanggik)

Oleh;

NURUL HIDAYATULLAH

Telah dipertahankan di depan penguji
Pada tanggal 30 Juni 2023
Dinyatakan telah memenuhi persyaratan

Tim Penguji

1. Dr. Rossi Maunofa Widayat, S.IP.,MA
NIDN. 0825118501
(.....)
Ketua
2. Nurul Hidayati Indra Ningsih, SE., M.M
NIDN. 0806039101
(.....)
Anggota I
3. Lalu Hendra Maniza, S.Sos.,M.M
NIDN. . 0828108404
(.....)
Anggota II

Mengetahui
Dekan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik

D. H. Muhammad Ali, M.Si
NIDN. 0806066801


PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, di dalam Naskah Skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik baik di UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH maupun di Perguruan Tinggi lainnya, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka. Apabila ternyata di dalam Naskah Skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia Skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang saya peroleh (SARJANA) dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU No.20 Tahun 2003, pasal 25 ayat 2 dan pasal 70).

Mataram, 13 Juli 2023

Mahasiswa,



Nurul Hidayatullah

2019B1C125



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN DAN
PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM
UPT. PERPUSTAKAAN H. LALU MUDJITAHID UMMAT

Jl. K.H.A. Dahlan No.1 Telp.(0370)633723 Fax. (0370) 641906 Kotak Pos No. 108 Mataram

Website : <http://www.lib.ummat.ac.id> E-mail : perpustakaan@ummat.ac.id

SURAT PERNYATAAN BEBAS
PLAGIARISME

Sebagai sivitas akademika Universitas Muhammadiyah Mataram, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : *Nurul Hidayatullah*
NIM : *20191310125*
Tempat/Tgl Lahir : *Tambe / 08 Januari 2001*
Program Studi : *Adm. Bisnis*
Fakultas : *FISIPOL*
No. Hp : *081 338 556 563*
Email : *Hidayatullahnurul939@gmail.com*

Dengan ini menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi/KTI/Tesis* saya yang berjudul :

*Pengaruh Layanan Mobile Banking terhadap Kepuasan Nasabah
(Studi Kasus pada Bank NTB Syariah ke Pajangjike)*

Bebas dari Plagiarisme dan bukan hasil karya orang lain. 50%

Apabila dikemudian hari ditemukan seluruh atau sebagian dari Skripsi/KTI/Tesis* tersebut terdapat indikasi plagiarisme atau bagian dari karya ilmiah milik orang lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dan disebutkan sumber secara lengkap dalam daftar pustaka, saya **bersedia menerima sanksi akademik dan/atau sanksi hukum** sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Mataram.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapapun dan untuk dipergunakan sebagai mana mestinya.

Mataram, *24 Juli*2023

Penulis



Nurul Hidayatullah
NTM. *20191310125*

Mengetahui,
Kepala UPT/Perpustakaan UMMAT



Iskandar, S.Sos., M.A.
NIDN. 0802048904



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN DAN
PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM
UPT. PERPUSTAKAAN H. LALU MUDJITAHID UMMAT

Jl. K.H.A. Dahlan No.1 Telp.(0370)633723 Fax. (0370) 641906 Kotak Pos No. 108 Mataram
Website : <http://www.lib.ummat.ac.id> E-mail : perpustakaan@ummat.ac.id

SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN
PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Sebagai sivitas akademika Universitas Muhammadiyah Mataram, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : *Nurul Hidayatullah*
NIM : *2019B1C125*
Tempat/Tgl Lahir : *Tambe / 08 - Januari 2002*
Program Studi : *Adm. Bisnis*
Fakultas : *F131POL*
No. Hp/Email : *081 330 556 563 / Hidayatullahnurul139@gmail.com*
Jenis Penelitian : Skripsi KTI Tesis

Menyatakan bahwa demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Mataram hak menyimpan, mengalih-media/format, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Repository atau media lain untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama *tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta* atas karya ilmiah saya berjudul:

*Pengaruh Layanan Mobile Banking terhadap Kepuasan Nasabah
(Studi kasus pada Bank NTB Syariah ke Pejanggit)*

Pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh. Apabila dikemudian hari terbukti ada pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah ini menjadi tanggungjawab saya pribadi.
Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya tanpa ada unsur paksaan dari pihak manapun.

Mataram, *24 Juli* 2023
Penulis

Mengetahui,
Kepala UPT. Perpustakaan UMMAT


Nurul Hidayatullah
NIM. *2019B1C125*


Iskandar, S.Sos., M.A.
NIDN. *0802048904*

MOTTO

”HAL-HAL BAIK MEMBUTUHKAN WAKTU,
NIKMATI PROSESMU DAN DAPATKAN HASIL TERBAIKMU”

(Penulis)

” HIDUP BUKAN TENTANG KECEPATAN,
MELAINKAN TENTANG ARAH”

(Kim Namjoon)



PERSEMBAHAN

SKRIPSI INI PENULIS DEDIKASIKAN SEPENUHNYA KEPADA DUA ORANG HEBAT, (ALM) BAPAK DAN IBU, TERUTAMA UNTUK IBU TERIMAKASIH ATAS PENGORBANAN, NASEHAT DAN DOA YANG TIDAK PERNAH PUTUS, SERTA ORANG-ORANG TERDEKATKU DAN UNTUK ALMAMATER HIJAU KEBANGGAANKU.

UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini tidak mungkin akan terwujud apabila tidak ada bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, melalui kesempatan ini, izinkan saya menyampaikan ucapan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Drs. Abdul Wahab, M.A. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Mataram dan jajarannya.
2. Bapak Dr. H. Muhammad Ali, M.Si. Selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram.
3. Bapak Rosi Maunofa Widayat, S.IP, MA. Selaku Wakil Dekan 1 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram.
4. Bapak Amin Saleh, S.Sos., M.I.Kom. Selaku Wakil Dekan II Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram.
5. Bapak Lalu Hendra Maniza, S.Sos., MM. selaku Kaprodi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram.
6. Terimakasih kepada seluruh jajaran TU yang telah memberikan arahan dan bantuan selama proses pengerjaan proposal skripsi.
7. Bapak Rosi Maunofa Widayat, S.IP, MA. selaku Dosen Penguji I, yang selalu sabar memberikan bimbingan selama proses konsultasi berlangsung sehingga skripsi ini dapat diselesaikan

8. Ibu Nurul Hidayati Indra Ningsih, SE., M.M. Selaku Dosen Penguji II, yang juga selalu sabar memberikan bimbingan selama proses konsultasi berlangsung, sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.
9. Kedua Orang Tua penulis, (alm) Bapak Mansyur dan Ibu Hanafiah, yang selalu memberikan kasih sayang, doa, serta nasehat. Penulis berharap dapat menjadi anak yang dapat dibanggakan.
10. Saudara penulis, Suharnas dan Julmiah, terimakasih atas doa serta dukungannya.
11. Member BTS, Kim Namjoon, Kim Seokjin, Min Yoongi, Jung Hoseok, Park Jimin, Kim Taehyung, Jeon Jungkook yang secara tidak langsung menjadi penyemangat untuk penulis.
12. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, yang telah dengan tulus dan ikhlas memberikan do'a dan dukungan hingga dapat terselesainya skripsi ini.

Mataram, 08 April 2023

Nurul Hidayatullah

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, atas taufik hidayah dan inayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul "Pengaruh Layanan *Mobile-Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Bank NTB Syariah KC Pejanggik)". Skripsi ini diajukan sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana Strata Satu (S1) pada Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram.

Penulis menyadari skripsi ini masih banyak kekurangan. Oleh karena itu, segala kritik dan saran sangat diharapkan untuk penyempurnaan penyusunan skripsi ini.

Mataram, 08 April 2023

Nurul Hidayatullah

**PENGARUH LAYANAN *MOBILE-BANKING* TERHADAP KEPUASAN
NASABAH**

(Studi Kasus Pada Bank NTB Syariah KC Pejanggik)

Nurul Hidayatullah¹ Dr. Rossi Maunofa Widayat, S.IP., MA²
Nurul Hidayati Indra Ningsih, SE., M.M³

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh layanan *Mobile-Banking* terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank NTB Syariah KC Pejanggik. Metode yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 95 responden yang menjadi nasabah Bank NTB Syariah KC Pejanggik. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner yang diisi secara langsung. Analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda. Berdasarkan hasil penelitian yang diolah menggunakan program SPSS versi 20 menunjukkan uji t yang dilakukan hasil t hitung pada variabel Keamanan Sistem *Mobile-Banking* (X_1) sebesar 0,477 dengan nilai sig. sebesar 0,634 yang berarti tidak memiliki pengaruh tetapi signifikan terhadap Kepuasan Nasabah. Sedangkan dari hasil variabel Kemudahan Penggunaan Layanan (X_2) diketahui t hitung 1,786 dengan nilai sig. 0,078 sehingga variabel ini berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Kepuasan Nasabah. Kemudian hasil t hitung dari variabel Kredibilitas Perusahaan Layanan Perbankan (X_3) sebesar 0.964 dengan nilai sig. 0,337 yang berarti memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Nasabah, dan hasil t hitung dari variabel Kecepatan Layanan *Mobile-Banking* (X_4) sebesar 4.054 dengan nilai sig. 0,000 yang berarti tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Nasabah.

Kata Kunci: Layanan, Kepuasan Nasabah, *Mobile-Banking*

THE INFLUENCE OF MOBILE BANKING SERVICES ON CUSTOMER SATISFACTION (A Case Study at Bank NTB Syariah KC Pejanggik)

Nurul Hidayatullah¹ Dr. Rossi Maunofa Widayat, S.IP., MA²
Nurul Hidayati Indra Ningsih, SE., M.M³

ABSTRACT

The objective of this research is to examine the influence of Mobile Banking services on customer satisfaction at Bank NTB Syariah KC Pejanggik. The research methodology employed is quantitative research. The sample for this study comprises 95 respondents who are customers of Bank NTB Syariah KC Pejanggik. Data were collected through direct distribution of questionnaires. The data analysis employed multiple linear regression. Based on the research findings processed using SPSS version 20, the conducted t-test on the variable of Mobile Banking System Security (X1) yielded a result of 0.477 with a significance value of 0.634, indicating that it does not have a significant influence on Customer Satisfaction. Conversely, from the analysis of the variable of Service Usability Convenience (X2), the computed t-value was 1.786 with a significance value of 0.078, demonstrating its significant influence on Customer Satisfaction. Additionally, the t-value of the variable of Banking Service Company Credibility (X3) was found to be 0.964 with a significance value of 0.337, implying a significant impact on Customer Satisfaction. However, concerning the variable of Mobile Banking Service Speed (X4), the computed t-value was 4.054 with a significance value of 0.000, indicating no significant influence on Customer Satisfaction.

Keywords: *Services, Customer Satisfaction, Mobile Banking*

MENGESAHKAN
SALINAN FOTO COPY SESUAI ASLINYA
MATARAM _____

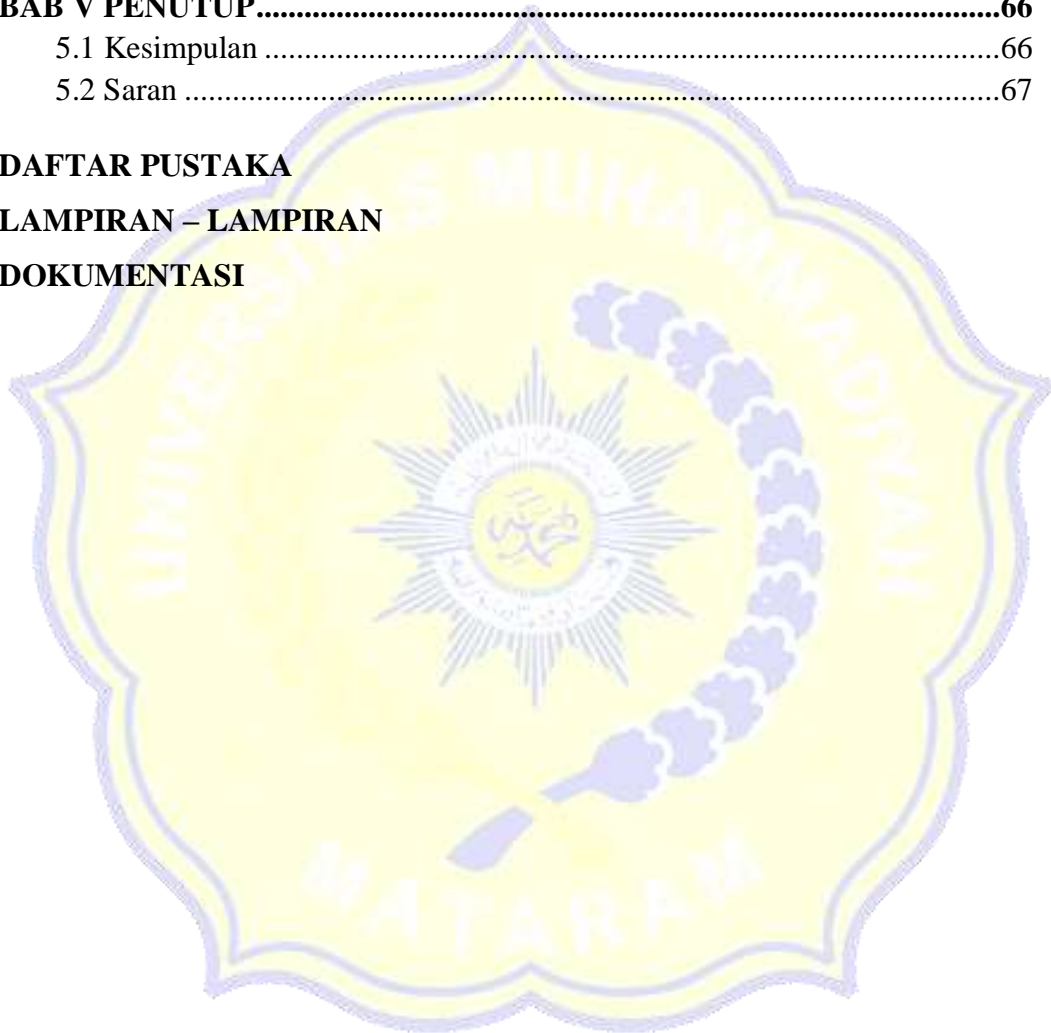


DAFTAR ISI

COVER	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
SERTIFIKAT BEBAS PLAGIASI	v
SERTIFIKAT PERSETUJUAN PPUBLIKASI	vi
MOTTO	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
UCAPAN TERIMAKASIH	ix
KATA PENGANTAR	xi
ABSTRAK	xii
SUMMARY	xiii
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Dan Manfaat Penelitian	7
1.3.1 Tujuan Peneitian	7
1.3.2 Manfaat Penelitian	8
1.4 Batasan Masalah.....	8
BAB II LANDASAN TEORI	10
2.1 Peneitian Terdahulu	10
2.2 Landasan Teori.....	13
2.2.1 Pelayanan	13
2.2.1.1 Pengertian Pelayanan	13
2.2.1.2 Indikator Pelayanan	14
2.2.2 Kepuasan.....	15
2.2.2.1 Pengertian Kepuasan Nasabah.....	15

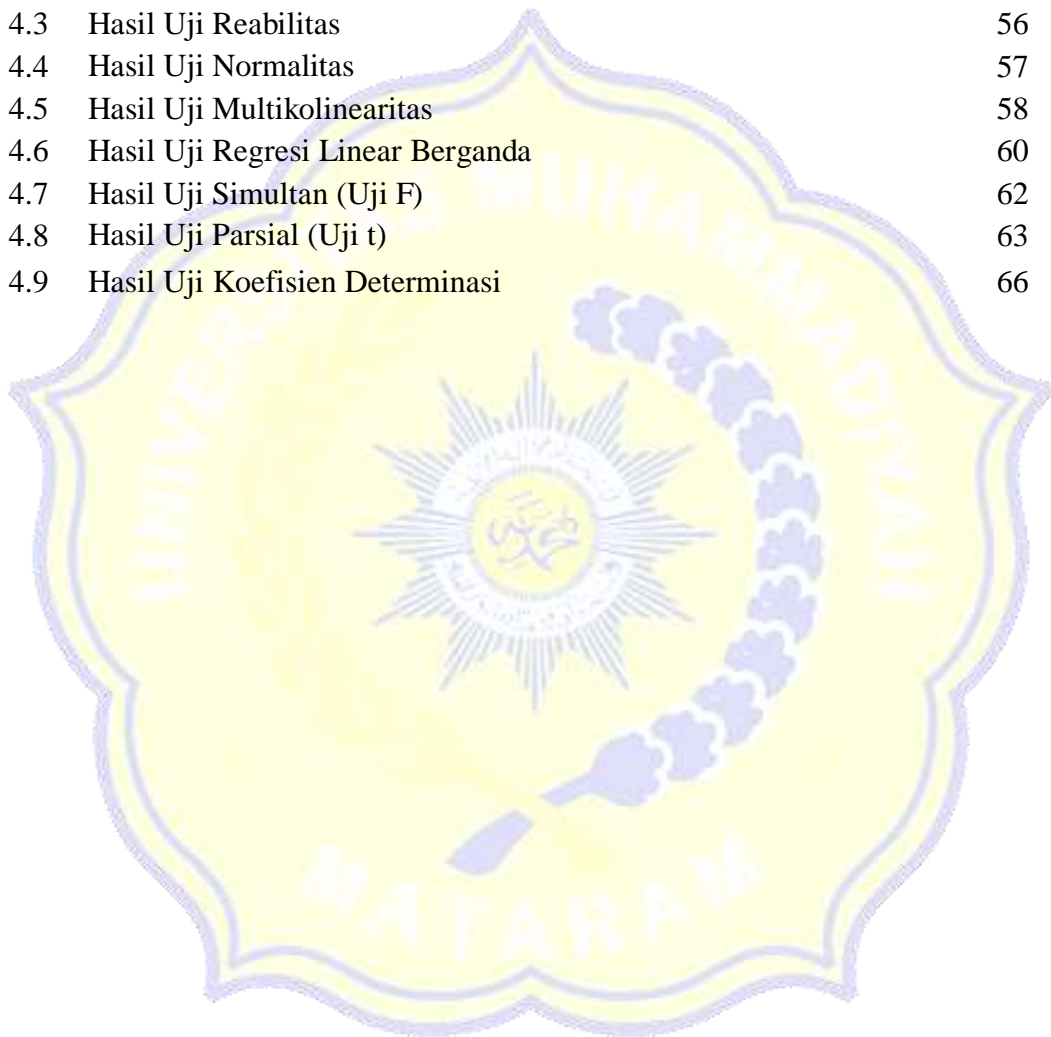
2.2.2.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah.....	16
2.2.2.3 Indikator Kepuasan Nasabah	17
2.2.3 Bank Syariah.....	18
2.2.3.1 Produk Bank Syariah	20
2.2.3.2 <i>Mobile-Banking</i>	21
2.3 Kerangka Berpikir	27
2.4 Hipotesis Penelitian.....	27
BAB III METODE PENELITIAN	29
3.1 Jenis Penelitian.....	29
3.2 Lokasi Dan waktu Penelitian	29
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	30
3.4 Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel	30
3.4.1 Populasi.....	30
3.4.2 Sampel dan Teknik Pengambilan sampel	30
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	32
3.5.1 Metode Angket.....	32
3.5.2 Metode Dokumentasi	33
3.6 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	33
3.6.1 Variabel Penelitian	33
3.6.2 DefinisiOperasional Variabel.....	34
3.7 Pengukuran Variabel.....	37
3.8 Uji Kualitas Data.....	39
3.9 Uji Asumsi Klasik	40
3.9.1 Uji Normalitas Data	40
3.9.2 Uji Multikoinearitas	40
3.9.3 Uji Heteroskedastitas	41
3.10 Teknik Analisis Data.....	42
3.10.1 Uji Regresi Berganda.....	42
3.10.2 Uji Simultan (Uji F)	42
3.10.3 Uji Parsial (Uji t).....	43
3.10.4 Koefisien Determinasi (R^2)	43
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	44
4.1 Deskripsi Lokasi Penelitian.....	44
4.1.1 Gambaran Singkat Bank NTB Syariah KC Pejanggik	44
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	48
4.1.3 Nilai Budaya PT. Bank NTB Syariah	49
4.1.4 Struktur Organisasi Bank NTB Syariah.....	50
4.2 Deskripsi Karakteristik Responden.....	50
4.3 Hasil Penelitian	52

4.3.1 Uji Validitas dan Reabilitas	52
4.3.2 Uji Asumsi Klasik	54
4.3.3 Uji Regresi Linier Berganda	60
4.3.4 Hasil Uji Simultan (Uji F).....	59
4.3.5 Hasil Uji Parsial (Uji t)	61
4.3.6 Hasil Uji Koefisien Determinasi (Uji R ²)	62
4.6 Pembahasan Hasil Penelitian	63
BAB V PENUTUP.....	66
5.1 Kesimpulan	66
5.2 Saran	67
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN – LAMPIRAN	
DOKUMENTASI	



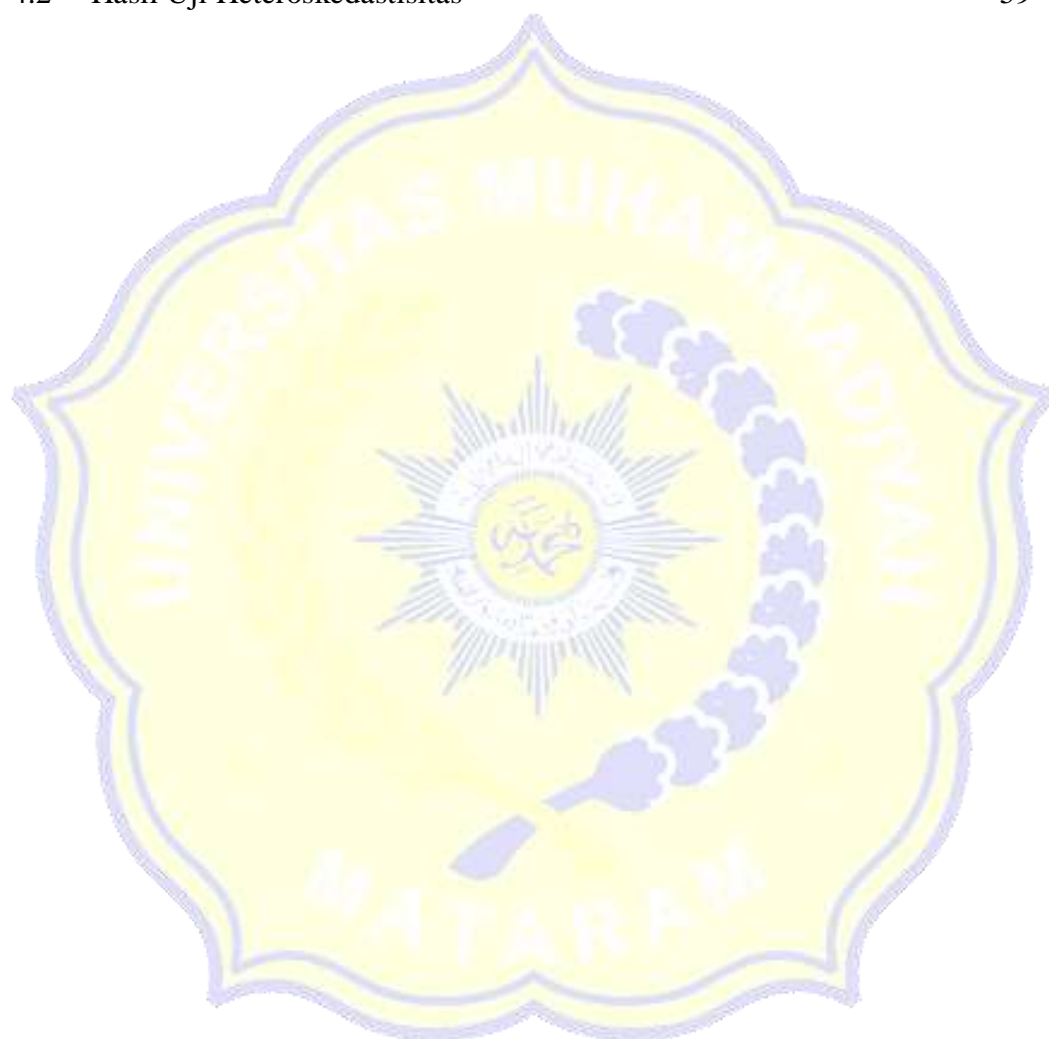
DAFTAR TABEL

NO	JUDUL	HALAMAN
3.1	Jumlah Butir Pertanyaan Dari Masing-Masing Indikator	38
4.1	Karakteristik Responden	53
4.2	Hasil Uji Validitas	54
4.3	Hasil Uji Reabilitas	56
4.4	Hasil Uji Normalitas	57
4.5	Hasil Uji Multikolinearitas	58
4.6	Hasil Uji Regresi Linear Berganda	60
4.7	Hasil Uji Simultan (Uji F)	62
4.8	Hasil Uji Parsial (Uji t)	63
4.9	Hasil Uji Koefisien Determinasi	66



DAFTAR GAMBAR

NO	JUDUL	HALAMAN
2.1	Kerangka Pemikiran Penelitian	29
4.1	Struktur Organisasi Bank NTB Syariah	52
4.2	Hasil Uji Heteroskedastisitas	59





BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sesuai UUD No. 21 Tahun 2008, bank didefinisikan sebagai organisasi komersial yang menghimpun simpanan dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan selanjutnya menyalurkannya kepada masyarakat dalam berbagai bentuk lain dengan tujuan untuk meningkatkan kualitas masyarakat secara keseluruhan. Bank umum adalah lembaga keuangan yang bergerak dalam kegiatan usaha konvensional atau berbasis syariah, menawarkan layanan yang berkaitan dengan transaksi keuangan. Sedangkan menurut UU RI Bab 1 pasal 1, Perbankan Syariah adalah segala sesuatu yang berkaitan dengan Perbankan Syariah dan Unit Usaha Syariah, termasuk lembaga, kegiatan usaha, serta cara dan proses pelaksanaan kegiatan usaha (Adelia, 2019).

Dalam kehidupan sehari-hari manusia tidak terlepas dari kegiatan transaksi menggunakan jasa Bank yaitu transfer antarbank, pembayaran tagihan kartu kredit, pembayaran kebutuhan rumah, pembayaran premi BPJS kesehatan dan asuransi, pembayaran pajak, dan layanan Bank lainnya . Transaksi tersebut membutuhkan alat untuk melakukan pembayaran berupa uang dimana antara kedua belah pihak harus bertemu secara langsung demi melakukan transaksi. Namun ternyata yang ada pada saat ini berbeda dengan dulu. Sekarang ini ada banyak layanan yang disediakan oleh Bank guna

mempermudah nasabah melakukan transaksi (Nurdin et al., 2020). Dalam dunia teknologi informasi dan komunikasi yang berkembang pesat saat ini, layanan perbankan harus lebih cepat, lebih mudah dan lebih fleksibel. Hal ini diperlukan untuk kebutuhan informasi dan komunikasi tidak hanya bagi kalangan menengah ke atas, namun bagi seluruh lapisan masyarakat khususnya industri perbankan. Dalam menjalankan usahanya, Bank harus memberikan pelayanan yang terbaik kepada nasabahnya dan harus didukung dengan fasilitas pelayanan yang mumpuni. Salah satunya adalah dengan menciptakan produk yang dapat memenuhi semua kebutuhan konsumen (Adelia, 2019). Dengan menghadirkan variasi baru dengan mengoptimalkan layanan berbasis digital seperti *Mobile-Banking*.

Secara umum *Mobile-Banking* merupakan saluran distribusi Bank untuk mengakses rekening milik nasabah melalui teknologi pengiriman data melalui telepon genggam atau *General Package Radio Service* (GPRS) dengan menggunakan telepon genggam. *Mobile-Banking* didefinisikan sebagai fasilitas untuk nasabah bank sehingga dapat melakukan kegiatan perbankan dengan lebih bebas, kapan saja, di mana saja, 24 jam sehari, tanpa harus mengunjungi cabang Anjungan Tunai Mandiri (ATM). (Faturrozhiah & Hanifuddin, 2021).

Untuk itu, fungsi *Mobile-Banking* yang disediakan oleh Bank memungkinkan nasabah untuk dengan mudah melakukan transaksi kapan saja, di mana saja. Untuk pelanggan yang sibuk, sangat merepotkan untuk menunggu dalam antrian panjang untuk pembayaran. *Mobile-Banking*

memiliki beberapa keunggulan. Singkatnya, aplikasi *Mobile-Banking* memberikan kemudahan bagi nasabah untuk melakukan transaksi perbankan seperti cek saldo, transfer uang antar dan antar bank, melakukan pembelian dan pembayaran, dan transaksi lainnya yang dapat diakses kapan saja, di mana saja. Selain itu, layanan *Mobile-Banking* juga dapat menekan biaya transaksi di dalam bank sehingga semua transaksi dapat dilakukan dengan cepat, akurat dan efisien.

Layanan *Mobile-Banking* akan dilihat dari indikator-indikator sebagai berikut, keamanan sistem *Mobile-Banking* untuk memberikan layanan yang aman untuk melakukan transaksi, kemudahan penggunaan layanan yakni kemampuan untuk memberikan layanan yang mudah dalam melakukan transaksi, kredibilitas perusahaan jasa layanan perbankan untuk meningkatkan kepercayaan nasabah pada perusahaan perbankan, kecepatan layanan *Mobile-Banking* yakni kemampuan memberikan pelayanan secara cepat (Melfi Adelia, 2020).

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan produk atau jasa yang diharapkan dengan apa yang diterima dan dirasakan. Kepuasan merupakan faktor penting bagi keberlangsungan bisnis suatu institusi. Dalam perbankan, nasabah dikatakan senang jika tidak keluar dari bank (Fitroh, 2021). Kepuasan nasabah tidak hanya membawa keuntungan jangka pendek, tetapi dapat membawa keuntungan jangka panjang, sehingga menjadi keunggulan kompetitif bagi bank itu sendiri. Jika nasabah secara konsisten merasa bahwa layanan yang

diberikan oleh banknya melebihi harapan mereka, itu berarti mereka cenderung untuk beralih ke bank lain. Nasabah cenderung menggunakan kembali bank yang memberikan pelayanan yang memuaskan, biasanya mempromosikan jasanya kepada calon nasabah baru dan secara tidak langsung membantu nasabah tersebut untuk mempromosikan lembaga perbankan terkait.

Bank NTB Syariah adalah Bank milik Pemerintah Propinsi Nusa Tenggara Barat bersama-sama dengan Pemerintah Kota/Kabupaten se-Nusa Tenggara Barat. Bank NTB Syariah merupakan salah satu perbankan yang meluncurkan aplikasi *Mobile-Banking* yang di dalamnya terdapat banyak fitur antara lain, terdapat fitur *biometrik* dimana untuk membuka aplikasi hanya menggunakan sidik jari, sehingga nasabah tidak perlu repot untuk menghafal PIN. Sudah tersedia menu pembayaran QRIS yang dapat digunakan untuk berbelanja di tempat-tempat yang sudah menyediakan layanan pembayaran QRIS tanpa harus menggunakan ATM sehingga tidak perlu takut jika lupa membawa uang *cash* saat berbelanja.

Fitur untuk mengecek saldo rekening tidak perlu menggunakan PIN karena langsung terdapat di menu bar dan juga terdapat fitur untuk mengecek mutasi rekening selama 1 bulan terakhir, transfer antar Bank maupun sesama Bank NTB, pembayaran, pembelian, dompet digital, ZISWAF (Zis dan Wakaf), fitur islami dan fitur lainnya (KOMINFO, 2022). Fitur *Mobile-Banking* yang ada diharapkan semakin memudahkan dan menguntungkan untuk meningkatkan Kepuasan Nasabah.

Layanan aplikasi *Mobile-Banking* sudah banyak diluncurkan oleh berbagai perbankan syariah seperti Bank Muamalat, tetapi diantara aplikasi yang diluncurkan memiliki persamaan maupun perbedaan pada fitur yang dimiliki contohnya pada Bank Muamalat, Muamalat DIN adalah aplikasi layanan *Mobile-Banking* Bank Muamalat yang tersedia untuk semua pengguna, baik nasabah maupun non nasabah, dan dapat diakses kapan saja dan dari mana saja. Muamalat DIN menawarkan beberapa fitur yang patut diperhatikan, antara lain Fitur Finansial yang memungkinkan nasabah melakukan transaksi keuangan dari jarak jauh, tanpa perlu mengunjungi bank secara fisik.

Informasi produk dan layanan perbankan Muamalat dilengkapi dengan fitur non-keuangan yang memudahkan pengguna dalam mengakses berbagai produk perbankan, lokasi ATM dan kantor cabang, konten Islami seperti kalkulator zakat, arah kiblat dan jadwal sholat. Selain itu, layanan "hubungi kami" disediakan untuk memungkinkan pengguna berkomunikasi dengan mudah dengan bank. Karakteristik penting tambahan yang diidentifikasi dalam Muamalat DIN. Bank Muamalat telah menerapkan kemampuan login biometrik, yang memungkinkan nasabah mengakses akun mereka menggunakan sidik jari, yang lebih nyaman dan aman. Selain itu, bank telah memperkenalkan tampilan portofolio tunggal, yang memungkinkan nasabah untuk melihat ringkasan komprehensif dari keseluruhan portofolio mereka di satu tempat, menyederhanakan pengalaman pengguna. Terakhir, bank telah memperkenalkan fitur smart transfer yang memungkinkan nasabah

untuk menyimpan nomor rekening yang sering digunakan sehingga proses transfer menjadi lebih efisien dan praktis. Muamalat DIN dilengkapi dengan langkah-langkah keamanan yang ditingkatkan untuk memastikan perlindungan data pelanggan (Purwanti, 2022).

Menurut Gerrard dan Barton Cunningham (2003), kapasitas untuk memenuhi kebutuhan pengguna yang kreatif dengan menawarkan fungsionalitas yang beragam merupakan elemen penting dalam meningkatkan kenyamanan dan kepuasan pengguna. Agar tetap bertahan di era perbankan elektronik, lembaga keuangan harus mengamankan loyalitas dan kepuasan pelanggan dengan menawarkan fitur produk unggulan dan keunggulan layanan. Menurut penelitian Poon (2008), inovasi dalam fitur produk telah diidentifikasi sebagai kontributor yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Tingkat kepuasan yang dialami pelanggan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kemungkinan mereka untuk terus menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan. Kepuasan pelanggan dapat tercapai bila penilaian pemanfaatan suatu produk atau jasa dianggap berkualitas unggul. Dalam industri perbankan, manajemen kualitas layanan yang efektif sangat penting untuk mencapai kepuasan dan kepercayaan pelanggan (David, 2022). Kepuasan pelanggan merupakan faktor penting yang dapat secara signifikan mempengaruhi kinerja perusahaan baik dalam waktu dekat maupun jauh di masa depan. Jika pelayanan dan fasilitas bank melebihi harapan nasabah, kecil kemungkinan mereka akan beralih ke bank lain. Ada kemungkinan bahwa

nasabah akan menunjukkan kecenderungan untuk kembali menggunakan produk dan layanan perbankan yang dianggap memiliki kemampuan untuk memberikan layanan yang memuaskan, hal tersebut dilakukan dalam upaya mencapai kepuasan nasabah (Hernandez, 2022).

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh Layanan *Mobile-Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Bank NTB Syariah KC Pejanggik)" karena sangat penting sekali untuk mengetahui sejauh mana persepsi nasabah terhadap layanan *Mobile-Banking* dan apakah dengan adanya layanan ini akan mendatangkan keuntungan bagi nasabah.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas maka, yang menjadi permasalahan pokok dalam penelitian ini yaitu:

1. Apakah Keamanan Sistem Mobile-Benking Berpengaruh Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank NTB Syariah KC Pejanggik.
2. Apakah Kemudahan Penggunaan Layanan Berpengaruh Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank NTB Syariah KC Pejanggik.
3. Apakah Kredibilitas Perusahaan Jasa Layanan Perbankan Berpengaruh Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank NTB Syariah KC Pejanggik.
4. Apakah Kecepatan Layanan *Mobile-Banking* Berpengaruh Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank NTB Syariah KC Pejanggik.

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

1. Untuk Mengetahui Pengaruh Keamanan Sistem Mobile-Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank NTB Syariah KC Pejanggik.
2. Untuk Mengetahui Pengaruh Kemudahan Penggunaan Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank NTB Syariah KC Pejanggik.
3. Untuk Mengetahui Pengaruh Kredibilitas Perusahaan Jasa Layanan Perbankan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank NTB Syariah KC Pejanggik.
4. Untuk Mengetahui Pengaruh Kecepatan Layanan *Mobile-Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank NTB Syariah KC Pejanggik.

1.3.2 Manfaat Penelitian

1. Bagi Peneliti

Diharapkan penelitian ini dapat menambah wawasan dan pengetahuan penulis tentang pengaruh layanan *Mobile-Banking* terhadap Kepuasan Nasabah Bank NTB Syariah KC Pejanggik.

2. Bagi perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pemikiran dan masukan bagi Bank NTB Syariah KC Pejanggik untuk meningkatkan kualitas pelayanannya.

3. Bagi perguruan tinggi dan akademis

Untuk memperkaya informasi sehingga dapat menjadi referensi dan bahan dasar bagi mahasiswa yang melakukan penelitian tentang

dampak layanan *Mobile-Banking*.

1.4 Batasan Masalah

Batasan masalah dalam penelitian ini ditentukan berdasarkan latar belakang masalah dan identifikasi masalah yang diberikan. Investigasi ini semata-mata mengkaji dampak layanan *Mobile-Banking*, yang meliputi Kemudahan Penggunaan Layanan, Keamanan Sistem *Mobile-Banking*, Kredibilitas Perusahaan Jasa Perbankan, dan Kecepatan Layanan *Mobile-Banking*. Penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki dampak layanan *Mobile-Banking* terhadap kepuasan nasabah dalam industri perbankan. (Studi Kasus Pada Bank NTB Syariah KC Pejanggik).



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

1. Fitroh Abdul Malik (2021) dengan judul “Pengaruh Layanan *Mobile-Banking* Terhadap Tingkat Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah (Studi Pada PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Fatmawati Jakarta Selatan)“, Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menilai tingkat kepuasan nasabah terhadap layanan *Mobile-Banking* dan untuk mengetahui sejauh mana loyalitas nasabah dipengaruhi oleh penggunaan *Mobile-Banking*. Kajian ini bertujuan untuk meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan oleh Kantor Cabang Fatmawati bank BNI Syariah dengan memanfaatkannya sebagai studi kasus. Investigasi ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan model regresi linier. Pengumpulan data dilakukan melalui media kuesioner yang diberikan kepada sampel sebanyak 100 partisipan. Variabel yang diteliti dalam penelitian ini adalah kepuasan pelanggan.

Penelitian ini menguji Reliability, Assurance, Empathy, Tangible, Responsiveness, dan Efficiency (*Mobile-Banking*) sebagai variabel independen. Perangkat lunak SPSS 2.4 digunakan.

Hasil investigasi ini menunjukkan bahwa layanan *Mobile-Banking* memberikan dampak yang kuat terhadap kepuasan nasabah, yang dibuktikan dengan nilai R sebesar 0,658 (setara dengan 65,8%) dan skor

nasabah sebesar 74,673, yang melebihi nilai f tabel sebesar 3,94. Nilai F_{hitung} yang diperoleh sebesar 74,673 melebihi nilai F_{tabel} kritis sebesar 3,94, dan tingkat signifikansi yang dihasilkan sebesar 0,000 lebih kecil dari tingkat α yang telah ditentukan sebesar 0,05. Bukti empiris menunjukkan bahwa Layanan *Mobile-Banking* menunjukkan dampak yang terbatas pada loyalitas pelanggan, seperti yang ditunjukkan oleh nilai R sebesar 0,296 (29,6%) dan F_{tabel} sebesar 3,94, yang menghasilkan nilai yang sesuai sebesar 9,395. Nilai F_{hitung} yang diperoleh sebesar 9,395 lebih besar dari nilai F_{tabel} kritis sebesar 3,94, dan tingkat signifikansi hitung sebesar 0,003 lebih kecil dari tingkat α yang telah ditentukan sebesar 0,05.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan secara statistik tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas, dibuktikan dengan nilai 0,079 yang melebihi ambang batas 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak ada hubungan langsung antara kepuasan dan loyalitas.

2. Selvia Yesta Utami (2019) dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Perusahaan Seluler Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Metro)“, Studi ini berupaya untuk menjawab pertanyaan apakah kualitas layanan yang diberikan oleh perusahaan seluler memiliki dampak yang signifikan terhadap tingkat kepuasan konsumen di kalangan mahasiswa yang terdaftar di Jurusan Ekonomi Islam di IAIN Metro. Investigasi ini menggunakan pendekatan

kuantitatif, yang memerlukan pemanfaatan data statistik dalam bentuk numerik untuk tujuan perhitungan. Studi ini mengajukan hipotesis yang mendalilkan korelasi antara kualitas layanan yang diberikan oleh perusahaan seluler dan tingkat kepuasan yang dialami oleh konsumen. Penelitian ini melibatkan sampel 86 siswa yang menggunakan kartu seluler bermerek Indosat, Telkomsel, Axis, dan Tri. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Purposive Sampling. Penelitian ini menggunakan berbagai alat analisis data, termasuk uji validitas dan reliabilitas, serta teknik pengujian hipotesis seperti analisis regresi linier sederhana dan uji-t. Hasil penelitian yang menggunakan analisis regresi linier sederhana dan uji t menunjukkan bahwa koefisien regresi (X) untuk kualitas pelayanan sebesar 0,613. Hasil analisis menunjukkan koefisien regresi positif, menunjukkan hubungan langsung antara kualitas layanan dan kepuasan konsumen dengan perusahaan seluler, dimana peningkatan kualitas layanan mengarah pada peningkatan kepuasan konsumen. Hasil uji t menunjukkan bahwa nilai t hitung melebihi nilai t kritis ($4,839 > 1,988$), sehingga hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_a) diterima. Setelah menerima hipotesis alternatif, dapat dikemukakan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara variabel kualitas layanan (X) dan kepuasan pelanggan (Y).

3. Yogi Yuliansyah (2017) dengan judul “Analisis Pengaruh Layanan *Mobile-Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Kaliurang Yogyakarta“, Tujuan dari penelitian

ini adalah untuk menilai tingkat kepuasan nasabah terhadap layanan m-banking yang ditawarkan di kantor cabang pembantu Kaliurang Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data primer melalui pemberian kuesioner. Pengambilan sampel non-probabilitas digunakan, khususnya menggunakan metode pengambilan sampel Slovin. Partisipan investigasi ini adalah nasabah BSM yang memanfaatkan layanan *Mobile-Banking* di kantor cabang pembantu yang berlokasi di Kaliurang Yogyakarta. Metodologi yang digunakan untuk analisis data adalah regresi linier berganda. Penelitian ini menggunakan pengujian hipotesis melalui penggunaan uji-t untuk mengevaluasi koefisien regresi parsial, bersama dengan uji-f untuk menilai dampak kolektif pada tingkat signifikan 5%. Selanjutnya pengujian dilakukan dengan menggunakan pengujian asumsi konvensional yang meliputi penilaian multikolinearitas, heteroskedastisitas, dan normalitas, melalui penggunaan SPSS. Temuan uji-t menunjukkan bahwa variabel keamanan seluler, kemampuan akses, dan kondisi fasilitas memberikan pengaruh yang signifikan dan positif secara statistik terhadap kepuasan pelanggan. Adanya variabel biaya tambahan ternyata berdampak negatif terhadap tingkat kepuasan pelanggan.

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Pelayanan

2.2.1.1 Pengertian Pelayanan

Layanan adalah aktivitas yang diberikan oleh perusahaan atau

individu kepada konsumen yang tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki oleh interaksi langsung antara seseorang dan orang lain atau mesin fisik dan yang memberikan kepuasan kepada pelanggan (Suhartanto dkk, 2017:38). Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) memberikan pengertian pelayanan sebagai usaha untuk memenuhi kebutuhan orang lain, sedangkan melayani adalah perbuatan membantu dalam penyiapan dan pemeliharaan kebutuhan seseorang. (Subagio, 2010:244).

Pelayanan adalah perasaan menyenangkan yang diberikan kepada orang lain, disertai dengan keramahan dan kemudahan tanggap terhadap kebutuhannya. Layanan disediakan sebagai tindakan atau perilaku seseorang atau perusahaan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan (Kasmir, 2005:15).

Dari definisi tersebut timbul akibat bahwa setiap perusahaan harus mampu bersaing dan menghasilkan barang dan jasa sesuai dengan kebutuhan dan harapan konsumen. Konsumen atau pelanggan adalah orang atau pihak yang kebutuhannya terpenuhi, sehingga dalam keadaan tertentu siapa saja dapat menjadi pelanggan.

Pelanggan adalah agen dinamis yang sangat dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal. Reaksi dan perilaku pelanggan muncul dari harapan mereka terhadap rangsangan, baik di dalam maupun di luar diri mereka, untuk memenuhi kebutuhan dan tuntutan mereka (Lumpiyoadi, 2001).

2.2.1.2 Indikator Layanan *Mobile-Banking*

Menurut Melfi Adela (2020), pelayanan *Mobile-Banking* akan dilihat dari indikator-indikator sebagai berikut:

1) Keamanan Sistem *Mobile-Banking* (X_1)

Keamanan sistem *Mobile-Banking* adalah kemampuannya untuk memberikan layanan yang aman untuk melakukan transaksi.

2) Kemudahan Penggunaan Layanan (X_2)

Konsep kemudahan penggunaan layanan berkaitan dengan kapasitas untuk menawarkan layanan yang dicirikan oleh kesederhanaan transaksional.

3) Kredibilitas Perusahaan Jasa Layanan Perbankan (X_3)

Kredibilitas, atau perilaku karyawan, dapat meningkatkan kepercayaan nasabah pada perusahaan perbankan.

4) Kecepatan Layanan *Mobile-Banking* (X_4)

Kecepatan Layanan *Mobile-Banking* yakni kemampuan memberikan pelayanan secara cepat.

2.2.2 Kepuasan

2.2.2.1 Pengertian Kepuasan Nasabah

Tujuan utama dari setiap perusahaan jasa adalah untuk menciptakan kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan adalah evaluasi apakah suatu produk atau layanan berkinerja seperti yang diharapkan. Pencapaian konsumen dan kepuasan pelanggan didasarkan pada kesesuaian antara persepsi mendasar konsumen atau pelanggan tentang

kinerja produk atau layanan dan kinerja produk yang diantisipasi. (Priansa, 2016).

Kunci untuk mempertahankan pelanggan adalah memberikan kepuasan melalui pelayanan prima. Pelanggan yang puas biasanya tetap setia menggunakan produk kita dalam jangka panjang dan menyebarkan opini positif tentang kita dan produk kita kepada orang lain. Dengan kata lain, kepuasan dan kegembiraan pelanggan di perusahaan menciptakan ikatan emosional yang kuat di antara mereka (Kotler, 2010:70).

Berdasarkan penjelasan di atas, dapat dipahami bahwa kepuasan konsumen atau pelanggan tergantung pada persepsi yang dirasakan oleh masing-masing individu. Kepuasan setiap pelanggan dan kepuasan pelanggan tidaklah sama. Namun secara umum kepuasan pelanggan dapat dihasilkan dari produk yang berkualitas, harga yang ditawarkan sesuai dengan pelanggan, kualitas pelayanan dan kenyamanan pelanggan dalam memperoleh produk tersebut.

2.2.2.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah

Secara umum, pelanggan dipengaruhi oleh faktor ekonomi produk ketika mereka mengambil produk. Selain faktor ekonomi, pelanggan juga dimotivasi oleh beberapa faktor seperti:

1) Produk

Memberikan layanan produk yang unggul dan memenuhi preferensi dan harapan konsumen.

2) Harga

Harga adalah bagian khusus produk yang mencerminkan kualitas produk.

3) Promosi

Upaya mengkomunikasikan manfaat produk dan jasa tersebut kepada konsumen.

4) Lokasi

Lokasi adalah bagian dari atribut perusahaan berupa lokasi perusahaan dan konsumen atau pelanggan.

5) Layanan Dan Fasilitas

Umumnya, ketika melayani pelanggan, mereka menginginkan layanan yang cepat dan akurat. Dalam banyak kasus, harga layanan perbankan tidak menjadi masalah bagi nasabah untuk mendapatkan layanan yang memuaskan. Hal ini karena bank memiliki fasilitas yang memadai dan canggih.

6) Suasana

Suasana menjadi faktor pendukung, karena jika suatu perusahaan tampil impresif, konsumen akan puas dengan dirinya sendiri. (Priansa, 2016:210).

Kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan tergantung pada respon perusahaan terhadap harapan pelanggan. Respon terhadap produk atau jasa itu sendiri dipengaruhi oleh pengalaman pelanggan ketika mencoba produk atau menerima jasa tersebut. Oleh karena itu, jika kualitas barang

yang dikonsumsi atau pelayanan yang diperoleh baik, maka pelanggan akan merespon dengan baik dan akan lebih puas di kemudian hari.

2.2.2.3 Indikator Kepuasan Nasabah

Indikator kepuasan pelanggan. Indikator kepuasan pelanggan mengacu pada tingkat kepuasan yang dialami pelanggan setelah membandingkan layanan atau produk yang diterima dengan harapan awal mereka. Biasanya, klien yang puas dengan nilai yang dirasakan dari produk atau layanan tertentu cenderung menunjukkan loyalitas dan mempertahankan patronase mereka dalam jangka waktu lama.

Irwan (2008) mengemukakan bahwa berbagai faktor mempengaruhi indikator kepuasan pelanggan. Faktor-faktor ini termasuk tetapi tidak terbatas pada:

- 1) Fenomena kepuasan pelanggan berkaitan dengan keadaan emosional kepuasan atau ketidakpuasan yang dialami pelanggan setelah menerima produk dan layanan berkualitas tinggi dari suatu perusahaan. Ini mencakup ekspresi umpan balik positif atau negatif mengenai tingkat kepuasan dengan penawaran perusahaan.
- 2) Dianjurkan untuk membeli produk yang memenuhi harapan pelanggan, karena ini akan memastikan penggunaan dan loyalitas mereka yang berkelanjutan terhadap produk tersebut.
- 3) Pelanggan yang memiliki pengalaman positif dengan produk atau layanan cenderung terlibat dalam pemasaran dari mulut ke mulut dengan merekomendasikannya kepada orang lain. Hal ini dapat

mengakibatkan pelanggan baru tertarik pada perusahaan berdasarkan umpan balik positif yang diberikan oleh pelanggan yang sudah ada.

- 4) Sejauh mana harapan pasca pembelian pelanggan terpenuhi, khususnya dalam hal kualitas produk atau layanan, disebut sebagai pemenuhan harapan pelanggan.

2.2.3 Bank Syariah

1. Pengertian Bank Syariah

Bank syariah merupakan lembaga keuangan yang mengaku menganut prinsip melarang riba dan tidak menganjurkan nasabah melakukan perbuatan maksiat melalui tabungannya, sebagaimana dinyatakan oleh UUPS (2008: 21). Bank Islam adalah lembaga keuangan yang beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip Islam yang bersumber dari Al-Qur'an, Sunnah, dan hadits.

2. Tujuan Bank Syariah

Bank syariah telah menetapkan tujuan tertentu yang ingin mereka capai pada saat pendirian dan kemunculannya. Tujuan tersebut meliputi:

- 1) Meningkatkan kualitas hidup dan memperbesar potensi masyarakat menengah ke bawah untuk mendirikan badan usaha yang dapat memberikan kontribusi bagi stabilitas keuangan rumah tangganya.
- 2) Dianjurkan untuk mencegah umat Islam terlibat dalam riba, yang biasa dilakukan oleh bank konvensional yang memiliki dana riba

dalam jumlah besar dan terlibat dalam kemitraan yang bertujuan untuk melipatgandakan keuntungan moneter.

3) Disarankan untuk menahan diri dari menyimpan niat jahat untuk mencapai kesuksesan finansial melalui pengelolaan aliran uang di Indonesia.

4) Sudarsono (2008) menyarankan merancang langkah-langkah yang adil dan tidak memihak untuk mengalokasikan sumber daya kepada individu atau kelompok kaya dengan sarana keuangan yang substansial, sementara secara bersamaan mengecualikan mereka yang memiliki sumber keuangan terbatas.

3. Karakteristik Bank Syariah

Karakteristik dari pemanfaatan Bank Syariah yang ada di Indonesia, antara lain:

- 1) Agar transaksi dapat terjadi, saling pengertian antara pihak-pihak yang terlibat sangat penting.
- 2) Transaksi yang dilakukan dianggap diperbolehkan menurut hukum Islam.
- 3) Dalam ranah hukum, mata uang berfungsi sebagai alat transaksi yang diterima, bukan komoditas fisik.
- 4) Dengan tidak adanya riba.
- 5) Menanamkan nilai-nilai pemerataan, kebersihan, integritas, dan hubungan kekeluargaan.

4. Prinsip-Prinsip Operasional Bank Syariah

Bank syariah diharuskan untuk mematuhi seperangkat prinsip yang merupakan bagian integral dari operasi mereka. Prinsip-prinsip ini harus diinternalisasi dan diikuti oleh lembaga keuangan untuk menjaga kepatuhan.

- 1) Pengelolaan tabungan tanpa riba dan berciri orisinalitas.
- 2) Sistem bagi hasil merupakan mekanisme yang diterapkan untuk menjamin pemerataan tabungan.
- 3) Tindakan pembelian dan penjual melibatkan pertukaran barang atau jasa dengan harga yang telah dibahas sebelumnya dan disepakati oleh kedua belah pihak.
- 4) Praktek persewaan barang meliputi pemberian barang kepada perorangan yang memerlukan barang tersebut untuk sementara waktu, dengan pembayaran dilakukan menurut perjanjian yang telah ditentukan sebelumnya.
- 5) Biaya mengacu pada kompensasi moneter yang diberikan sebagai imbalan atas layanan atau barang yang dianggap bermanfaat bagi kesejahteraan individu. Konsep ini dapat dianalisis dari berbagai perspektif dan mudah dipahami.

2.2.3.1 Produk Bank Syariah

Produk perbankan syariah dapat dibagi menjadi 3 (Tiga) bagian, antara lain:

- 1) Penyaluran Dana Pada Nasabah

Secara umum, produk keuangan syariah diklasifikasikan ke dalam

tiga kategori berbeda yang dibedakan berdasarkan tujuan penggunaannya. Kategori tersebut meliputi: (1) transaksi pembiayaan yang ditujukan untuk perolehan barang yang dilakukan berdasarkan prinsip jual beli; (2) transaksi pembiayaan yang ditujukan untuk pengadaan jasa yang dilaksanakan berdasarkan prinsip sewa guna usaha; dan (3) transaksi pembiayaan yang ditujukan untuk usaha patungan yang ditujukan untuk perolehan barang dan jasa secara bersamaan, yang dilaksanakan dengan prinsip bagi hasil.

2) Produk Penghimpun Dana

Bank syariah menawarkan berbagai produk dana, termasuk giro, tabungan, dan deposito berjangka. Prinsip wadiah dan mudharabah digunakan dalam penghimpunan dana masyarakat sesuai juklak syariah. Produk perbankan terkait dengan pemberian layanan kepada nasabah.

3) Produk Jasa Perbankan

Bank syariah menawarkan berbagai produk dana, termasuk giro, tabungan, dan deposito berjangka. Prinsip wadiah dan mudharabah digunakan dalam penghimpunan dana masyarakat sesuai juklak syariah. Produk perbankan terkait dengan pemberian layanan kepada nasabah.

1. Sharf atau disebut juga Jual Beli Valuta Asing adalah transaksi jual beli mata uang yang tidak sejenis, tetapi dilakukan secara

bersamaan (spot). Lembaga keuangan memanfaatkan fasilitas pembelian dan penjual.

2. Konsep Ijarah, juga dikenal sebagai sewa, adalah praktik umum dalam keuangan Islam. Ini melibatkan perjanjian kontraktual antara dua pihak Usaha Ijarah saat ini berkaitan dengan penyewaan kotak penyimpanan yang aman untuk penyimpanan dan penyediaan jasa manajemen administrasi dokumen sebagai kustodian. Dalam hal ini, bank menerima biaya sewa untuk layanan tersebut di atas..

2.2.3.2 *Mobile-Banking*

Mobile-Banking yaitu Penyediaan layanan perbankan melalui aplikasi telepon seluler memudahkan transaksi perbankan bagi nasabah. (Nurastuti, 2011:18). Dengan hadirnya layanan *Mobile-Banking* dan *handphone*, transaksi bank yang sebelumnya dilakukan secara manual dan operasional yang harus dilakukan nasabah secara langsung ke bank kini dapat dilakukan melalui *handphone*.

a. Manfaat Penerapan *Mobile-Banking*

Ada 5 (Lima) manfaat yang dapat diperoleh dari penggunaan *Mobile-Banking*, antara lain:

1. Mudah

Dalam hal perbankan langsung, tidak perlu langsung ke bank kecuali saat mendaftarkan nomor ponsel Anda.

2. Praktis

Semua nasabah dapat melakukan transaksi perbankan secara langsung melalui ponsel mereka kapan saja, di mana saja.

3. Keamanan

Mobile-Banking dilengkapi dengan sistem proteksi maksimal yang terprogram secara otomatis sejak registrasi. Selain menggunakan pin yang dapat dipilih dan nomor ponsel yang terdaftar.

4. Penggunaan yang ramah

Mobile-Banking dirancang agar mudah digunakan oleh semua orang, memungkinkan nasabah untuk memilih jenis transaksi dari menu yang tersedia tanpa harus mengingat kode transaksi yang ingin dilakukan.

5. Kenyamanan

Pelanggan seperti memiliki ATM di tangan mereka. Pasaunya, berbagai transaksi yang biasa dilakukan di ATM kini dapat dilakukan melalui *Mobile-Banking*, antara lain cek saldo, transfer antar bank dan antar bank, dll, kecuali tarik tunai.

Membangkitkan kepuasan pelanggan adalah tentang menciptakan hubungan yang harmonis antara perusahaan dan pelanggannya, memberikan dasar yang baik untuk digunakan kembali, menciptakan loyalitas pelanggan, membentuk rekomendasi dari mulut ke mulut, meningkatkan reputasi perusahaan, dan keuntungan perusahaan mengalami peningkatan.

b. Faktor yang Mempengaruhi Sikap Terhadap Mobile-Banking

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi sikap konsumen pada penggunaan *Mobile-Banking*, antara lain:

1. Keamanan sistem *Mobile-Banking*

Nasabah mengutamakan keamanan sistem transaksi keuangan online dalam memanfaatkan layanan *Mobile-Banking*.

2. Kemudahan penggunaan layanan

Salah satu faktor penentu yang mempengaruhi adopsi layanan *Mobile-Banking* oleh nasabah adalah tingkat kenyamanan terkait dengan akses sistem layanan online.

3. Privasi pengguna

Pelanggan menginginkan privasi yang tinggi dalam sistem layanan transaksi keuangan online. Pelanggan tidak ingin datanya diketahui atau sengaja disebarluaskan oleh perusahaan. Oleh karena itu, privasi pengguna menjadi salah satu faktor penentu ketika nasabah menggunakan layanan *Mobile-Banking*.

4. Keandalan layanan

Transaksi keuangan online menawarkan manfaat akses tak terbatas. Bisnis yang mampu memberikan layanan sepanjang waktu, tanpa kendala waktu, cenderung lebih menarik bagi pelanggannya.

5. Kredibilitas perusahaan jasa layanan perbankan

Kredibilitas perusahaan penyedia layanan menjadi faktor penentu adopsi layanan *Mobile-Banking* oleh nasabah. Pelanggan yang menggunakan layanan *Mobile-Banking* cenderung menganggap perusahaan yang dapat diandalkan lebih menarik.

6. Kecepatan Layanan *Mobile-Banking*

Pelanggan kontemporer menunjukkan persyaratan dan harapan yang rumit dari penyedia layanan perbankan digital mereka. Persyaratan penting yang memerlukan pemenuhan adalah kecepatan konektivitas platform *Mobile-Banking*. Perbedaan tersebut tidak terlihat pada infrastruktur perbankan, melainkan pada penyedia layanan yang digunakan oleh konsumen. Penyedia jaringan bergantung pada kekuatan sinyal jaringan mereka, dan tidak jarang kesalahan koneksi muncul di area yang terletak jauh dari jangkauan sinyal. (Bank Rakyat Indonesia, 2010:62).

Mengingat beberapa faktor yang mempengaruhi sikap nasabah di atas, bank harus mengevaluasi layanan *Mobile-Banking* mereka untuk mencapai kepuasan nasabah.

c. Dampak Penggunaan *Mobile-Banking*

Menurut Harish (2017:17), penggunaan *Mobile-Banking* dapat menimbulkan dampak positif baik terhadap bank itu sendiri maupun bagi nasabah, antara lain:

1. Bank

Keunggulannya terletak pada potensi peningkatan basis nasabah dan terbangunnya kepercayaan nasabah terhadap Bank.

2. Nasabah

Mobile-Banking memfasilitasi transaksi perbankan yang nyaman dan informasi saldo bagi nasabah, sehingga meningkatkan kualitas layanan yang diberikan oleh bank. Layanan ini memungkinkan nasabah untuk melakukan transaksi dan cek saldo kapan saja dan di mana saja, tanpa batasan ruang dan waktu.

Karakteristik *Mobile-Banking* yang tidak rumit memfasilitasi pemahaman dan penggunaan melalui perangkat seluler. *Mobile-Banking* memungkinkan bank untuk membangun koneksi yang lebih dekat dengan pelanggan mereka dan meningkatkan aksesibilitas kepada mereka.

d. Kekurangan Layanan *Mobile-Banking*

Terdapat 4 (Empat) resiko spesifik yang terkait dengan penggunaan *Mobile-Banking*, antara lain:

1. *Transaction atau Operations Risk*, dimana terjadi penipuan, kesalahan pemrosesan, kegagalan sistem, atau aktivitas tak terduga yang mengakibatkan kerugian bagi kami dan pelanggan kami.
2. *Reputation Risk*, dimana reputasi erat kaitannya dengan citra

perusahaan Bank itu sendiri jika layanan *Mobile-Banking* tidak berjalan dengan baik.

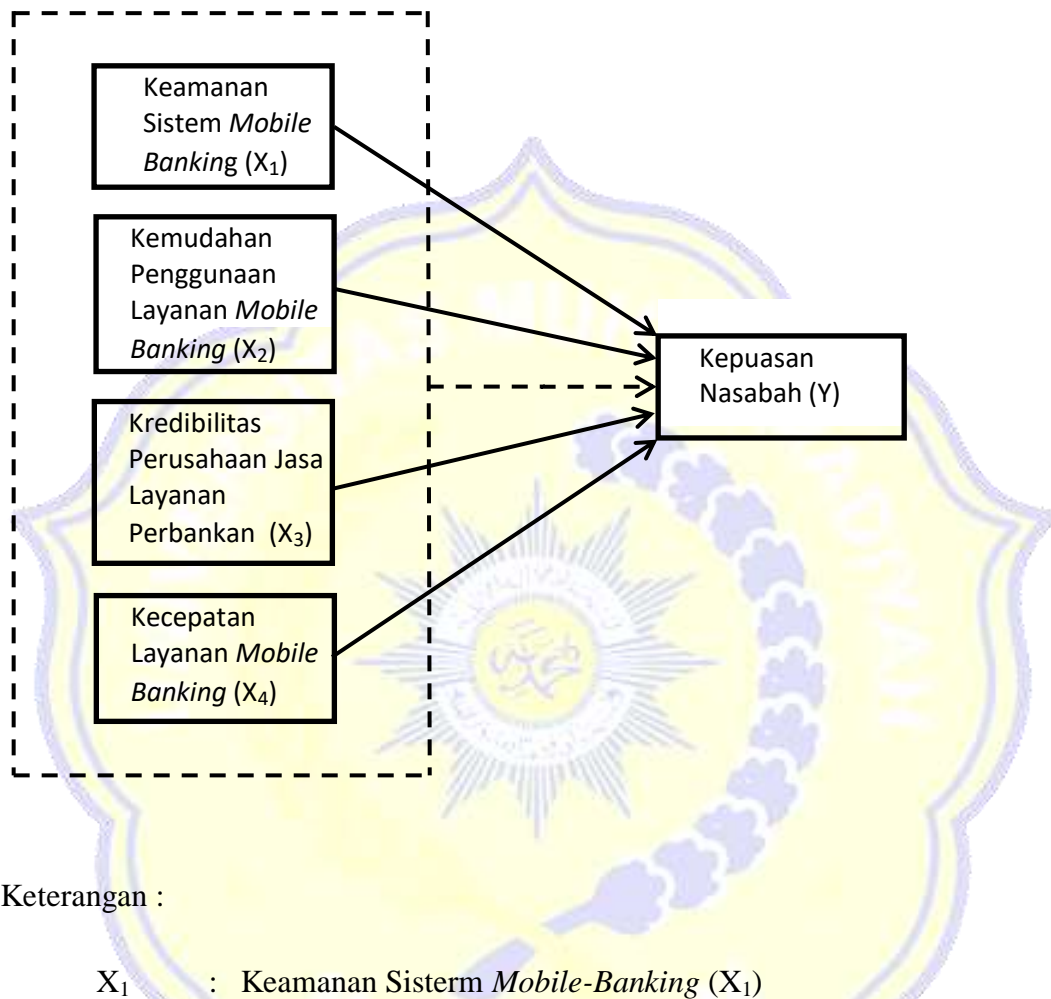
3. *Outsourcing Risk*, Bank sering mengandalkan penyedia layanan pihak ketiga, yang dapat mengakibatkan potensi gangguan pada layanan.

4. *Credit Risk*, Pemberian kredit melalui media elektronik seperti produk kartu kredit dapat menimbulkan risiko kredit bagi Bank. (Bank Indonesia, 2007:78).

Pemanfaatan teknologi informasi dalam penyelenggaraan layanan *Mobile-Banking* menghadapi Bank pada berbagai risiko sebagaimana diuraikan di atas. Sehubungan dengan hal tersebut, lembaga keuangan diwajibkan untuk memitigasi potensi risiko yang terkait dengan layanan *Mobile-Banking* dengan mematuhi prinsip-prinsip pengamanan data nasabah dan pemantauan transaksi *Mobile-Banking*.

2.3 Kerangka Pemikiran

Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran Penelitian



Keterangan :

- X₁ : Keamanan Sistem *Mobile-Banking* (X₁)
- X₂ : Kemudahan Penggunaan Layanan *Mobile-Banking* (X₂)
- X₃ : Kredibilitas Perusahaan Jasa Layanan Perbankan (X₃)
- X₄ : Kecepatan Layanan *Mobile-Banking* (X₄)
- Y : Kepuasan Nasabah (Y)
- > : Pengaruh Simultan
- > : Pengaruh Parsial

2.4 Hipotesis Penelitian

Adapun hipotesis yang peneliti ajukan sehubungan dengan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Hipotesis 1

Ho: Tidak ada Pengaruh Keamanan Sistem *Mobile-Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah Bank NTB Syariah KC Pejanggik.

Ha: Ada Pengaruh Keamanan Sistem *Mobile-Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah Bank NTB Syariah KC Pejanggik.

2. Hipotesis 2

Ho: Tidak Pengaruh Kemudahan Penggunaan Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank NTB Syariah KC Pejanggik.

Ha: Ada Pengaruh Kemudahan Penggunaan Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank NTB Syariah KC Pejanggik.

3. Hipotesis 3

Ho: Tidak ada Pengaruh Kredibilitas Peusahaan Jasa Layanan Perbankan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank NTB Syariah KC Pejanggik.

Ha: Ada Pengaruh Kredibilitas Peusahaan Jasa Layanan Perbankan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank NTB Syariah KC Pejanggik.

4. Hipotesis 4

Ho: Tidak ada Pengaruh Kecepatan Layanan *Mobile-Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah Bank NTB Syariah KC Pejanggik.

Ha: Ada Pengaruh Kecepatan Layanan *Mobile-Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah Bank NTB Syariah KC Pejanggik.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metodologi penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif mengacu pada metodologi yang melibatkan pengumpulan dan analisis data yang dapat diukur atau dinyatakan secara numerik. Jenis penelitian ini dicirikan oleh kemampuannya untuk mengukur atau menghitung informasi secara langsung. Bertujuan untuk melakukan studi intensif tentang keadaan unit-unit sosial saat ini dalam masyarakat dan konteks interaksi lingkungannya. Dalam hal ini data kuantitatif yang diperlukan adalah jumlah responden dan hasil angket terkait pengaruh layanan Mobile-Banking terhadap kepuasan nasabah Bank NTB Syariah KC Pejanggik.

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi dan waktu penelitian ini dilakukan di Bank NTB Syariah KC Pejanggik yang beralamat di Jl. Pejanggik No.30 Mataram. Peneliti memilih penelitian ini karena ingin mengetahui pengaruh layanan *Mobile-Banking* terhadap kepuasan nasabah. Pemilihan objek penelitian ini dengan pertimbangan bahwa lokasi penelitian merupakan tempat peneliti magang sehingga dapat memudahkan penulis dalam mengambil data dan melakukan penelitian. Sedangkan waktu yang digunakan selama penelitian kurang lebih 1

bulan dimulai dari bulan November sampai dengan bulan Desember tahun 2022.

3.3 Jenis dan Sumber Data

Peelitian ini menggunakan dua sumber data yang dapat diandalkan, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer yang digunakan dalam penelitian ini dikumpulkan dari Bank NTB Syariah KC Pejanggik dimana penelitian ini dilakukan. Selain itu, data pendukung diperoleh dari buku-buku resmi, jurnal, dan studi penelitian sebelumnya.

3.4 Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel

3.4.1 Populasi

Menurut Nanang Martono (2010:74), Populasi adalah keseluruhan objek atau subjek, atau seluruh unit atau individu dalam lingkup subjek penelitian, yang berada di suatu wilayah dan memenuhi persyaratan tertentu yang berkaitan dengan pertanyaan penelitian. Populasi didefinisikan sebagai jumlah unit yang efektivitasnya belum tercapai.

Berdasarkan pengertian di atas, dapat dipahami bahwa populasi adalah semua anggota objek yang diamati dan tidak semuanya perlu diamati dalam penelitian yang dilakukan. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah Bank NTB Syariah KC Pejanggik tahun 2021 dimana keseluruhan berjumlah 1831 *user*.

3.4.2 Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel

Sampel adalah sebagian kecil dari jumlah dan karakteristik suatu

populasi. Jika populasinya besar dan tidak mungkin mempelajari seluruh populasi karena alasan seperti dana, personel, atau waktu. Akibatnya, pemanfaatan sampel yang berasal dari populasi tertentu layak untuk tujuan penelitian. Pengetahuan yang diperoleh dari sampel dapat diperluas ke seluruh populasi berdasarkan kesimpulan yang ditarik. Oleh karena itu, sangat penting bahwa sampel yang diambil dari populasi benar-benar representatif. (Sugiono, 2017).

Berdasarkan pengertian di atas dan mengingat populasi penelitian ini mencapai 1831, maka peneliti menggunakan rumus Slovin untuk menentukan teknik pengambilan sampel untuk penelitian ini. Adapun rumus menghitung ukuran sampel populasi yang diketahui jumlahnya adalah menggunakan rumus slovin (Muhammad, 2013:180), yakni sebagai berikut:

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

Keterangan:

n = ukuran sampel yang dicari

N = ukuran populasi

e = persen kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir atau diinginkan (dalam penelitian ini digunakan 10%)

Dengan demikian diperoleh jumlah sampel sebesar:

$$n = \frac{1831}{1+1831 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{1831}{19,31}$$

$$n = 94,82$$

Jadi, berdasarkan perhitungan diatas didapatkan hasil 94,82 tetapi karena subjek bukan bilangan pecahan, maka dibulatkan menjadi 95 responden.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Langkah awal dalam melakukan penelitian adalah pengumpulan data, yang sangat penting untuk memperoleh informasi yang diperlukan. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data berikut:

3.5.1 Metode Angket

Angket merupakan survei tentang isu-isu kepentingan publik (orang) di mana daftar pertanyaan didistribusikan dan, jika perlu, diajukan secara tertulis kepada audiens sasaran untuk tanggapan (tanggapan responden) (Kartono, 1996:217). Angket adalah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden.

Peneliti menggunakan kuesioner langsung tertutup dalam studi mereka. Kuesioner langsung tertutup adalah instrumen survei yang dirancang khusus untuk memperoleh informasi dari responden tentang kondisi tertentu yang mereka alami. Jenis kuesioner ini menyajikan serangkaian pilihan jawaban yang telah ditentukan sebelumnya yang harus dipilih oleh responden untuk memberikan tanggapannya. (Bungin, 2005: 133).

Pengumpulan data dilakukan di Bank NTB Syariah KC Pejanggik yang menjadi sampel penelitian. Data yang jelas dikumpulkan melalui wawancara dengan responden, dan kuesioner diisi oleh responden sendiri pada jam kerja dan tidak dapat dibawa pulang. Hal ini untuk memastikan validitas dan keakuratan data.

3.5.2 Metode Dokumentasi

Menurut Saharsimi Arikunto (2010:274), Dokumentasi adalah cara peneliti memeriksa objek tertulis seperti buku, jurnal, dokumen, aturan, menit, dan buku harian. Sedangkan menurut Muhammad (2013:152), Dokumentasi adalah bentuk data deskriptif yang berisi informasi dan penjelasan yang relevan dengan pertanyaan penelitian.

Peneliti menggunakan kuesioner langsung tertutup dalam studi mereka. Kuesioner langsung tertutup adalah instrumen survei yang dirancang khusus untuk memperoleh informasi dari responden tentang kondisi tertentu yang mereka alami. Jenis kuesioner ini menyajikan serangkaian pilihan jawaban yang telah ditentukan sebelumnya yang harus dipilih oleh responden untuk memberikan tanggapannya.

3.6 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional variabel

3.6.1 Variabel Penelitian

Investigasi ini melibatkan dua variabel penelitian yang berbeda, khususnya variabel independen dilambangkan sebagai "X" dan variabel dependen dilambangkan sebagai "Y". Kedua variabel tersebut dijelaskan sebagai berikut:

1. Variabel Independen (variabel bebas)

Variabel bebas adalah variabel yang menjadi sebab atau merubah/mempengaruhi variabel lain (variabel terikat). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas adalah Layanan *Mobile-Banking* (X) yang terdiri dari Keamanan Sistem *Mobile-Banking* (X₁), Kemudahan Penggunaan Layanan (X₂), Kredibilitas Perusahaan Jasa Layanan Perbankan (X₃), dan Kecepatan Layanan *Mobile-Banking* (X₄).

2. Variabel Terikat (variabel dependen)

Variabel dependen adalah variabel yang tunduk pada pengaruh variabel lain, khususnya variabel independen, dan karenanya diubah atau diproduksi sebagai hasil. Investigasi ini menunjuk kepuasan pelanggan (Y) sebagai variabel dependen.

3.6.2 Definisi Operasional Variabel

Sesuai dengan pernyataan Sumardi Suryabrata (2014: 29), definisi operasional variabel adalah konstruksi yang didasarkan pada sifat-sifat yang dapat diamati dari objek yang didefinisikan. Penelitian ini menggunakan definisi operasional untuk variabel yang dibahas.

3.6.2.1 Layanan *Mobile-Banking* (Variabel X)

Layanan tersebut di atas dianggap sebagai variabel independen. Penyediaan layanan *Mobile-Banking* diantisipasi untuk memenuhi standar kualitas yang tinggi, dan manajemen yang efektif dari standar tersebut sangat penting untuk memenuhi harapan pelanggan. Kajian ini akan mengkaji Layanan *Mobile-Banking*

berdasarkan indikator-indikator sebagai berikut:

a. Keamanan Sistem *Mobile-Banking* (X_1)

Keamanan sistem *Mobile-Banking* adalah kemampuannya untuk memberikan layanan yang aman untuk melakukan transaksi dan diukur dengan empat pertanyaan dengan skala likert 1-4 point, antara lain:

1. Dengan menggunakan *Mobile-Banking* nomer PIN dan *password* nasabah akan terjamin keamanannya.
2. *Mobile-Banking* memberikan keamanan data transaksi yang dilakukan.
3. *Mobile-Banking* dapat digunakan dimanapun.
4. Saya mnggunakan produk tersebut karna produknya sesuai kebutuhan transaksional digital.
5. *Mobile-Banking* lebih aman dibandingkan dengan layanan bank lainnya.

b. Kemudahan Penggunaan Layanan (X_2)

Konstruk Kemudahan Penggunaan Layanan berkaitan dengan kapasitas penyedia layanan untuk menawarkan layanan transaksional yang ramah pengguna. Konstruk ini dioperasionalisasikan melalui empat pertanyaan yang menggunakan skala Likert mulai dari 1 hingga 4 poin. antara lain:

1. Kemudahan transaksi menggunakan *Mobile-Banking* sangat baik.

2. *Mobile-Banking* dapat dilakukan dimanapun dan kapanpun.
3. *Mobile-Banking* menyediakan informasi yang cukup jelas sesuai dengan kebutuhan.
4. *Mobile-Banking* menyediakan informasi yang nasabah perlukan secara lengkap dan real time.

c. Kredibilitas Perusahaan Jasa Layanan Perbankan (X_3)

Kredibilitas, atau perilaku karyawan, dapat meningkatkan kepercayaan nasabah pada perusahaan perbankan, diukur dengan empat item pertanyaan dengan skala likert 1-4 point, yaitu:

1. Secara keamanan transaksional *Mobile-Banking* memiliki fitur yang lengkap.
2. *Mobile-Banking* tidak mengandung unsur penipuan dalam melakukan transaksi.
3. *Mobile-Banking* memberikan fitur keamanan bagi nasabah dalam melakukan transaksi.
4. Menanggung dan merespon nasabah apabila terjadi kesalahan pada layanan *Mobile-Banking* atas kebutuhan nasabah bank melalui *mobile-banking*.

d. Kecepatan Layanan *Mobile-Banking* (X_4)

Kecepatan Layanan *Mobile-Banking* yakni kemampuan memberikan pelayanan secara cepat, diukur dengan empat item pertanyaan dengan skala likert 1-4 point, yaitu:

1. Menggunakan *Mobile-Banking* dapat menghemat waktu

transaksi.

2. *Mobile-Banking* mempercepat transaksi.
3. Dengan menggunakan *Mobile-Banking* kebutuhan transaksi yang mendesak dapat teratasi.
4. *Mobile-Banking* dapat diakses dengan cepat.

3.6.2.2 Kepuasan Nasabah (Variabel Y)

Variabel dependen yang dipertimbangkan adalah kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan dapat didefinisikan sebagai respons emosional yang dihasilkan dari perbandingan antara kinerja produk yang dirasakan dan kinerja yang diharapkan. Respon ini dapat diukur dengan menggunakan skala Likert yang berkisar antara 1 sampai dengan 4 poin dan mencakup berbagai indikator, antara lain:

- 1) Kepuasan Nasabah atas Keamanan Sistem dari Layanan *Mobile-Banking*.
- 2) Kepuasan Nasabah atas Kemudahan Penggunaan dari Layanan *Mobile-Banking*.
- 3) Kepuasan Nasabah atas Kredibilitas Perusahaan Jasa Layanan Perbankan.
- 4) Kepuasan Nasabah atas Kecepatan dari Layanan *Mobile-Banking*.

3.7 Pengukuran Variabel

Mengukur variabel adalah proses menentukan jumlah atau intensitas informasi tentang orang, peristiwa, ide, dan/atau objek tertentu dan hubungannya dengan masalah atau peluang bisnis. Dengan kata lain, semua

jenis menetapkan fenomena atau peristiwa (Septyanto, 2017). Penelitian ini menggunakan skala Likert. Skala Likert adalah teknik survei yang menggunakan kuesioner untuk menilai skala sikap suatu objek tertentu di antara responden.

Metodologi utama yang digunakan dalam penyelidikan ini melibatkan pemanfaatan kuesioner yang terdiri dari tanggapan yang menampilkan beragam nilai bertingkat dan pilihan alternatif yang berkaitan dengan kriteria berikut:

1. Jawaban sangat setuju (SS) diberi skor 4
2. Jawaban setuju (S) diberi skor 3
3. Jawaban tidak setuju (TS) diberi skor 2
4. Jawaban sangat tidak setuju (STS) diberi skor 1

Adapun jumlah butir pertanyaan masing-masing indikator dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 3.1

Jumlah Butir Pertanyaan Dari Masing-Masing Indikator

Variabel	Indikator	Jumlah item	No. Item
Kepuasan Nasabah (Y)	Kepuasan Nasabah Atas Keamanan Sistem <i>Mobile-Banking</i>	1	1, 2, 3, 4
	Kepuasan Nasabah Atas Kemudahan Penggunaan Dari Layanan <i>Mobile-Banking</i>	1	
	Kepuasan Nasabah Atas Kredibilitas	1	

	Perusahaan Jasa Layanan Perbankan		
	Kepuasan Nasabah Atas Kecepatan Layanan <i>Mobile-Banking</i>	1	
Layanan <i>M-Banking</i> (X)	Keamanan sistem <i>Mobile-Banking</i> (X ₁)	5	1, 2, 3, 4, 5
	Kemudahan Penggunaan Layanan (X ₂)	4	6, 7, 8, 9
	Kredibilitas Perusahaan Jasa Layanan Perbankan (X ₃)	4	10, 11, 12, 13
	Kecepatan Layanan <i>Mobile-Banking</i> (X ₄)	4	14, 15, 16, 17

Berdasarkan indikator di atas, dapat dikembangkan menjadi alat penelitian dalam bentuk pertanyaan, dalam bentuk kuesioner yang dinilai berdasarkan tanggapan dari responden yang dianggap akurat dan dapat diandalkan menurut skala Likert. Ada 21 perangkat survei. Skala Likert untuk setiap item dalam penelitian ini diobati dengan respons dan dinilai untuk tujuan analisis kuantitatif.

3.8 Uji Kualitas Data

a. Uji Validitas

Untuk menetapkan validitas penelitian, peneliti menggunakan alat ukur yang sesuai dengan tujuan penelitian, dengan tujuan untuk mengidentifikasi suatu gejala yang benar-benar otentik atau tidak otentik. Penelitian ini menggunakan teknik korelasi Product Moment untuk penilaian validitasnya, baik menggunakan program *IBM SPSS*

Statistics 20 maupun *Windows*. (Siregar, 2014).

Tata cara penentuan efektivitas sarana dengan menggunakan rumus di atas diawali dengan penyebaran kuesioner variabel yang diberikan kepada 95 responden untuk mengetahui hasilnya. Kuesioner yang dibagikan berupa pertanyaan pilihan ganda dengan lima alternatif jawaban, diberikan skor jawaban 4, 3, 2, dan 1. Suatu ukuran dinyatakan valid jika $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ pada taraf signifikan 5% (0,05).

b. Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas bertujuan untuk mengetahui seberapa konsisten hasil pengukuran ketika dijalankan lebih dari satu kali pada gejala yang sama dengan menggunakan alat ukur yang sama (Ibid, 87). Uji *Cronbach's Alpha* digunakan sebagai alat ukur reliabilitas dalam penelitian ini, yang diimplementasikan melalui *IBM SPSS Statistics 20 for Windows*. Suatu variabel dapat dikatakan reliabel jika koefisien *Cronbach's Alpha*-nya melebihi 0,6.

3.9 Uji Asumsi Klasik

3.9.1 Uji Normalitas Data

Praktik melakukan pengujian normalitas pada data mendahului penerapan metode statistik. Asumsi klasik, umumnya dikenal sebagai uji normalitas, merupakan komponen fundamental dari uji persyaratan analisis data. Tujuan dilakukannya uji normalitas adalah untuk menentukan apakah distribusi dataset sesuai atau mendekati distribusi

normal, yang ditandai dengan pola standar distribusi data. (Ghozali, 2011:161-162).

Tes *Kolmogorov-Smirnov* adalah metode yang umum digunakan untuk menilai normalitas suatu distribusi. Dalam analisis statistik, ambang batas yang umum digunakan untuk pengambilan keputusan adalah tingkat signifikansi 0,05. Jika tingkat signifikansi yang dihitung berada di bawah ambang batas ini, ini menunjukkan adanya perbedaan yang signifikan secara statistik. Sebaliknya, jika tingkat signifikansi di atas 0,05 menunjukkan tidak ada perbedaan yang signifikan secara statistik. Tes *Kolmogorov-Smirnov* digunakan untuk menentukan apakah dataset yang diberikan sesuai dengan distribusi normal standar. Secara khusus, jika nilai signifikansi yang dihitung melebihi 0,05, dapat disimpulkan bahwa kumpulan data yang dipertimbangkan tidak memiliki penyimpangan yang signifikan secara statistik dari distribusi normal standar, sehingga menunjukkan normalitasnya.

3.9.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi telah membentuk korelasi antar variabel independen. Untuk menentukan adanya multikolinearitas, praktik umum mengacu pada nilai toleransi lebih besar dari 0,10 atau nilai VIF kurang dari 10 (Ibid: 106). Prasyarat penting untuk model regresi adalah tidak adanya multikolinearitas.

3.9.3 Uji Heteroskedastitas

Tujuan dari uji *heteroskedastisitas* adalah untuk menilai apakah model regresi menunjukkan varian yang tidak konstan di seluruh residual pengamatan yang berbeda. *Homoskedastisitas* mengacu pada kondisi di mana varian residu antara dua pengamatan tetap konstan. Jika terdapat disparitas dalam variabilitas residual, maka disebut heteroskedastisitas. Menurut sumber (Ibid: 139), suatu model regresi dapat dikatakan baik jika menunjukkan heteroskedastisitas atau tidak menunjukkan *heteroskedastisitas*.

Seseorang dapat mengidentifikasinya dengan memeriksa scatterplot yang menggambarkan hubungan antara nilai yang diproyeksikan dari variabel dependen (variabel z) dan residualnya (s residual).

1)

Jika pola yang konsisten, seperti pola bergelombang yang melebar dan kemudian menyempit, diamati pada sekumpulan titik data, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat heteroskedastisitas.

2)

Dengan tidak adanya pola yang terlihat dan dengan distribusi titik-titik di atas dan di bawah garis nol pada sumbu Y , keberadaan heteroskedastisitas tidak dapat ditentukan.

Model penelitian yang baik ditandai dengan tidak adanya heteroskedastisitas.

3.10 Teknik Analisis Data

3.10.1 Uji Regresi Berganda

Formula statistik digunakan untuk mengolah dan menganalisis data yang dikumpulkan selama penelitian. Rumus regresi berganda adalah ekspresi matematis yang digunakan oleh para peneliti. Gunakan regresi linier berganda untuk menentukan derajat atau kekuatan hubungan antara tiga variabel atau lebih, dan tentukan kontribusi yang dibuat bersama oleh variabel X_1 , X_2 , X_3 , X_4 terhadap nilai variabel Y (Siregar, 2014: 351).

Dengan persamaan sebagai berikut:

$$Y = a + \beta_1.X_1 + \beta_2.X_2 + \beta_3.X_3 + \beta_4.X_4 + e$$

Dimana:

a	= Konstanta
X_1	= Variabel bebas pertama
X_2	= Variabel bebas kedua
X_3	= Variabel bebas ketiga
X_4	= Variabel bebas keempat
$\beta_1 \beta_2 \beta_3 \beta_4$	= Koefisien Regresi
Y	= Variabel terikat
e	= Error

Teknik analisis data dilakukan melalui uji t, uji F, dan uji R^2 .

3.10.2 Uji Simultan (Uji F)

Penilaian ini bertujuan untuk menentukan apakah variabel independen kolektif yang tergabung dalam model memberikan dampak bersamaan pada variabel dependen. Jika p-value kurang dari 0,05 maka hipotesis alternatif

(Ha) diterima. Sebaliknya, jika p-value lebih besar dari 0,05 maka hipotesis alternatif (Ha) ditolak..

3.10.3 Uji Parsial (Uji t)

Uji-t adalah alat statistik yang menilai sejauh mana variabel independen tunggal menyumbang varians dalam variabel dependen. Penerimaan atau penolakan hipotesis dilakukan dengan kriteria:

- a. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_a ditolak
- b. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_a diterima

3.10.4 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien R^2 berfungsi sebagai metrik untuk mengevaluasi sejauh mana model dapat menjelaskan variabilitas yang diamati dalam variabel dependen. Koefisien determinasi adalah ukuran statistik yang berkisar antara nol dan satu. Ketika nilai R^2 mendekati satu, ini menunjukkan tingkat kekuatan penjas yang lebih tinggi dari variabel independen terhadap variabel dependen. Sebaliknya, nilai R^2 yang mendekati nol menunjukkan tingkat kekuatan penjas yang lebih rendah dari variabel independen terhadap variabel dependen.