# SKRIPSI

**PENGARUH *TANGIBLE DAN REALIBILITY* FASILITAS *MOBILE BANKING* TERHADAP KEPUASAN NASABAH BANK SYARIAH INDONESIA**
**(Studi Dosen dan Pegawai FEBI Intitut Agama Islam Negeri Metro)**

**Oleh:**

**VIKI ASYIYATUN NAFISYAH**
**NPM. 2103021042**

**Program Studi S1 Perbankan Syariah**
**Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO**
**1447 H /2025 M**

# PENGARUH *TANGIBLE DAN REALIBILITY* FASILITAS *MOBILE BANKING* TERHADAP KEPUASAN NASABAH BANK SYARIAH INDONESIA
## (Studi Dosen dan Pegawai FEBI Intitut Agama Islam Negeri Metro)

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)


Oleh:

VIKI ASYIYATUN NAFISYAH
NPM. 2103021042


Pembimbing : Alfiansyah Imanda Putra, M.Kom


Program Studi S1 Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam


**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO**
**1447 H /2025 M**

**NOTA DINAS**

Nomor : -
Lampiran : 1 (Satu) Berkas
Perihal : **Pengajuan Skripsi untuk di Munaqosyahkan**

Kepada Yth,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Metro

Di_
Tempat

***Assalamu'alaikum, Wr.Wb***

Setelah kami mengadakan pemeriksaan, bimbingan dan perbaikan seperlunya, maka Skripsi yang disusun oleh :

| | |
|---|---|
| Nama | : VIKI ASYIYATUN NAFISYAH |
| NPM | : 2103021042 |
| Fakultas | : Ekonomi dan Bisnis Islam |
| Program Studi | : S1 Perbankan Syariah |
| Judul | : PENGARUH *TANGIBLE DAN REALIBILITY* FASILITAS *MOBILE BANKING* TERHADAP KEPUASAN NASABAH BANK SYARIAH INDONESIA (Studi Dosen dan Pegawai FEBI Intitut Agama Islam Negeri Metro) |

Sudah kami setujui dan dapat diajukan ke Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro untuk di Munaqosyahkan.

Demikian harapan kami dan atas perhatianya saya ucapkan trima kasih.

***Wassalamu'alaikum, Wr.Wb***

Metro, 17 Juni 2025
Pembimbing,

**Alfiansyah Imanda Putra, M.Kom**
**NIDN. 2004099501**

## HALAMAN PERSETUJUAN

Judul : PENGARUH *TANGIBLE DAN REALIBILITY* FASILITAS *MOBILE BANKING* TERHADAP KEPUASAN NASABAH BANK SYARIAH INDONESIA (Studi Dosen dan Pegawai FEBI Intitut Agama Islam Negeri Metro)

Nama : VIKI ASYIYATUN NAFISYAH

NPM : 2103021042

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Program Studi : S1 Perbankan Syariah

## MENYETUJUI

Untuk di Munaqosyahkan dalam Sidang Munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.

Metro, 17 Juni 2025
Pembimbing,

**Alfiansyah Imanda Putra, M.Kom**
**NIDN. 2004099501**

**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO**
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**
Jalan Ki.Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296 Website: www.metrouniv.ac.id
E-mail: iainmetro@gmail.com

**PENGESAHAN SKRIPSI**

No. B-1466/In.28.3/D/PP.00.9/07/2025

Skripsi dengan Judul : PENGARUH *TANGIBLE DAN REALIBILITY* FASILITAS *MOBILE BANKING* TERHADAP KEPUASAN NASABAH BANK SYARIAH INDONESIA (Studi Dosen dan Pegawai FEBI Intitut Agama Islam Negeri Metro). Disusun Oleh: VIKI ASYIYATUN NAFISYAH. NPM. 2103021042, Program Studi Perbankan Syariah (PBS) yang telah di Ujikan dalam Sidang Munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada hari/ tanggal: Jumat/ 20 Juni 2025.

**TIM PENGUJI**

| | | |
|---|---|---|
| Ketua/ Moderator | : Alfiansyah Imanda Putra, M.Kom | (.....) |
| Penguji I | : Era Yudistira, M.Ak | (.....) |
| Penguji II | : Ulul Azmi Mustofa, S.E.I., M.S.I | (.....) |
| Sekretaris | : Vera Ismail, M.E | (.....) |

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

**Dr. Dri Santoso, M.H**
**NIP. 19670316 199503 1 001**

# ABSTRAK

## PENGARUH *TANGIBLE DAN REALIBILITY* FASILITAS *MOBILE BANKING* TERHADAP KEPUASAN NASABAH BANK SYARIAH INDONESIA (Studi Dosen dan Pegawai FEBI Intitut Agama Islam Negeri Metro)

**Oleh:**

**VIKI ASYIYATUN NAFISYAH**
**NPM.2103021042**

Di era digital saat ini, perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mendorong inovasi dalam layanan perbankan, termasuk melalui platform *Mobile Banking*. Bank Syariah Indonesia (BSI) menghadirkan layanan BSI *Mobile* atau *Byon by* BSI yang memudahkan nasabah dalam membuka rekening online serta mengakses produk keuangan syariah seperti tabungan haji dan pembiayaan. Adapun di lingkup dosen dan pegawai FEBI IAIN Metro juga menggunkan *Mobile Banking* atau *byond by* BSI

Penelitian ini menggunakan variabel independen yaitu *Tangible* (bukti fisik) dan *Reliabiliti* (keandalan) fasilitas *Mobile Banking* dan variabel dependen yaitu terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) di lingkungan dosen dan pegawai FEBI IAIN Metro.Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jumlah populasi sebanyak 64 dan sampel dalam penelitian ini diambil menggunakan teknik sampel *probability* yakni *proportional random sampling*. Analisis data dilakukan dengan pengolahan data menggunakan SPSS Statistics versi 25

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *Tangible* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dengan nilai t hitung 5,441 > t tabel 1,687 dan P-value 0,000 < 0,05. Variabel *Realibility* juga menunjukkan pengaruh signifikan dengan t hitung 3,223 > t tabel 1,687 dan P-value 0,003 < 0,05. Secara simultan, kedua variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah, dibuktikan dengan nilai F hitung 36,229 > F tabel 3,25 dan signifikansi 0,000 < 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa peningkatan aspek *Tangible* dan *Realibility* pada layanan *Mobile Banking* BSI dapat meningkatkan kepuasan nasabah, khususnya di kalangan dosen dan pegawai FEBI IAIN Metro.

**Kata Kunci**: *Mobile Banking, Tangible, Realibility,* Kepuasan Nasabah, Bank Syariah Indonesia

## ORISINALITAS PENELITIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : VIKI ASYIYATUN NAFISYAH

NPM : 2103021042

Program Studi : Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian saya kecuali bagian-bagian tertentu yang dirujuk dari sumbernya dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Metro, Juni 2025

Yang Menyatakan,

**Viki Asyiyatun Nafisyah**

**NPM. 2103021042**

**MOTTO**

يَٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُواْ لَا تَأۡكُلُوٓاْ أَمۡوَٰلَكُم بَيۡنَكُم بِٱلۡبَٰطِلِ إِلَّآ أَن تَكُونَ تِجَٰرَةً عَن تَرَاضٖ مِّنكُمۡۚ وَلَا تَقۡتُلُوٓاْ أَنفُسَكُمۡۚ إِنَّ ٱللَّهَ كَانَ بِكُمۡ رَحِيمٗا ٢٩

Artinya: *"Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu."* (QS. An-Nisa/ 4:29)[1]

[1] Q.S. An-Nisa (4): 49.

## PERSEMBAHAN

Tiada kata yang pantas diucapkan selain bersyukur Alhamdulillah kepada Allah SWT yang telah memberikan begitu banyak berkah dalam hidup peneliti. Peneliti mempersembahkan skripsi ini sebagai ungkapan rasa hormat dan cinta kasih yang tulus kepada:

1. Kedua orang tuaku Bapak Mustopa dan Ibu Marliah (Almh) yang telah memberikan dengan tulus hati dan penuh keikhlasan mendoakan, memberikan dukungan dan cinta kasih tiada hentinya untuk peneliti sehingga peneliti dapat selalu semangat dan mampu menyelesaikan skripsi ini.
2. Kakaku Muhammad Arif Sofyan senantiasa yang selalu memberikan semangat.
3. Dzaki Surya Julian yang telah memberikan semangat selama menempuh pendidikan.
4. Sahabatku Rizka Nurul Hidayah, Rubianti Novita Irmawati dan Puspita Rianda yang selalu memberikan semangat.
5. Rekan-rekan kelas A S1 Perbankan Syariah angkatan 2021 yang telah membersamai selama masa perkuliahan.
6. Almamaterku tercinta Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.

# KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT karena atas limpahan rahmat, dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan penulisan proposal skripsi ini. Penulisan proposal skripsi ini merupakan salah satu bagian dari persyaratan guna menyelesaikan Pendidikan program Strata Satu Perbankan Syariah (PBS) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro, untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Upaya penyelesaian proposal skripsi ini, Peneliti telah menerima banyak bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karenanya peneliti mengucapkan terimakasih kepada:

1. Ibu Prof. Dr. Ida Umami, M.Pd.,Kons selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung.
2. Bapak Dr. Dri Santoso, M.H Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Bapak Anggoro Sugeng, SEI., M.Sh.Ec. Selaku Ketua Jurusan S1 Perbankan Syariah.
4. Bapak Alfiansyah Imanda Putra, M.Kom Selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan yang sangat berharga dalam mengarahkan dan memberi motivasi dalam penyelesaian proposal skripsi ini.
5. Bapak dan Ibu Dosen dan Civitas IAIN Metro yang telah memberikan ilmu pengetahuan.

6. Kedua orang tua dan keluarga, teman-teman yang memberikan doa untuk keberhasilanku.
7. Semua pihak yang membantu memberikan motivasi dalam penyusunan proposal skripsi ini.

Peneliti menyadari bahwa banyak kekurangan dalam penulisan proposal skripsi ini, maka peneliti mengharapkan kritik dan saran yang positif untuk menghasilkan penelitian yang lebih baik. Peneliti berharap semoga hasil penelitian yang telah dilakukan dapat bermanfaat dan menambah wawasan ilmu pengetahuan tentang Perbankan Syariah.

Metro, Desember 2024
Peneliti,

**Viki Asyiyatun Nafisyah**
**NPM. 2103021042**

## DAFTAR ISI

**HALAMAN SAMPUL** ..... **i**
**HALAMAN JUDUL** ..... **ii**
**NOTA DINAS** ..... **iii**
**HALAMAN PERSETUJUAN** ..... **iv**
**HALAMAN PENGESAHAN** ..... **v**
**ABSTRAK** ..... **vi**
**ORISINALITAS PENELITIAN** ..... **vii**
**MOTTO** ..... **viii**
**PERSEMBAHAN** ..... **ix**
**KATA PENGANTAR** ..... **x**
**DAFTAR ISI** ..... **xii**
**DAFTAR TABEL** ..... **xiv**
**DAFTAR GAMBAR** ..... **xv**
**DAFTAR GRAFIK** ..... **xvi**

**BAB I PENDAHULUAN**

A. Latar Belakang Masalah ..... 1
B. Identifikasi Masalah ..... 7
C. Batasan Masalah ..... 8
D. Rumusan Masalah ..... 8
E. Tujuan dan Manfaat Penelitian ..... 9
F. Penelitian Relevan ..... 10

**BAB II LANDASAN TEORI**

A. Kepuasan Nasabah ..... 14
   1. Pengertian Kepuasan Nasabah ..... 14
   2. Faktor Kepuasan Nasabah ..... 17
   3. Indikator Kepuasan Nasabah ..... 18

B. *Tangible* ..... 19
1. Pengertian *Tangbility* ..... 19
2. Indikator *Tangible* ..... 20
C. *Realibility* ..... 21
1. Pengertian *Realibility* ..... 21
2. Indikator *Realibility* ..... 24
D. Hubungan *Tangible d*an *Realibility* terhadap Kepuasan Nasabah .... 24
E. *Mobile Banking* ..... 25
1. Pengertian *Mobile Banking* ..... 25
2. Manfaat *Mobile Banking* ..... 28
F. Kerangka Berfikir ..... 29
G. Hipotesis Penelitian ..... 30

**BAB III METODE PENELITIAN**

A. Rancangan Penelitian ..... 32
B. Definisi Oprasionnal Variabel ..... 32
C. Populasi, Sampel dan Teknik Sampling ..... 34
D. Teknik Pengumpulan Data ..... 36
E. Instrumen Penelitian ..... 38
F. Teknik Analisis Data ..... 40

**BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

A. Gambaran Umum Objek Penelitian ..... 47
1. Insttitut Agama Islam Negeri Metro ..... 47
2. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Metro ..... 48
3. Bank Syariah Indonesia (BSI) ..... 49
B. Deskripsi Data Hasil Penelitian ..... 53
1. Deskripsi Hasil Tanggapan Responden ..... 53
2. Penyebaran Responden Berdasarkan Variabel ..... 55
3. Hasil Analisis Data ..... 60
4. Uji Asumsi Klasik ..... 62
5. Uji Hipotesis ..... 66
C. Pembahasan ..... 70

**BAB V PENUTUP**

A. Kesimpulan ..... 75

B. Saran..... 76

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN-LAMPIRAN**

**DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

# DAFTAR TABEL


| | | |
|---|---|---|
| Tabel 3.1 | Data Nasabah BSI IAIN Metro | 34 |
| Tabel 3.2 | Skala Likert | 39 |
| Tabel 3.3 | Rancangan Kisi-Kisi Angket | 39 |
| Tabel 4.1. | Responden Berdasarkan Jabatan | 54 |
| Tabel 4.2. | Jumlah Jawaban Hasil Responden Penyebaran Kuesioner Berdasarkan Variabel Pengaruh *Tangible* | 55 |
| Tabel 4. 3. | Jumlah Jawaban Hasil Responden Penyebaran Kuesioner Berdasarkan Variabel *Realibility* Fasilitas | 56 |
| Tabel 4.4. | Jumlah Jawaban Hasil Responden Penyebaran Kuesioner Berdasarkan Variabel Kepuasan Nasabah | 58 |
| Tabel 4.5. | Hasil Uji Validitas Variabel | 60 |
| Tabel 4.6. | Hasil Uji Reliabilitas | 61 |
| Tabel 4.7. | Uji Normalitas | 62 |
| Tabel 4.8. | Uji Linieritas | 64 |
| Tabel 4.9. | Uji Heterokedastisitas | 66 |
| Tabel 4.10. | Uji Analisis Regresi Linier Berganda | 67 |
| Tabel 4.11. | Uji Parsial (Uji T) | 68 |
| Tabel 4.12. | Uji F | 69 |

## DAFTAR GAMBAR


Gambar 4.1 Struktur organisasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro (FEBI IAIN Metro) ..... 49

Gambar 4. 1. Grafik Uji Normalitas ..... 63

Gambar 4.2. Uji Heteroskedastisitas ..... 65

# DAFTAR GRAFIK


| | | |
|---|---|---|
| Grafik 1.1 | Nilai Pertumbuhan Transaksi Uang Elektronik dan Perbankan Digital Pada Lima Tahun Terakhir 2018-2023 | 2 |
| Grafik 2.1 | Kerangka Berpikir | 30 |

# BAB I

# PENDAHULUAN

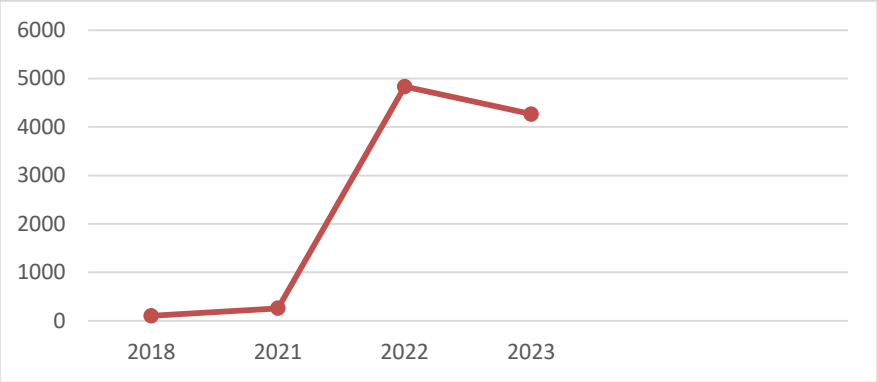
## A. Latar Belakang Masalah

Di era digital saat ini, teknologi informasi dan komunikasi berkembang dengan pesat, termasuk dalam industri perbankan. Untuk menjawab kebutuhan masyarakat akan layanan perbankan yang cepat dan efisien, bank-bank di Indonesia telah menyediakan layanan *Mobile Banking*. *Mobile Banking* merupakan layanan perbankan yang memungkinkan nasabah untuk melakukan transaksi perbankan melalui perangkat seluler seperti ponsel pintar atau tablet.[1] Layanan *Mobile Banking* semakin populer di Indonesia karena mendukung gaya hidup modern yang cepat dan praktis. Kemudahan ini membantu bank meningkatkan layanan, kepuasan nasabah, dan daya saing di industri perbankan.

*Mobile Banking* telah berkembang pesat seiring meningkatnya penggunaan smartphone dan akses internet. Lembaga keuangan memanfaatkan peluang ini dengan menghadirkan aplikasi *Mobile Banking* yang memudahkan nasabah melakukan berbagai transaksi kapan saja dan di mana saja, tanpa harus datang ke cabang fisik. Hal ini membuat layanan perbankan menjadi lebih praktis dan efisien. Berikut grafik pengguna *Mobile Banking* yang ada di Indonesia lima tahun terakhir:

[1]Livia Hening Pratiwi and Jeanne Ellyawati, 'Layanan M-Banking Dan Pengaruhnya Pada Kepuasan Dan Loyalitas: Studi Empiris Bank Bni', *Modus*, 35.2 (2023), 212–26.

**Grafik 1.1**
**Nilai Pertumbuhan Transaksi Uang Elektronik dan Perbankan Digital Pada Lima Tahun Terakhir 2018-2023**




Berdasarkan data Bank Indonesia (BI), sepanjang bulan April 2023 nilai transaksi digital *banking* di dalam negeri mencapai Rp4.264,8 triliun atau hampir Rp4,3 kuadriliun. Mengacu pada Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 12 /POJK.03/2018, layanan perbankan digital adalah layanan perbankan melalui media elektronik yang dikembangkan dengan mengoptimalkan pemanfaatan data nasabah. Adapun pada April 2023 nilai transaksi digital banking di Indonesia turun 11,8% dibanding Maret 2023 (*month-on-month/mom*), serta lebih rendah 20,1% dibanding April 2022 (*year-on-year/yoy*).

Namun, jika diruntut lima tahun ke belakang, pada April 2023 nilai transaksi perbankan digital secara nasional sudah tumbuh 158% dibanding April 2018.[2] Hal ini menunjukkan, meski kerap terjadi fluktuasi secara bulanan, dalam jangka panjang tren penggunaan layanan digital banking di Indonesia cenderung menguat seperti terlihat pada grafik di atas. Nilai itu

[2]https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/07/05/transaksi-digital-banking-di-indonesia-tumbuh-158-dalam-5-tahun-terakhir, diakses pada tanggal 14 juni 2024 pukul 07.00

mencakup berbagai transaksi digital banking atau perbankan digital sesuai klasifikasi Otoritas Jasa Keuangan (OJK), yakni internet banking, SMS/*Mobile Banking*, dan *phone banking*.

Bank Syariah Indonesia (BSI) juga fokus pada inovasi digital, salah satunya melalui aplikasi *Mobile Banking* yang ramah pengguna dan memudahkan berbagai transaksi syariah secara aman. Di tingkat internasional, BSI membuka cabang di luar negeri untuk memperluas pasar, terutama di kalangan diaspora Indonesia dan komunitas Muslim global.[3] BSI *Mobile* atau *Byond by BSI* adalah aplikasi dari Bank Syariah Indonesia yang memudahkan nasabah bertransaksi secara digital sesuai prinsip syariah. Melalui aplikasi ini, pengguna dapat melakukan transfer, pembayaran, pembelian pulsa, serta layanan zakat, wakaf, dan infaq tanpa harus ke kantor cabang

BSI *Mobile* atau *Byond by BSI* memudahkan pembukaan rekening online dan akses ke produk keuangan syariah seperti tabungan haji dan pembiayaan. Dengan tampilan yang ramah pengguna dan keamanan berlapis, aplikasi ini mendukung kenyamanan nasabah serta menjadi strategi BSI dalam memperluas layanan dan meningkatkan kepuasan.[4] Selain layanan *Mobile Banking* bank syariah Indonesia juga berkerja sama beberapa Instansi salah satunya adalah IAIN Metro yang juga bekerja sama dengan BSI, hampir semua dosen mahasiswa dan pegawai iain metro mengguna *Mobile Banking* atau *Byond by* BSI. Teknologi informasi dan komunikasi kini memiliki peran

[3] Alif Ulfa, 'Dampak Penggabungan Tiga Bank Syariah Di Indonesia', *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7.2 (2021), 1101–6.

[4] Sevya Surya Putri Suwandi and Moh. Rois Abin, 'Peran Penggunaan Bsi Mobile Banking Dalam Kemudahan Bertransaksi Di Era Society 5.0', *Journal of Management : Small and Medium Enterprises (SMEs)*, 16.2 (2023), 237–46.

yang semakin signifikan dalam berbagai bidang kehidupan, termasuk sektor bisnis dan keuangan. Salah satu wujud nyata dari kemajuan ini adalah kehadiran *mobile banking*, yang telah mengubah cara perusahaan menjalankan operasional dan menjalin hubungan dengan pelanggan tidak hanya menjadi sarana untuk melakukan transaksi secara daring.[5]

Khususnya pada dosen dan pegawai fakultas FEBI IAIN Metro yang memiliki latar belakang keilmuan di bidang ekonomi dan keuangan syariah yang membuat mereka mampu memberikan penilaian yang lebih kritis dan objektif terhadap layanan *Mobile Banking* dan merupakan pengguna aktif BSI *Mobile,* fokus pada satu fakultas juga memudahkan pengumpulan data dan mendukung analisis yang lebih terarah untuk pengembangan layanan keuangan digital di lingkungan akademik.

Kepuasan adalah hasil dari perbandingan antara ekspektasi dan kinerja yang diterima. Dalam konteks perbankan, ini berarti bahwa kepuasan nasabah muncul ketika layanan yang diberikan oleh bank sesuai atau lebih baik daripada harapan mereka. Misalnya, jika nasabah berharap mendapatkan pelayanan yang cepat dan efisien, dan bank mampu memenuhi atau melampaui harapan tersebut, maka nasabah akan merasa puas. Pelayanan pada Bank Syariah Indonesia (BSI) ini juga memiliki dua aspek penting yang dapat mempengaruhi kepuasan nasabah terhadap layanan *Mobile Banking* adalah *Tangible* (bukti fisik) dan *Realibility* (keandalan). *Tangible* berkaitan dengan tampilan visual dan kemudahan penggunaan layanan *Mobile Banking*,

[5] Agus Alimuddin, Alfiansyah Imanda Putra, and Dkk Alfiani Saputri, "Pencapaian Target Marketing Lending Dalam Perspektif Ekonomi Bisnis Islam (Studi BMT Assyafi'iyah Berkah Nasional Pekalongan)," *Jurnal Ilmu Perbankan Dan Keuangan Syariah* 5, no. 2 (2023): 105–6,

sedangkan *Realibility* berkaitan dengan konsistensi dan keakuratan layanan yang diberikan.

*Tangible* dalam layanan *Mobile Banking* mengacu pada aspek-aspek fisik yang dapat dilihat dan dirasakan oleh nasabah, seperti tampilan antarmuka, desain visual, dan kemudahan navigasi. Aspek-aspek ini penting karena dapat mempengaruhi persepsi nasabah terhadap kualitas layanan yang diberikan. [6] Seperti pada wawancara dengan bapak Janu Bimantara salah satu pegawai di FEBI IAIN Metro yang mengalami kesulitan pada fitur dan merasa rumit pada tambilan BSI *mobile* dan *Byond by* BSI.

Desain visual yang konsisten dan sesuai dengan *branding* bank juga dapat membangun kepercayaan nasabah terhadap layanan tersebut. Selain itu, kemudahan navigasi juga menjadi faktor penting dalam *Tangible*. Jika nasabah mengalami kesulitan dalam menavigasi layanan *Mobile Banking*, mereka dapat merasa frustrasi dan mempengaruhi tingkat kepuasan mereka.

*Realibility* atau keandalan merupakan aspek penting lain yang dapat mempengaruhi kepuasan nasabah terhadap layanan *Mobile Banking*. *Realibility* mengacu pada kemampuan layanan untuk memberikan kinerja yang konsisten, akurat, dan dapat diandalkan.[7] Dalam konteks layanan *Mobile Banking*, *Realibility* mencakup aspek-aspek seperti kecepatan respon, keakuratan informasi, dan keamanan transaksi. Jika layanan *Mobile Banking* memberikan respon yang lambat atau informasi yang salah, nasabah dapat

[6] Mochamad Irfan, 'Studi Tentang Kualitas Layanan Perbankan Dan Kepuasan Nasabah', *Jurnal Industri Kreatif Dan Kewirausahaan*, 5.2 (2022), 168–82

[7] Christin Verarika, "The Effect of Tangibility, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy and Imagine on Customer Satisfaction at Pt. Central Asia Bank (Bca) in Surabaya," *Journal of Economic, Business and Accounting* 6 (2023): 1982–90.

merasa frustasi dan kehilangan kepercayaan terhadap layanan tersebut. Sepeti terjadi pada salah satu dosen FEBI IAIN Metro pada ibu Aulia yang pernah mengalami gagal transfer dan eror.

Keamanan transaksi penting bagi *Realibility*, karena nasabah ingin data dan uangnya terlindungi dari pencurian dan penipuan. *Realibility* yang tinggi dalam layanan *Mobile Banking* dapat membuat nasabah merasa yakin dan percaya pada bank, sehingga meningkatkan kepuasan mereka.[8]

Menurut Bapak Ananto Triwibowo, Dosen IAIN Metro, mengungkapkan bahwa BSI *Mobile* sangat memudahkan transaksi seperti pembelian pulsa, pembayaran listrik, dan *top up e-wallet*. Ia belum pernah mengalami kendala dan merasa fitur aplikasi sudah lengkap, termasuk informasi saldo, gaji, serta layanan zakat, infak, dan wakaf yang memperkaya fungsi aplikasi.[9]

Ibu Aulia, dosen IAIN Metro, mengaku BSI *Mobile* atau *Byond by* BSI memudahkan transaksi seperti bayar listrik dan transfer, tapi sering mengalami gangguan seperti gagal transfer dan error. Ia juga merasa kurang paham beberapa fitur, sehingga aplikasi belum sepenuhnya memenuhi kebutuhannya.[10]

Sementara itu, menurut Bapak M. Ryan Fahlefi, dosen IAIN Metro, merasa BSI Mobile atau *Byond by* BSI sangat membantu untuk transfer, cek saldo, bayar tagihan, dan *top up e-wallet*. Ia belum mengalami kendala, dan menilai fitur seperti tarik tunai tanpa kartu setara dengan bank konvensional.

[8] *Ibid.* Christin Verarika, hlm 96
[9] Bapak Ananto Triwibowo, Wawancara terhadap Dosen IAIN Metro, 21 Oktober 2024.
[10] Ibu Aulia, Wawancara terhadap Dosen IAIN Metro, 21 Oktober 2024.

Namun, ia mencatat keterbatasan mesin ATM di Kota Metro, meski tidak terlalu mengganggu.[11]

Bapak Janu Bimantara, pegawai IAIN Metro, menilai BSI *Mobile* atau *Byon by* BSI memudahkan transaksi, namun proses penggunaannya terasa rumit karena terlalu banyak langkah, seperti harus dua kali memasukkan sandi. Ia juga mengalami kendala teknis, seperti aplikasi yang tiba-tiba keluar saat transaksi, sehingga mengurangi efisiensi penggunaan.[12]

Berdasarkan hasil pra-survei menunjukkan bahwa BSI *Mobile* atau *Byond by* BSI umumnya memudahkan pengguna dalam transaksi seperti pembayaran listrik, *top up e-wallet*, transfer, dan cek saldo. Sebagian besar responden, seperti Bapak Ananto Triwibowo dan Bapak M. Ryan Fahlefi, merasa puas tanpa kendala berarti. Namun, beberapa pengguna mengeluhkan masalah teknis seperti gagal transfer dan proses *login* yang rumit. Keterbatasan mesin ATM di Kota Metro juga menjadi catatan, meski tidak terlalu mengganggu. Secara keseluruhan, BSI *Mobile* cukup memenuhi kebutuhan, meskipun masih perlu peningkatan di aspek teknis dan kenyamanan.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas penulis tertarik dan merasa penting untuk meneliti bagaimana "Pengaruh *Tangible Dan Realibility* Fasilitas *Mobile Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia".

[11] Bapak M. Ryan Fahlefi, Wawancara terhadap Dosen IAIN Metro, 21 Oktober 2024.
[12] Janu Bimantara, Wawancara terhadap Pegawai IAIN Metro, 21 Oktober 2024.

## B. Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah adalah suatu proses yang paling penting dalam melakukan sebuah penelitian selain dari latar belakang dan juga perumusan masalah yang ada. Berdasarkan latar belakang masalah di atas, dapat diidentifikasikan masalahnya yaitu:

1. Pentingnya aspek *Tangible* dan *Realibility* dalam fasilitas *Mobile Banking* untuk memastikan kepuasan dan keberhasilan layanan perbankan digital di era digital saat ini.
2. Kurangnya kepuasan nasabah terhadap fasilitas *Mobile Banking* Bank Syariah Indonesia (BSI), terutama terkait dengan aspek *Tangible* (bukti fisik) dan *Realibility* (keandalan).

## C. Batasan Masalah

Untuk memperjelas ruang lingkup masalah yang akan dibahas dan agar penelitian dilaksanakan secara fokus maka terdapat batasan masalah dalam penelitian ini, sebagai berikut:

1. Penelitian ini akan fokus pada pengaruh dua aspek utama, yaitu *Tangible* (bukti fisik) dan *Realibility* (keandalan) fasilitas *Mobile Banking* terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia.
2. Penelitian ini akan dilakukan dalam lingkup nasabah dari Bank Syariah Indonesia, yaitu nasabah dilingkup dosen dan pegawai FEBI Institusi Agama Islam Negeri Metro.

## D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, penelitian ini difokuskan pada seberapa besar pengaruh

1. Bagaimana pengaruh aspek *Tangible* terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI), pada nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) dosen dan pegawai FEBI IAIN Metro?
2. Bagaimana pengaruh *Realibility* fasilitas *Mobile Banking* terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI), pada nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) dosen dan pegawai FEBI IAIN Metro?
3. Bagaimana pengaruh *Tangible* dan *Realibility* terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI), pada nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) dosen dan pegawai FEBI IAIN Metro?

## E. Tujuan dan Manfaat Penelitian

### 1. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian pada hakikatnya merupakan sesuatu yang hendak dicapai, dan yang dapat memberikan arahan terhadap kegiatan pengumpulan data yang akan dilakukan. Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini yaitu,

1. Untuk menganalisis pengaruh aspek *Tangible* fasilitas *Mobile Banking* terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) di IAIN Metro.

2. Untuk menganilis pengarus aspek *Realibility* fasilitas *Mobile Banking* terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) di IAIN Metro.
3. Untuk menganalisis pengaruh aspek *tengibility* dan *Realibility* fasilitas *Mobile Banking* terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) di IAIN Metro.

**2. Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan untuk penelitian selanjutnya dapat memberikan manfaat, yaitu:

a. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang pemasaran jasa dan manajemen layanan perbankan, Penelitian ini dapat memperkaya literatur dan referensi terkait dengan pengaruh aspek tangibilitas dan keandalan terhadap kepuasan nasabah dalam konteks layanan *Mobile Banking*.

b. Manfaat Praktis

Secara praktis yaitu, penelitian ini dapat memberikan informasi yang berharga mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah dalam menggunakan layanan *Mobile Banking*, terutama terkait aspek *Tangible* dan *Realibility*. Hasil penelitian ini dapat menjadi dasar bagi Bank Syariah Indonesia untuk melakukan evaluasi dan perbaikan terhadap layanan *Mobile Banking* mereka, sehingga

dapat meningkatkan kepuasan nasabah, membangun kepercayaan, dan mempertahankan loyalitas nasabah.

## F. Penelitian Relevan

Sebagai upaya menunjukan adanya kebaruan (*novelty*) antara penelitian ini dengan penelitian yang sudah dilakukan sebelumnya, maka peneliti membandingkan ragam variabel, metode penelitian, dan hasil penelitian yang telah dilakukan.

| No | Nama | Judul | Hasil Penelitian | Perbedaan | Persamaan |
|---|---|---|---|---|---|
| 1 | Palupi Permata Rahmi, Asti Nur Aryanti, dan Dadan Abdul Aziz (2023) | Pengaruh Kualitas Layanan *Mobile Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah BCA Bertransaksi | Pengeruh *Tangible* dan *Realibility* pada fasilitas *Mobile Banking* sangat berpengaru terhadap kepuasaan nasabah. | Penetian terdahulu mengunkan teknik studi kepustakaan dalam meng umpulkan d ata sedangkan penelitian ini menggunaka n kuesioner dalam bentu k *google form* untuk mengumpul kan data | Menggunakan metode penelitian kuantitatif dan meneliti tentang kepuasan nasabah.[13] |
| 2 | Apriliana Alfina Damayanti (2023) | Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan | variabel tangible tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah yaitu | Penelitian terdahulu menggunak an tenknik penilitian *snowball* | Menggunakan metode penelitian kuantitatif dan meneliti tentang |

[13] Palupi Permata Rahmi, Asti Nur Aryanti, and Dadan Abdul Aziz, 'Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BCA Bertansaksi', *ARBITRASE: Journal of Economics and Accounting*, 3.3 (2023), 710 –22.

| No | Nama | Judul | Hasil Penelitian | Perbedaan | Persamaan |
|---|---|---|---|---|---|
| | | Nasabah Bank Syariah Indonesia (Bsi) Dengan Dimensi | fasilitas yang dirasa belum memadai seperti mesin ATM, tempat parkir dan kursi tunggu. *Realibility* menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan | *sampling* sedangkan penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* | kepuasan nasabah.[14] |
| | | | KCP Solo Pasar Kliwon, karena perusahaan yang dapat diandalkan dan mengutamakan standar pelayanan yang baik kepada nasabahnya | | |
| 3 | Dewi Retno sari (2021) | Pengaruh Pelayanan *Mobile Banking* Dan Atm Terhadapkepuasan Nasabah Bank Muamalat Kcp Sukarame | pengujian kelayakan *Tangible* dan *Realibility* yang di lakukan menunjukkan bahwa fasilitas, lokasi, dan pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalat KcSu karame | Penelitian terdahulu menggunakan tenknik penilitian *Proportionate stratified random sampling* sedangkan penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* | Menggunakan metode penelitian kuantitatif dan meneliti tentang kepuasan nasabah.[15] |

[14] Apriliana Alfina D amayanti Adirinarso, 'Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia (Bsi) Dengan Dimensi', *Nucl. Phys.*, 13.1 (2023), 104–16.

[15] Dwi Retno Sari, *Pengaruh Pelayanan Mobile Banking Dan ATM Terhadap Kepuasan Nabah Bak Muamalat Sukarame,* 2021.

Penelitian mengenai pengaruh *Tangible* dan *Realibility* terhadap kepuasan nasabah telah banyak dilakukan oleh para peneliti di bidang manajemen dan perbankan. Namun, setiap studi memiliki fokus dan karakteristik yang berbeda, yang dipengaruhi oleh faktor internal seperti strategi layanan, serta faktor eksternal seperti perkembangan teknologi dan perubahan perilaku konsumen. Mengingat hal tersebut, penelitian ini memberikan batasan khusus pada objek kajian, yaitu layanan *Mobile Banking* Bank Syariah Indonesia (BSI) melalui aplikasi BYOND by BSI. Fokus ini dipilih karena layanan digital semakin menjadi elemen utama dalam interaksi antara bank dan nasabah, khususnya dalam era perbankan modern yang menekankan pada efisiensi, kenyamanan, dan keandalan sistem.

# BAB II

# LANDASAN TEORI

## A. Kepuasan Nasabah

### 1. Pengertian Kepuasan Nasabah

Konteks teori *consumer behavior*, kepuasan lebih banyak didefinisikan dari perspektif pengalaman konsumen setelah mengkonsumsi atau menggunakan suatu produk atau jasa. Kepuasan adalah respon pemenuhan dari konsumen. Kepuasan adalah hasil dari penilaian konsumen bahwa produk atau jasa pelayanan telah memberikan tingkat kenikmatan di mana tingkat pemenuhan ini bisa lebih atau kurang.[1]

Teori kepuasan (*the expectancy disconfirmation model*) adalah model yang menjelaskan proses terbentuknya kepuasan atau ketidakpuasan konsumen, yaitu merupakan dampak perbandingan antara harapan konsumen sebelum pembelian atau konsumsi dengan kinerja sesungguhnya yang diperoleh oleh konsumen. Hasil perbandingan tersebut dapat dikelompokan menjadi disconfirmation dan confirmation. Secara rinci hasil dampak perbandingan meliputi:[2]

a. *Positive disconfirmation*, terjadi jika kinerja sesungguhnya (actual performance) lebih besar daripada harapan (*performance expectation*) konsumen.

---

[1] Sudaryono, *Perilaku Konsumen Dalams Persepektif Pemasaran*, 1st ed. (jakarta pusat: Lentera Ilmu Cendikia, 2014)., 43-45

[2] Ibid, hlm, 49

b. *Simple confirmation* terjadi bila kinerja sesungguhnya sama dengan harapan konsumen.
c. *Negrative disceptirmatiove*, terjadi apabila kinerja sesungguhnya lebih kecil daripada harapan konsumen.
d. *Negative disconfirmation*, terjadi apabila kinerja sesungguhnya lebih kecil daripada harapan konsumen.

Oliver menyatakan bahwa kepuasan adalah hasil dari perbandingan antara ekspektasi dan kinerja yang diterima. Dalam konteks perbankan, ini berarti bahwa kepuasan nasabah muncul ketika layanan yang diberikan oleh bank sesuai atau lebih baik daripada harapan mereka. Misalnya, jika nasabah berharap mendapatkan pelayanan yang cepat dan efisien, dan bank mampu memenuhi atau melampaui harapan tersebut, maka nasabah akan merasa puas.[3]

Menurut Kotler, kepuasan pelanggan dapat diartikan sebagai perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul akibat perbandingan antara kinerja produk atau jasa yang diterima dengan ekspektasi yang dimilikinya. Sedangkan Tjiptono, mendefinisikan kepuasan pelanggan sebagai suatu situasi di mana konsumen menyadari bahwa kebutuhan dan keinginannya sesuai dengan apa yang diharapkan dan terpenuhi dengan baik. Berdasarkan penjelasan tesrsebut maka dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul

[3] Layanan Publik Bappebti, "Survei Kepuasan Pengguna Layanan Publik Bappebti 2022," 2022, 1–130.

setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan.[4]

Kajian tingkat kepuasan terhadap suatu produk (barang atau jasa) dalam bentuk penelitian, dapat diterapkan langsung pada atribut produk atau dimensi tertentu yang menjadi fokus kajian. Pada dimensi kualitas dapat dipilah menjadi kualitas pelayanan dan kualitas produk. Pada setiap dimensi terdiri dari sub-sub dimensi yang dapat dijadikan sebagai dasar pijakan untuk mengidentifikasi atribut yang dipertimbangkan dalam suatu penelitian. Menurut Handi Irawan ada sepuluh prinsip kepuasan pelanggan atau konsumen yang harus diperhatikan untuk merebut hati pelanggan agar memenangkan persaingan, untuk mengukur seberapa puas nasabah terhadap layanan *Mobile Banking*, yaitu:[5]

a. Memulai dengan percaya akan pentingnya kepuasan pelanggan, menanam kepuasan menuai laba.
b. Memilih pelanggan dengan benar untuk membangun kepuasan pelanggan, pilihlah pelanggan Anda baru dipuaskan.
c. Memahami harapan pelanggan, mengontrol harapan, dan menggali harapan pelanggan adalah kunci.
d. Mencari faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan Anda: faktor-faktor pendorong, kepuasan dimulai dari pabrik, dimensi

[4] Teddy Chandra, Stefani Chandra, Layla Hafni, *Service Quality, Consumer Satisfaction, Dan Consumer Loyality : Tinjauan Teoritis*, *Angewandte Chemie International Edition, 6(11), 951–952.*, 2020.

[5] Sudaryono, *Perilaku Konsumen Dalams Persepektif Pemasaran*., 50

kualitas produk, dimensi kualitas pelayanan (*tangible, Realibility, responsitivenes, assurance, dan emphaty*).

e. Faktor emosional (*estetika, self expressive value dan brand personality*) adalah faktor penting yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.
f. Pelanggan yang komplain (kepuasan melalui komplain, menangani keluhan dengan sistem, efektivitas penanganan komplain) adalah pelanggan yang loyal.
g. Garansi kepada pelanggan adalah lompatan yang besar dalam kepuasan konsumen atau pelanggan.
h. Mendengarkan suara pelanggan Anda melalui: pengukuran kepuasan pelanggan (*top two boxes, performance importance, servqual*), memanfaatkan hasil riset kepuasan pelanggan dan *performance importance mapping.*

**2. Faktor Kepuasan Nasabah**

Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah mencakup kualitas layanan, kecepatan transaksi, serta komunikasi yang jelas dan transparan. Penelitian menunjukkan bahwa nasabah yang merasa diperhatikan dan diperlakukan dengan baik cenderung memiliki tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Selain itu, dengan kemajuan teknologi, layanan digital juga menjadi faktor penting yang memengaruhi kepuasan,

karena nasabah mengharapkan akses yang mudah dan cepat terhadap produk dan layanan perbankan.[6]

Aspek teknologi juga memainkan peranan penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Dengan adanya aplikasi perbankan yang intuitif dan mudah digunakan, nasabah dapat melakukan transaksi kapan saja dan di mana saja. Bank yang berinvestasi dalam teknologi dan inovasi, seperti chatbot untuk layanan pelanggan atau sistem keamanan yang canggih, tidak hanya akan meningkatkan efisiensi operasional tetapi juga meningkatkan rasa aman dan nyaman nasabah. Semua ini berkontribusi pada persepsi positif terhadap bank.[7]

**3. Indikator Kepuasan Nasabah**

Menrut Tjiptono pada buku Teddy Chandra indikator kepuasan pelanggan atau nasabah dipengaruhi beberapa hal, diantaranya adalah sebagai berikut:[8]

a. Perasaan puas (dalam arti puas akan produk dan pelayanannya), yaitu ungkapan perasaan puas atau tidak puas dari pelanggan saat menerima pelayanan yang baik dan produk berkualitas dari perusahaan.
b. Selalu membeli produk, yaitu pelanggan akan tetap memakai dan terus membeli suatu produk apabila pencapaiannya harapan yang mereka inginkan.

---

[6] Nur Dwi Jayanti, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Reputasi Perusahaan Terhadap Kepuasan Pasien Rumah Sakit Ibu Dan Anak (RSIA) Eria Bunda Pekanbaru," *Jurnal Ilmu Administrasi Publik* 6, no. 1 (2019): 1–11.

[7] Adirinarso, "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia (Bsi) Dengan Dimensi." hlm, 501

[8] Teddy Chandra, Stefani Chandra, Layla Hafni, *Service Quality, Consumer Satisfaction, Dan Consumer Loyality*. Hlm, 100

c. Akan merekomendasikan kepada orang lain, yaitu pelanggan yang merasa puas setelah memakai suatu produk atau jasa akan menceritakannya kepada orang lain serta mampu menceritakan pelanggan baru bagi suatu perusahaan.

d. Terpenuhinya harapan pelanggan setelah membeli produk, yaitu sesuai atau tidaknya kualitas suatu produk atau jasa pasca pembelian suatu produk dengan harap an yang diinginkan pelanggan.[9]

## B. *Tangible*

### 1. Pengertian *Tangible*

*Tangible* merujuk pada kualitas atau sifat sesuatu yang dapat dirasakan atau disentuh secara fisik. Istilah ini berasal dari kata bahasa Latin *"tangibilis"* yang berarti "dapat disentuh". Dalam konteks bisnis dan pemasaran, *Tangible* sering digunakan untuk membedakan antara produk fisik yang dapat dipegang dan layanan yang bersifat tidak berwujud. Produk yang memiliki tangibilitas tinggi adalah barang-barang yang dapat dilihat, disentuh, dan dirasakan secara langsung oleh konsumen. Contohnya termasuk peralatan elektronik, pakaian, makanan, dan kendaraan. *Tangible* produk ini memungkinkan konsumen untuk mengevaluasi kualitas dan nilai barang sebelum melakukan pembelian, yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian mereka.[10]

[9] Ibid, Teddy Chandra, Stefani Chandra, Layla Hafni. hlm. 143

[10] Ade Irma, 'Pengaruh Tangible Dan Responsiveness Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Garuda Plaza Hotel Medan', *Niagawan*, 9.3 (2020), 164.

Menurut Parasuraman dalam Taddy Chandra *Tangible* dalam kualitas pelayanan adalah bentuk aktualisasi nyata secara fisik dapat terlihat atau digunakan oleh pegawai sesuai dengan penggunaan dan pemanfaatannya yang dapat dirasakan membantu pelayanan yang diterima oleh orang yang menginginkan pelayanan, sehingga puas atas pelayanan yang dirasakan, yang sekaligus menunjukkan prestasi kerja atas pemberian pelayanan yang diberikan.[11]

Berarti dalam memberikan pelayanan, setiap orang yang menginginkan pelayanan dapat merasakan pentingnya bukti fisik yang ditunjukkan oleh pengembang pelayanan, sehingga pelayanan yang diberikan memberikan kepuasan.Bentuk pelayanan bukti fisik biasanya berupa sarana dan prasarana pelayanan yang tersedia, teknologi pelayanan yang digunakan, performance pemberi pelayanan yang sesuai dengan karakteristik pelayanan yang diberikan dalam menunjukkan prestasi kerja yang dapat diberikan dalam bentuk pelayanan fisik yang dapat dilihat.[12]

**2. Indikator *Tangible***

Berikut ini adalah indikator *Tangible* yang menjadi acuan dalam menilai kualitas layanan *Mobile Banking* dan pengaruhnya terhadap kepuasan nasabah. Indikator-indikator ini mencakup aspek-aspek yang penting untuk menciptakan pengalaman yang memuaskan bagi pengguna

[11] Teddy Chandra, Stefani Chandra, Layla Hafni, *Service Quality, Consumer Satisfaction, Dan Consumer Loyality*. Hlm 129

[12] Ibid, Hlm. 132

dalam menggunakan aplikasi *Mobile Banking*. Beberapa indikator tersebut adalah sebagai berikut:[13]

a. Kualitas Aplikasi: Tampilan dan kemudahan penggunaan aplikasi *Mobile Banking*.
b. Fasilitas Fisik: Ketersediaan dan kondisi fisik dari perangkat yang digunakan untuk mengakses *Mobile Banking*, seperti *smartphone* atau tablet.
c. Personil: Penampilan dan profesionalisme staf yang terlibat dalam layanan *Mobile Banking*, meskipun interaksi langsung mungkin terbatas.

## C. *Realibility*

### 1. Pengertian *Realibility*

Menurut Tjiptono dalam Teddy Chandra Kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik dan dengan akurasi yang tinggi. Kemampuan perusahaan untuk menyampaikan layanan yang dijanjikan secara akurat sejak pertama kali, contohnya sebuah perusahaan barangkali memilih konsultan semata-mata berdasarkan reputasi. Apabila konsultan tersebut mampu memberikan apa yang diinginkan klien, klien tersebut bakal puas dan membayar fee konsultasi. Namun, bila konsultan

[13] Teddy Chandra, Stefani Chandra, Layla Hafni, *Service Quality, Consumer Satisfaction, Dan Consumer Loyality*. Hlm 134

mewujudkan apa yang diharapkan klien, fee konsultasi tidak akan dibayar penuh.[14]

*Realibility* fasilitas *Mobile Banking* Bank Syariah Indonesia (BSI) memainkan peran penting dalam mendukung kebutuhan finansial nasabahnya. Baik individu maupun bisnis, membutuhkan aplikasi yang stabil, aman, dan mudah diakses untuk melakukan berbagai transaksi, seperti pengecekan saldo, transfer antarbank, hingga pembayaran tagihan. Keandalan aplikasi ini mencerminkan komitmen Bank Syariah Indonesia dalam memberikan layanan yang modern dan sesuai dengan perkembangan zaman.

Dalam hal keamanan, Bank Syariah Indonesia telah menerapkan berbagai protokol untuk melindungi data nasabah. Keamanan ini menjadi faktor krusial dalam meningkatkan ke percayaan nasabah terhadap fasilitas *Mobile Banking* mereka. Dengan menggunakan teknologi enkripsi dan autentikasi ganda, Bank Syariah Indonesia (BSI) berusaha memastikan bahwa setiap transaksi yang dilakukan melalui aplikasi *Mobile Banking* tetap aman dari risiko peretasan atau pencurian data. Hal ini penting mengingat semakin maraknya kasus kejahatan *siber* yang menargetkan layanan perbankan digital.[15]

Selain keamanan, aspek keandalan juga tercermin dari ketersediaan layanan *Mobile Banking* Bank Syariah Indonesia yang dapat diakses kapan saja dan di mana saja. Bank Syariah Indonesia perlu memastikan bahwa

[14] Teddy Chandra,Stefani Chandra, Layla Hafni, *Service Quality, Consumer Satisfaction, Dan Consumer Loyality*. hlm. Hlm. 75-76.

[15] Teddy Chandra, Stefani Chandra, Layla Hafni. hlm. 77

aplikasinya berfungsi optimal selama 24 jam tanpa gangguan, terutama dalam situasi darurat ketika nasabah memerlukan akses cepat untuk transaksi. Downtime atau gangguan teknis yang terjadi pada aplikasi dapat mengurangi tingkat kepuasan nasabah, sehingga stabilitas aplikasi harus selalu menjadi prioritas.[16]

Menjaga keandalan fasilitas *Mobile Banking*, inovasi berkelanjutan juga penting dilakukan oleh Bank Syariah Indonesia. Pembaruan fitur yang sesuai dengan kebutuhan nasabah, seperti integrasi dengan layanan *fintech atau e-wallet,* akan membuat aplikasi ini tetap relevan dan kompetitif. Dengan selalu memperbarui teknologi dan fitur yang ditawarkan, Bank Syariah Indonesia dapat terus memperkuat citra sebagai bank yang siap menghadapi tantangan digital dan memenuhi kebutuhan finansial masyarakat secara efisien.[17]

Hubungan antara *Tangible* dan *Realibility* dalam meningkatkan kepuasan nasabah, *Tangible* dan *Realibility* merupakan dua dimensi yang saling melengkapi dalam mempengaruhi kepuasan konsumen. Sebuah aplikasi *Mobile Banking* yang memiliki tampilan visual yang baik namun sering mengalami masalah teknis, seperti gangguan akses atau kesalahan transaksi, akan mengurangi kepuasan nasabah. Sebaliknya, aplikasi yang andal namun memiliki antar muka yang membingu.

---

[16] Zulfi Diane Zaini, Yulia Hesti, and RIvo Raihanza Passa, "Aspek Hukum Pelaksanaan Perlindungan Kerahasiaan Penyimpanan Dana Nasabah Pada BUMD Bank Lampung," *Jurnal Ilmiah Hukum Kenotariatan* 12, no. 1 (2023): 5,

[17] Mega Diva and Mochamad Isa Anshori, 'Penggunaan E-Wallet Sebagai Inovasi Transaksi Digital: Literatur Review', *MULTIPLE: Journal of Global and Multidisciplinary*, 2.6 (2024), 1991–2002.

**2. Indikator *Realibility***

Berikut ini adalah indikator *Realibility* yang menjadi acuan dalam menilai kualitas layanan *Mobile Banking* dan pengaruhnya terhadap kepuasan nasabah. Indikator-indikator ini mencakup aspek-aspek yang penting untuk menciptakan pengalaman yang memuaskan bagi pengguna dalam menggunakan aplikasi *Mobile Banking*. Beberapa indikator tersebut adalah sebagai berikut:[18]

a. Materi Komunikasi: Kualitas materi promosi dan informasi yang disediakan kepada pelanggan, seperti panduan penggunaan aplikasi.
b. Ketersediaan Layanan: Seringnya aplikasi *Mobile Banking* dapat diakses tanpa gangguan.
c. Keakuratan Transaks: Kesalahan dalam pemrosesan transaksi melalui *Mobile Banking.*
d. Ketepatan Waktu: Kecepatan dalam memproses transaksi dan memberikan informasi kepada pengguna.
e. Keandalan Sistem: kemampuan sistem untuk berfungsi dengan baik tanpa *downtime* yang signifikan.

## D. Hubungan *Tangible d*an *Realibility* terhadap Kepuasan Nasabah

*Tangible* dalam *Mobile Banking* mencakup aspek-aspek fisik dan visual yang dapat dirasakan atau dilihat langsung oleh nasabah. Misalnya, antarmuka pengguna (UI) yang intuitif, desain aplikasi yang menarik, dan fitur visual yang mudah digunakan semuanya berkontribusi pada pengalaman

[18] Teddy Chandra, Stefani Chandra, Layla Hafni, *Service Quality, Consumer Satisfaction, Dan Consumer Loyality*. Hlm 72-75

positif nasabah. Tampilan aplikasi yang profesional dan modern memberikan kesan profesionalisme dan memperkuat kepercayaan nasabah terhadap bank. Penelitian menemukan bahwa keberwujudan ini penting dalam menciptakan kesan pertama yang positif, sehingga dapat meningkatkan kepuasan nasabah.[19]

*Realibility* atau keandalan adalah kemampuan aplikasi *Mobile Banking* untuk memberikan layanan yang konsisten dan akurat, seperti ketersediaan layanan 24/7 tanpa gangguan dan keamanan yang tinggi. Dalam konteks *Mobile Banking*, reliabilitas mencakup stabilitas aplikasi, kecepatan pemrosesan transaksi, dan perlindungan data nasabah. Bank yang dapat memberikan layanan *Mobile Banking* yang handal membantu mengurangi kekhawatiran nasabah terkait keamanan dan gangguan teknis, sehingga meningkatkan kepuasan mereka terhadap layanan perbankan. Keandalan aplikasi juga berkaitan dengan perlindungan keamanan, yang penting untuk membangun rasa aman nasabah dan mendorong adopsi layanan ini secara jangka Panjang.[20]

## E. *Mobile Banking*

### 1. Pengertian *Mobile Banking*

*Mobile Banking* merupakan sebuah fasilitas dari bank dalam era modern ini yang mengikuti perkembangan teknologi dan komunikasi. Layanan perbankan ini dapat diakses langsung melalui jaringan

[19] Makruflis Hubbulwathan, The Effect of Assurance and Emphaty on Customer Satisfaction of Bank Syariah Indonesia (BSI) at Thursina Hospital in Duri City 120 Makruflis', 6.2 (2022), 2775–590.

[20] Ibid, Makruflis Hubbulwathan, hlm. 45.

seluler/handphone GSM (*Global for Mobile Communication*) atau CDMA dengan menggunakan layanan data yang sudah disediakan *oleh operator* telepon seluler yang digunakan oleh nasabah melalui SMS (*Short Message Service*).[21]

*Mobile Banking* adalah layanan perbankan yang memanfaatkan teknologi seluler untuk memungkinkan nasabah melakukan transaksi keuangan melalui perangkat *mobile*, seperti smartphone atau tablet. Secara umum, *Mobile Banking* memberikan kemudahan dan kenyamanan bagi pengguna untuk mengakses rekening mereka tanpa harus mengunjungi cabang bank. *Mobile Banking* merupakan layanan perbankan yang dapat diakses langsung melalui jaringan telepon seluler/*handphone* dengan menggunakan layanan data yang telah disediakan oleh operator telepon seluler.[22]

Dengan peningkatan penetrasi smartphone dan konektivitas internet, *Mobile Banking* menjadi pilihan yang semakin populer di kalangan masyarakat, mengubah cara orang berinteraksi dengan layanan perbankan. Layanan yang ditawarkan oleh *Mobile Banking* mencakup berbagai fitur penting, seperti pengecekan saldo, *transfer* dana, pembayaran tagihan, dan pembelian produk keuangan. Dalam konteks ini, *Mobile Banking* tidak hanya berfungsi sebagai alat untuk melakukan transaksi, tetapi juga sebagai platform untuk mengelola keuangan. Fitur-fitur seperti notifikasi transaksi dan pengingat pembayaran membantu nasabah untuk lebih

[21] Maryanto Supriyono, *Buku Pintar Perbankan*, Yokyakarta, 2019.
[22] Ibid, Hlm, 68

proaktif dalam mengatur keuangan mereka. Hal ini menciptakan pengalaman perbankan yang lebih interaktif dan responsif.[23]

*Mobile Banking* juga menghadapi tantangan, terutama dalam hal keamanan. Dengan meningkatnya jumlah transaksi yang dilakukan secara digital, potensi risiko, seperti penipuan dan pencurian data, semakin tinggi. Oleh karena itu, bank harus menerapkan langkah-langkah keamanan yang ketat, seperti otentikasi dua faktor dan *enkripsi* data, untuk melindungi informasi nasabah. Edukasi bagi pengguna tentang praktik keamanan yang baik juga menjadi sangat penting untuk mengurangi risiko yang mungkin terjadi. *Mobile Banking* memungkinkan bank untuk menjangkau segmen pasar yang lebih luas, termasuk masyarakat yang sebelumnya tidak memiliki akses ke layanan perbankan. Melalui aplikasi *mobile*, bank dapat menawarkan produk dan layanan yang sesuai dengan kebutuhan nasabah di daerah terpencil atau masyarakat yang tidak memiliki waktu untuk mengunjungi cabang bank. Ini mendukung inklusi keuangan, yang menjadi salah satu fokus utama dalam industri perbankan modern.[24]

*Mobile Banking* telah merevolusi cara orang melakukan transaksi perbankan. Dengan mengintegrasikan teknologi dan layanan keuangan, *Mobile Banking* tidak hanya membuat transaksi menjadi lebih cepat dan efisien, tetapi juga meningkatkan pengalaman nasabah secara

[23] Ibid. Palupi Permata Rahmi, Nur Aryanti, and Abdul Aziz, "Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BCA." hlm,12

[24] Vyctoria, *Bongkar Rahasia E-Banking Security Dengan Teknik Hacking Dan Carding* (Yokyakarta, 2013). Hlm. 102

keseluruhan. Seiring dengan perkembangan teknologi yang terus berlanjut, diharapkan *Mobile Banking* akan semakin inovatif dan adaptif terhadap kebutuhan pengguna, menjadikannya salah satu pilar utama dalam industri perbankan masa depan.[25]

**2. Manfaat *Mobile Banking***

Manfaat perbakan syariah yang menggunakan *Mobile Banking* adalah Bank Syariah Iindonesia yang memiliki aplikasi BSI *mobile* yang memiliki berbagai fitur dan kegunaan yang sangat berguna untuk memenuhi kebutuhan perbankan sehari-hari seperti:[26]

a. Kenyamanan dan fleksibilitas, *Mobile Banking* menawarkan empat manfaat utama bagi nasabah. Pertama, dari sisi kenyamanan dan fleksibilitas, nasabah dapat melakukan berbagai transaksi perbankan tanpa dibatasi waktu dan tempat. Layanan ini tersedia 24 jam sehari melalui *smartphone*, sehingga nasabah tidak perlu mengunjungi kantor cabang bank.

b. Produktivitas Tinggi, *Mobile Banking* meningkatkan produktivitas nasabah karena kemudahan penggunaannya. Terdapat dua faktor yang membuat nasabah tertarik menggunakan *Mobile Banking*: persepsi manfaat yang tinggi karena berbagai fitur yang ditawarkan, dan persepsi kemudahan karena aplikasi yang mudah dioperasikan.

[25] Suci Lestari, 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Dengan Menggunakan Metode Fuzzycarter (Study Pada BPRS Bandar Lampung)', *Jurnal Berkala Epidemiologi*, 5.1 (2020), 90–96.

[26] *https://www.bankbsi.co.id/produk&layanan/tipe/digital-banking*

c. Keamanan Transaksi, *Mobile Banking* menjamin keamanan transaksi nasabah melalui berbagai fitur keamanan modern. Penggunaan teknologi biometrik untuk login (seperti sidik jari atau wajah) dan sistem enkripsi data yang canggih membuat transaksi perbankan menjadi lebih aman dan terpercaya.

d. Dukungan Nasabah, *Mobile Banking* memberikan dukungan komprehensif kepada nasabah dengan menyediakan berbagai informasi penting seperti lokasi ATM dan cabang bank terdekat, informasi kurs mata uang terkini, berbagai program promo dan cashback, serta akses ke layanan pelanggan yang siap membantu nasabah ketika mengalami kendala.

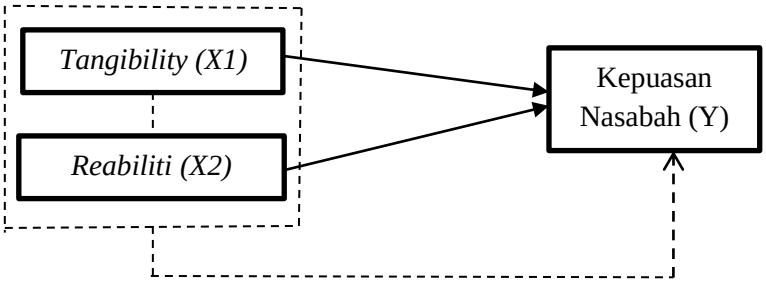
## F. Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir merupakan sintesa tentang hubungan antar variabel yang disususn dari berbagai teori yang telah dideskripsikan. Berdasarkan teori yang telah dideskripsikan, kemudian dilakukan analisis secara kritis dan sistematis, sehingga menghasilkan sinetesa tentang hubungan antar variabel yang diteliti**.**[27] Kerangka berfikir dibawah ini menjelaskan bahwa dalam penelitian terdapat variabel independen yaitu variabel yang mempengaruhi variable dependen (terikat), baik yang pengaruhnya positif maupun yang pengaruhnya negative yaitu *Tangible* (x1) dan *Realibility* (x2) dan variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat dari

[27] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D Cet*, ke 22 (Bandung: Alfabeta, 2015).

adanya perubahan pada variabel bebas yaitu kepuasan nasabah (Y). Kerangka berfikir dalam penelitian ini sebagai berikut:

**Grafik 2.1 Kerangka Berpikir**




## G. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pernyataan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data.[28] Hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini berkaitan dengan ada atau tidaknya pengaruh antar variabel X1, X2 dan variabel Y yaitu pengaruh *Tangible dan rebiliti* terhadap kepuasan nasabah dosen dan pegawai Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Metro.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Dewi Retno Sari, pengevaluasian aspek *Tangible* dan *Realibility* menunjukkan bahwa fasilitas dan pelayanan secara simultan memberikan pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalat Kantor Cabang Sukarame.[29] Sejalan

[28] Ibid, Sugiono, hlm. 64

[29] Ibid, Sari, *Pengaruh Pelayanan Mobile Banking Dan ATM Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Muamalat Kcp Sukarame*. hlm 28-29

dengan itu, penelitian Cristin Verarika juga mengungkapkan hasil yang serupa, di mana pengajuan kelayakan *Tangible* dan *Realibility* menunjukkan bahwa fasilitas dan pelayanan secara simultan berdampak signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Bank Central Asia (BCA) Surabaya.[30] Dari kedua penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa aspek *Tangible* dan *Realibility* memiliki peranan penting dalam menentukan tingkat kepuasan pelanggan, terlepas dari jenis dan lokasi bank yang diteliti. Maka hipotesis yang diajukan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1. $Ha_1$ : Ada pengaruh *Tangible* pada *Byond by* BSI terhadap kepuasan nasabah

   $Ho_1$ : Tidak ada pengaruh *Tangible* pada *Byond by* BSI terhadap kepuasan nasabah

2. $Ha_2$ : Ada pengaruh *rebiliti* pada *Byond by* BSI terhadap kepuasan nasabah

   $Ho_2$ : Tidak ada pengaruh *Realibility* pada *Byond by* BSI terhadap kepuasan nasabah

3. $Ha_3$ : Ada pengaruh *Tangible* dan *Realibility* pada *Byond by* BSI terhadap kepuasan nasabah

   $Ho_3$ : Tidak ada Pengaruh *Tangible* dan *Realibility* pada *Byond by* BSI terhadap kepuasan nasabah

[30] Ibid,Verarika, "The Effect of Tangibility, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy and Imagine on Customer Satisfaction at Pt. Central Asia Bank (Bca) in Surabaya." Hlm. 23-51

# BAB III

# METODE PENELITIAN

## A. Rancangan Penelitian

Berdasarkan permasalahan dan tujuan penelitian yang telah dipaparkan, maka penelitian ini berusaha untuk mendapatkan informasi secara lengkap dan mendalam mengenai pengaruh *Tangible* dan *Realibility* fasilitas *Mobile Banking* terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indoesia (BSI) IAIN Merto. Bentuk penelitian ini adalah kuantitatif.

Metode penelitian kuantitatiif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada *filsafatesponsat*, digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti berperan sebagai esponsa kunci.[1] Penelitian ini menggunakan respon pengambilan data melalui kuesioner. Jenis pengambilan sampel yang digunakan adalah *simple random sampling* (sampling acak).[2] Penelitian ini akan mencari ada atau tidak pengaruh *Tangible dan Realibility* fasilitas *Mobile Banking* terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) pada dosen dan pegawai FEBI IAIN Metro.

## B. Definisi Oprasionnal Variabel

Definisi operasional variabel merupakan aspek penelitian yang memberikan informasi atau petunjuk tentang cara mengukur suatu variabel.

---

[1] S.Pd. Dr. Karimuddin Abdullah S.HI. M.A. CIQnR Misbahul Jannah M.Pd. Ph.D. Ummul Aiman et al., *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, *Yayasan Penerbit Muhammad Zaini*, 2022.

[2] Anak Agung Putu Agung and Anik Yuesti, *Metode-Penelitian-Bisnis-Kuantitatif-Dan-Kualitatif*, *CV. Noah Aletheia*, vol. 1, 2019.

Definisi operasional juga dapat membantu peneliti lain yang ingin melakukan penelitian dengan menggunakan variabel yang sama. Variabel-variabel yang digunakan dalam peneliti ini adalah satu variabel dependen (variabel terikat) dan tiga variabel 33esponsa ta (variabel bebas).[3] Dengan demikian variabel-variabel yang diteliti dalam penelitian ini adalah:

**1. Variabel Bebas (X)**

Variabel bebas atau variabel responta (independent variable) atau variable bebas adalah variabel yang mempengaruhi variable dependen (terikat), baik yang pengaruhnya positif maupun yang pengaruhnya. Variabel bebas biasanya disimbolkan dengan variabel "X". Variabel bebas penelitian ini adalah pengarug *Tangible* dann *Realibility* fasilittas *Mobile Banking* terhadap kepuuasan nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) pada lingkup dosen dan pegawai FEBI IAIN Metro.[4]

**2. Variabel Terikat (Y)**

Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat dari adanya perubahan pada variabel bebas. Dalam suatu penelitian, variabel terikat berfungsi sebagai hasil yang diukur untuk melihat dampak dari perlakuan atau perubahan yang diberikan pada variabel bebas. Variabel bebas biasanya disimbolkan dengan variabel "Y". Variabel terikat penelitian ini adalah kepuasan nasabah.[5]

---

[3] Sugiyono, "Desain Penelitian,Hipotesis,Definisi-Oprasional,Analisa Data," *Sugiono*, 2019, 45–66.

[4] Ibid, hlm69

[5] Ibid, hlm 70

## C. Populasi, Sempel, dan Teknik Sampling

### 1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari, dan kemudian ditarik kesimpulanya.[6] Adapun populasi yang peneliti lakukan adalah nasabah Bank Syariah Indonesia dosen dan pegawai fakultas ekonomi dan bisnis islam (FEBI) IAIN Metro dengan jumlah keseluruhan 64 nasabah pengguna *Mobile Banking* yaitu sebagai berikut

**Tabel 3.1**
**Data Nasabah BSI IAIN Metro**

| No | Nasabah BSI IAIN Metro | Jumlah |
|---|---|---|
| 1. | Dosen FEBI IAIN Metro | 58 |
| 2. | Tenaga Pendidik | 2 |
| 3. | THL | 4 |
| **Total** | | 64 |

Sumber: Dekan FEBI IAIN Metro

### 2. Sempel

Menurut Sugiyono "Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut Salah satu syarat dalam penarikan sampel yaitu bahwa sampel itu harus bersifat *representative*, arinya sampel yang digunakan harus mewakili populasi.[7] Adapun responden dalam penelitian ini adalah nasabah Bank Syariah Indonesia

[6] Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif Kualitatif, Dan R&D* (Bandung: Alfabeta Cv, 2010).
[7] Ibid, Sugiyono, hlm. 40

dosen dan pegawai FEBI IAIN Metro. Berdasarkan penentuan jumlah responden yang akan dijadikan sempel, peneliti menggunakan teknik *Slovin* dengan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan:

n : Sempel

N : Populasi

e : perkiraan tingkat kesalahan [8]

Dalam penelitian ini, digunakan presentase 10% k arena Untuk populasi yang kecil, tingkat kesalahan yang lebih besar seperti 10% dapat diterima tanpa mengurangi validitas hasil penelitian secara signifikan sebagai batas kesalahan pengambilan sempel, sehingga berdasarkan rumus tersebut jumlah sampel yang didapatkan dari jumlah populasi sebanyak.[9]

$$N=\frac{N}{1+N(e)^2}$$

$$N=\frac{64}{1+64(0,1)^2}$$

$$N=\frac{64}{1,64}$$

$$N= 39,02$$

Berdasarkan hasil perhitungan di atas dengan jumlah populasi 64 maka sempel yang dijadikan responden dalam penelitian ini berjumlah 39,02 namun subjek bukan bilangan pecahan, maka dibulatkan menjadi 39 responden.

[8] Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif Kualitatif, Dan R&D*.
[9] Ibid, 70

### 3. Teknik Sampling

Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik random sampling, yaitu teknik pengambilan sampel yang dilakukan acak tanpa memperhatikan strata dalam populasi Untuk jumlah populasi yang diketahui, menganjurkan memakai rumus dari Yamane, Isaac dan Michael.[10]

## D. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari responden melalui instrumen penelitian seperti kuesioner, kunjungan, dan wawancara dengan beberapa responden. Sementara itu, data sekunder diperoleh dari penelusuran informasi melalui studi pustaka yang dilakukan untuk melengkapi dan mendukung data penelitian.[11] Adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini untuk mengumpulkan data adalah sebagai berikut:

### 1. Kuesioner (Angket)

Kuesioner adalah alat pengumpulan data dalam penelitian yang berbentuk serangkaian pertanyaan tertulis yang dirancang untuk mendapatkan informasi dari responden. Kuesioner biasanya digunakan dalam penelitian kuantitatif untuk mengukur variabel-variabel tertentu, baik itu sikap, pendapat, perilaku, atau karakteristik demografis. Kuesioner sering digunakan karena dapat menjangkau banyak responden dalam

[10]Ibid. Sugiyono, "Desain Penelitian,Hipotesis,Definisi-Oprasional,Analisa Data."hlm. 59-60

[11]Ibid., hlm 62

waktu yang relatif singkat, terutama dalam survei besar yang melibatkan banyak partisipan.[12]

Kuesioner terdiri dari dua jenis pertanyaan, yaitu pertanyaan tertutup dan pertanyaan terbuka. Pertanyaan tertutup memberikan opsi jawaban yang telah ditentukan sebelumnya, sehingga responden hanya memilih salah satu jawaban yang tersedia. Pertanyaan terbuka, di sisi lain, memberikan kebebasan kepada responden untuk memberikan jawaban secara lebih mendalam berdasarkan pandangan atau pengalaman mereka sendiri. Penggunaan kedua jenis pertanyaan ini bergantung pada tujuan penelitian dan jenis data yang ingin diperoleh.[13]

Penelitian ini menggunaakan *google form* sebagai media pengumpulan data kuesionernya, *output* dari *google form* ini setiap tanggapan tercatat secara otomatis dengan informasi waktu pengisian (*timestamp*), sehingga memudahkan kami melacak kapan respon diterima. Semua data telah diekspor ke dalam format spreadsheet yang memuat kolom-kolom seperti waktu pengisian, nama responden, dan jawaban untuk setiap pertanyaan. Ini memungkinkan kami untuk menganalisis data lebih lanjut atau memproses informasi secara rinci. *Google Form* juga menyediakan visualisasi otomatis, sehingga kami dapat melihat tren atau pola dengan cepat tanpa harus membuat grafik secara manual. Hasil ini dapat diunduh dalam format seperti Google Sheets, Excel, atau PDF, untuk mempermudah distribusi dan presentasi kepada tim atau pihak terk

[12] Ibid. sugiyono., hlm 65
[13] Ibid. hlm 67

**2. Dokumentasi**

Metode dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data dengan mempelajari data-data yang telah didokumentasikan. Dari asal katanya, dokumentasi berarti dokumen, yang mengacu pada barang-barang tertulis. Dalam pelaksanaan metode dokumentasi, peneliti menyelidiki berbagai benda tertulis seperti buku-buku, majalah, peraturan-peraturan, dokumen, notula rapat, catatan harian, dan sebagainya.[14] Dokumentasi dalam penelitian ini digunakan untuk memperoleh data tentang jumlah nasabah dan profil Bank Syariah Indonesia (BSI) di dosen dan pegawai FEBI IAIN Metro. Selain itu dokumentasi digunakan untuk memperoleh data tentang pengaruh *Tangible* dan *Realibility* fasilitas *Mobile Banking* terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia di FEBI IAIN Metro.

## E. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan alat yang digunakan untuk memperoleh, mengolah, dan menginterpretasikan informasi yang diperoleh dari para responden dengan menggunakan pola ukur yang sama.[15] Dalam penelitian ini menggunakan instrument penelitian berupa kuesioner dengan skala likert. Skala Likert adalah skala psikometrik yang umum digunakan dalam angket dan merupakan skala yang paling sering digunakan dalam riset survei. Skala ini dinamai sesuai dengan Rensis Likert, yang pertama kali menerbitkan laporan mengenai penggunaannya. Skala Likert digunakan untuk

[14] R Anugrah Utama, "Metodologi Penelitian," *Ketidaknyamanan Dan Komplikasi Yang Sering Terjadi Selama Persalinan Dan Nifas* 3 (2012): 35–58.

[15]Ibid. Sugiyono, "Desain Penelitian,Hipotesis,Definisi-Oprasional,Analisa Data." hlm. 51

mengukur sikap dan pendapat. Dalam skala ini, responden diminta untuk melengkapi kuesioner yang mengharuskan mereka menunjukkan tingkat persetujuannya terhadap serangkaian pertanyaan-pertayaan.[16] Pertanyaan atau pernyataan yang digunakan dalam penelitian biasanya disebut variabel penelitian. Skala Likert merupakan salah satu metode untuk mengumpulkan data guna mengukur atau mengetahui data yang bersifat kualitatif maupun kuantitatif. Data ini diperoleh untuk memahami pendapat, persepsi, atau sikap seseorang terhadap fenomena yang terjadi.[17]

Instrumern pertanyaan atau pernyatan ini akan menghasilkan total skor bagi tiap sampel yang diwakili oleh setiap nilai skor seperti berikut:

**Tabel 3.1**
**Skala Likert**

| Sangat Setuju | Setuju | Cukup Setuju | Tidak Setuju | Sangat Tidak Setuju |
|---|---|---|---|---|
| 5 | **4** | **3** | **2** | **1** |

**Tabel 1.2**
**Rancangan Kisi-Kisi Angket**

| Variabel Penelitian | Indikator | No Soal | Jumlah |
|---|---|---|---|
| Variabel Bebas (X1) *Tangible* | Kualitas aplikasi | 1, 2 | 2 |
| | Fasilitas fisik | 3,4 | 2 |
| | Personil | 5,6 | 2 |
| Variabel Bebas (X2) *Realibility* | Materi komunikasi | 7,8 | 2 |
| | Ketersediaan layanan | 9,10 | 2 |
| | Keakuratan transaksi | 11,12 | 2 |
| | Ketepatan waktu | 13,14 | 2 |
| | Keandalan sistem | 15,16 | 2 |
| | | **Jumlah** | **16** |
| Variabel Terikat (Y) | Perasaan puas | 1,2 | 2 |

[16] Sri Haryati, "Research And Development (R&D) Sebagai Salah Satu Model Penelitian Dalam," *Academia* 37, no. 1 (2012): 13.
[17] ibid. Haryati. hlm. 12

| Variabel Penelitian | Indikator | No Soal | Jumlah |
|---|---|---|---|
| Variabel Kepuasan | Selalu membeli produk | 2,3 | 2 |
| | Akan merekomendasikan orang lain | 6,7 | 2 |
| | Terpenuhinya harapan nasabah setelah menggunakan *Mobile Banking* | 8,9 | 2 |
| | | **Jumlah** | **8** |

## F. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses pengolahan data menjadi informasi baru agar karakteristik data tersebut lebih mudah dipahami dan berguna sebagai solusi untuk suatu permasalahan, terutama yang berkaitan dengan penelitian.[18] Dalam penelitian kuantitatif, teknik analisis data sudah jelas yakni menggunakan metode statistik. Dan dalam penelitian ini menggunakan metode SPSS 25.0 for windows. Teknik tersebut meliputi:

### 1. Pengujian Kualitas Data

Sebelum disebarkan kepada responden, instrument penelitian terlebih dahulu di uji instrument yang akan menggunakan bantuan perhitungan SPSS untuk memberikan keabsahan kuesioner yang dapat dipertanggung jawabkan:

a. Uji Validitas

Tujuan utama penelitian ini adalah untuk menguji validitas instrumen penelitian, baik berupa tes maupun non-tes, guna memastikan bahwa instrumen tersebut dapat mengukur variabel atau

[18]Ibid. Anisa Aulia, *Pengaruh Online Shop Terhadap Perilaku Mahasiswa Ekonomi Syariah Metro*, 2023, https://repository.metrouniv.ac.id/id/eprint/9019/1/SKRIPSI ANISA AULIA - 1903011019 - ESy.pdf. hlm. 35

konstruk yang diteliti dengan tepat. Uji validitas bertujuan untuk menilai sejauh mana instrumen tersebut mampu menggambarkan fenomena yang sedang diteliti. Dengan validitas yang baik, peneliti dapat memastikan bahwa data yang dikumpulkan benar-benar merepresentasikan variabel yang diinginkan, sehingga hasil penelitian dapat dipercaya dan relevan.[19] Uji validitas dilakukan dengan menggunakan rumus Person Product Moment:

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

Keterangan :

r : Koefesiensi korelasi Person Product Moment

n : Jumlah Sempel

X : Skor total untuk variabel X

Y : Skor total untuk variabel Y

Perhitungan ini akan dilakukan dengan bantuan komputer program SPSS versi 25.0.[20] Pengambilan keputusan uji validitas sebagai berikut:

1) Berdasarkan Signifikansi

   a) Jika nilai signifikansi > 0,05 maka item tidak valid

   b) Jika nilai signifikansi < 0,05 maka item dinyatakan valid

[19] Ina Magdalena and others, 'Mengelolah Data Uji Validitas Dan Reliabilitas Dalam Penelitian: Instrumen Tes Dan Non Tes Peserta Didik Kelas IV SDN Kacang Barat 03', *Jurnal Pendidikan Sosial Dan Konseling*, 1.2 (2023), 49–53.

[20] Ralph Adolph, "Metode Penelitian," 2016, 1–23.

2) Berdasarkan Nilai Korelasi

a) Jika nilai r hitung < r table maka item dinyatakan tidak valid

b) Jika nilai r hitung > r table maka item dinyatakan valid.[21]

b. Uji Reabilitas

Menurut Sri Nursala Reliabilitas adalah kesamaan hasil pengukuran atau pengamatan bila fakta atau kenyataan hidup tadi diukur atau diamati berkali-kali dalam waktu yang berlainan, Jadi uji reliabilitas adalah suatu uji atau tes untuk mengetahui ketepatan atau kejegan tes tersebut, artinya kapan pun tes tersebut digunakanakan memberikan hasil yang sama atau relatif sama.[22] Pengujian reliabilitas menggunakan rumus Alpha Cronbach's sebagai berikut:

$$ri = \left(\frac{k}{k-1}\right)\left(1 - \frac{\sum \sigma b^2 \, \sigma b}{\sigma t^2}\right)$$

Keterangan :

k : Jumlah butir pertanyaa

$\sum \sigma b^2$ : Jumlah varians butir

$\sigma t^2$ : Varians total

**2. Uji Asumsi Klasik**

a. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah teknik statistik yang digunakan untuk mengecek apakah data dalam sebuah penelitian mengikuti distribusi normal atau tidak. Asumsi distribusi normal ini sangat penting dalam

[21] Ibid. Adolph. hlm.25

[22] Sri Nursala, Rokhmad Slamet, Wahyuningsih, 'Validitas Dan Reliabilitas Terhadap Instrumen Kepuasan Ker', *Aliansi : Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 17.2 (2022), 51–58.

berbagai metode statistik, terutama dalam uji parametrik seperti uji t dan analisis regresi. Data yang mengikuti distribusi normal biasanya membentuk kurva simetris menyerupai lonceng (bell curve), di mana rata-rata, median, dan modus berada pada titik yang sama. Uji normalitas memastikan bahwa data yang digunakan sesuai dengan asumsi ini sebelum dilakukan analisis lebih lanjut.Uji Kolmogorov-Smirnov dan Shapiro-Wilk secara khusus menguji apakah data signifikan berbeda dari distribusi normal. Jika hasil uji menunjukkan nilai p lebih besar dari tingkat signifikansi (biasanya 0,05), maka data dianggap berdistribusi normal. Sedangkan, jika nilai p lebih kecil dari 0,05, maka data dianggap tidak normal.[23]

b. Uji Linieritas

Uji linieritas bertujuan untuk menentukan apakah terdapat hubungan linier antara dua variabel. Dua variabel dianggap memiliki hubungan linier jika nilai signifikansi *(p-value)* dari uji linieritas kurang dari 0,05. Jika nilai p lebih besar dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada hubungan linier yang signifikan antara kedua variabel tersebut.[24]

c. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali dalam penelitian yang dilakukan oleh Rizky dan Isroah, uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menentukan apakah terdapat perbedaan varians residual di antara pengamatan dalam

[23] Ghozali, "Uji Normalitas Data," *Journal of Chemical Information and Modeling* 53, no. 9 (2013): 1689–99.

[24]Wahyu Widhiarso, 'Prosedur Uji Linieritas Pada Hubungan Antar Variabel', 2010, 2–6.

analisis regresi. Salah satu syarat penting dalam regresi adalah tidak adanya heteroskedastisitas. Penelitian ini akan menggunakan metode uji Rank Spearman untuk menguji heteroskedastisitas. Uji ini dilakukan dengan mengkorelasikan nilai absolut dari residual dengan variabel independen. Hipotesis nol (H0) menyatakan tidak adanya heteroskedastisitas, dan H0 diterima jika nilai p-value lebih besar dari 0,05. Sebaliknya, jika *p-value* kurang dari 0,05, H0 ditolak, yang menunjukkan adanya heteroskedastisitas.[25]

**3. Pengujian hipotesi**

a. Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Sugiyono "Regresi linier berganda didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel independen dengan dua variabel dependen". Dalam penelitian ini menggunakan rumus persamaan regresi linier berganda menggunakan persamaan berikut:

$$Y = \alpha + \beta 1X1 + \beta 2X2 + e$$

Keterangan:

Y = *Tangible* (variabel dependen)

α = Konstanta (nilai Y saat X1 dan X2 bernilai 0)

β1 = Koefisien regresi untuk variabel X1 (*Tangibilit*)

β2 = Koefisien regresi untuk variabel X2 (*Realibility*)

X1 = *Tangibiliti* (variabel independent pertama)

[25] Aeniyatul, "Metoda Penelitian," *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan* 3 (2019): 1–9.

X2 = *Rabiliti* ( variabel independent kedua)

e = Error term (kesalahan yang tidak bisa dijelaskan oleh model)

b. Uji f

Uji kelayakan model (Uji F) Uji F digunakan untuk mengetahui kelayakan data, Uji F dilakukan untuk mengetahui apakah model regresi secara keseluruhan signifikan, yaitu apakah variabel-variabel independen (X1 dan X2) berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen (Y). Kaedah pengambilan Keputusan dalam uji F adalah:

Ho : Model regresi tidak layak digunakan (*Tangible*) dan *Realibility* tidak berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan nasabah).

Ha : Model regresi layak digunakan (*Tangible* dan berpengaruh *Realibility* secara simultan terhadap Kepuasan nasabah). Kriteria Pengujian:

1) Jika F hitung > F tabel atau p < 0,05, maka Ho ditolak (model layak digunakan).
2) Jika F hitung < F tabel atau p > 0,05, maka Ho diterima (model tidak layak digunakan).

Jadi, uji F mengevaluasi kelayakan model regresi dengan menguji apakah variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Hasil uji ini menentukan apakah model dapat digunakan dalam analisis.

c. Uji t

Uji digunakan untuk mengetahui adanya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat yaitu variabel *Tangible* dan *Realibility* terhadap kepuasan nasabah Pengujian hipotesis dengan menggunakan uji *t* dilakukan dengan cara membandingkan $t_{hitung}$ dengan $t_{tabel}$. Adapun rumus untuk menguji hipotesis nol dan hipotesis alternatif ditolak atau diterima menurut Sugiyono dalam penelitian Yanti adalah uji dengan rumus:

$$t=\frac{\sqrt{n-2}}{1-r2}$$

Keterangan:

t : Uji hipotesis

n : Banyaknya responden

r : Koefisiensi korelasi

Kriteria pengujian dengan menggunakan uji adalah:

$H_o$ : Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau jika P-value (Aymp.Sig) > = 0,1, maka $H_o$ diterima $H_\alpha$ ditolak. Hal ini berarti variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

$H_\alpha$ : Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau P-value (*Aymp.Sig*) < = 0,1 maka $H_\alpha$ di terima. Hal ini berarti variabel independent berpengaruh terhadap variabel dependen.[26]

[26] Karlina Oktaviani, 'Pengaruh Pemeriksaan Pajak Dan Penagihan Pajak Terhadap Efektifitas Penerimaan Pajak (Studi Pada KPP Pratama Bandung Cibeunyingperiode 2013-2015)',2017, 37–63

# BAB IV

# HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

## A. Gambaran Umum Objek Penelitian

### 1. Institut Agama Islam Negeri Metro

Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung berawal dari pendirian Yayasan Kesejahteraan Islam Lampung (YKIL) pada tahun 1961. Yayasan ini dibentuk oleh tokoh-tokoh Islam Lampung untuk mengembangkan pendidikan tinggi Islam. Pada tahun 1964, Fakultas Tarbiyah di bawah YKIL dinegerikan dan menjadi bagian dari Fakultas Tarbiyah IAIN Raden Fatah Palembang. Seiring berkembangnya kebutuhan pendidikan di Metro, pada tahun 1967 dibuka cabang Fakultas Tarbiyah dan Syari'ah di Kota Metro.[1]

Kemudian, pada 21 Maret 1997, berdasarkan Keputusan Presiden, cabang ini resmi menjadi Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Jurai Siwo Metro. Transformasi besar terjadi pada tahun 2016, ketika STAIN Jurai Siwo Metro resmi beralih status menjadi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro, berdasarkan Peraturan Presiden Nomor 71 Tahun 2016. Saat ini, IAIN Metro menjadi salah satu pusat pendidikan Islam terkemuka di Provinsi Lampung, dengan beberapa fakultas dan ribuan mahasiswa aktif.

[1] *Profil dan Sejarah iain metro,* https://www.metrouniv.ac.id/about/history/., diakses pada mei 2025

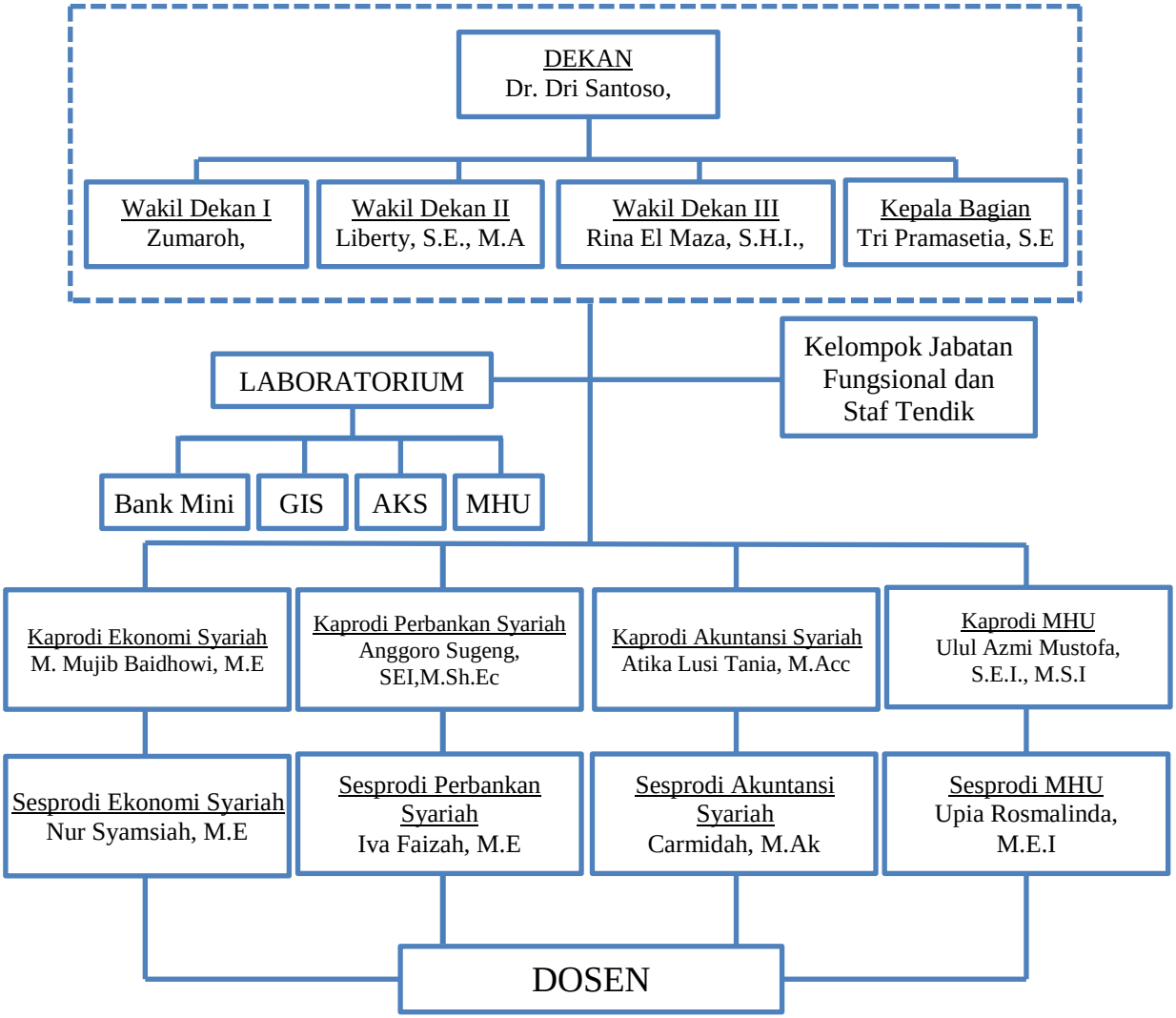
**2. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Metro**

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro merupakan salah satu fakultas yang didirikan setelah perubahan status STAIN Jurai Siwo Metro menjadi IAIN Metro pada tahun 2016. Pembentukan FEBI diresmikan pada tahun 2017 sebagai bagian dari upaya pengembangan institusi pendidikan tinggi Islam yang lebih terstruktur dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat modern. FEBI bertujuan untuk mencetak lulusan yang kompeten dalam bidang ekonomi dan bisnis berbasis nilai-nilai syariah.[2]

Fakultas ini memainkan peran penting dalam mendukung visi IAIN Metro sebagai pusat pendidikan dan penelitian yang unggul di bidang ilmu ekonomi Islam. FEBI memiliki empat program studi yang dirancang secara khusus untuk menjawab tantangan dan peluang di era modern, yaitu Ekonomi Syariah, Perbankan Syariah, Akuntansi Syariah, serta Manajemen Haji dan Umrah. Fasilitas yang disediakan di FEBI sangat mendukung proses pembelajaran dan pengembangan keilmuan mahasiswa. Fakultas ini memiliki ruang kuliah modern yang dilengkapi dengan teknologi pendukung, perpustakaan fakultas yang menyediakan koleksi literatur lengkap di bidang ekonomi dan bisnis Islam, laboratorium komputer yang menunjang kegiatan praktikum berbasis teknologi, serta ruang seminar dan workshop untuk kegiatan akademik dan pelatihan. Pada fakultas FEBI IAIN Metro terdiri struktur organisasi sebagai berikut:

[2] *Profil dan Sejarah FEBI iain metro, https://www.metrouniv.ac.id/about/history/.*, diakses pada mei 2025

**Gambar 4.1**
**Struktur organisasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro (FEBI IAIN Metro)**




### 3. Bank Syariah Indonesia (BSI)

Bank Syariah Indonesia (BSI) adalah bank syariah terbesar di Indonesia yang resmi berdiri pada 1 Februari 2021, hasil penggabungan tiga bank syariah milik BUMN: BRI Syariah, BNI Syariah, dan Mandiri Syariah. Merger ini merupakan langkah strategis pemerintah melalui Kementerian BUMN untuk memperkuat industri keuangan syariah nasional. BSI beroperasi berdasarkan prinsip syariah, menghindari riba,

gharar, dan maysir, serta menggunakan akad-akad syariah seperti murabahah, mudharabah, musyarakah, ijarah, dan wakalah, yang diawasi oleh Dewan Pengawas Syariah.[3]

Pendirian BSI bertujuan untuk meningkatkan inklusi keuangan syariah, menyediakan layanan keuangan yang luas dan modern, serta mendukung posisi Indonesia sebagai pusat ekonomi dan keuangan syariah global. Selain itu, BSI diharapkan dapat berkontribusi pada pembangunan nasional dengan mengedepankan nilai keberkahan dan keadilan sosial. BSI menyediakan berbagai produk pembiayaan, seperti KPR syariah, pembiayaan kendaraan, pembiayaan UMKM, hingga pembiayaan korporasi. Produk simpanannya mencakup tabungan reguler, tabungan haji dan umrah, serta deposito mudharabah. Di era digital, BSI hadir melalui layanan BSI Mobile, internet banking, dan pembayaran QRIS. Tak hanya fokus pada finansial, BSI juga memudahkan masyarakat menyalurkan zakat, infaq, dan wakaf secara digital melalui kerja sama dengan lembaga-lembaga amil. Seluruh layanan ini mencerminkan komitmen BSI sebagai mitra terpercaya dalam membangun ekonomi syariah yang inklusif, adil, dan berkelanjutan.[4]

Bank Syariah Indonesia (BSI) Cabang IAIN Metro hadir untuk memudahkan akses layanan keuangan syariah bagi sivitas akademika

[3] Nora Dery Sofya, Dedy Heriwibowo, Rodianto, "Pengaruh kualitas layanan mobile banking dan tingkat kepercayaan terhadap kepuasan nasabah bank ntb syariah cabang sumbawa", Jurnal Tambora, Vol.4, No.2A, (Juli, 2020) 45

[4] Debi Triyanti, Reny Fitriana Kaban, dan Muhammad Iqbal, "Peran Layanan Mobile Banking dalam Meningkatkan Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Syariah", Jurnal Muhammadiyah Manajemen Bisnis, Vol2 No.1 (Februari, 2021), 183

kampus, termasuk mahasiswa, dosen, dan karyawan. Keberadaannya mendukung berbagai transaksi seperti pembayaran UKT, penyaluran gaji, pencairan beasiswa, dan layanan keuangan lainnya. BSI juga berperan dalam edukasi keuangan syariah melalui seminar, pelatihan, dan program magang mahasiswa. Layanannya mencakup pembukaan tabungan syariah, setor-tarik tunai, transaksi digital via BSI Mobile dan internet banking, serta fasilitasi ZISWAF. Kolaborasi ini memperkuat peran BSI sebagai mitra strategis dalam membentuk generasi cerdas finansial berbasis syariah.[5]

**1. *Mobile Banking BYOND by BSI***

*Mobile Banking BYOND by BSI* Bank Syariah Indonesia (BSI Mobile) adalah aplikasi perbankan digital yang disediakan oleh Bank Syariah Indonesia untuk memudahkan nasabah dalam melakukan berbagai transaksi keuangan secara praktis, aman, dan sesuai prinsip syariah langsung dari smartphone.[6] Aplikasi ini menjadi solusi modern yang menggabungkan teknologi dan nilai-nilai syariah untuk memenuhi kebutuhan transaksi keuangan umat Muslim di era digital.[7] BSI Mobile BYOND by BSI memiliki berbagai fitur unggulan, antara lain:

[5] Elia Septia Wati1, Muhammad Iqbal Fasa2, Suharto, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah", Jurnal Akutansi, Menegemen, Bisnis, dan Teknologi (AMBITEK), Vol. 3. No. 1 (Februari, 2023), 55

[6] Debi Triyanti, Reny Fitriana Kaban, dan Muhammad Iqbal "Peran Layanan Mobile Banking dalam Meningkatkan Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Syariah" Jurnal Muhammadiyah Manajemen Bisnis, Vol2 No.1 (Februari, 2021), 184

[7] Hesti Handinisari, Sofian Muhlisin , Yono, "Pengaruh Keamanan, Kemudahan dan Kepercayaan Nasabah Bank Syariah Indonesia Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Layanan Mobile Banking (BSI KCP Jalan Baru)", Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis, Vol.4, No. 3 (2023), 820

**a. Transfer Dana**

Nasabah dapat melakukan transfer antar rekening BSI, ke bank lain melalui jaringan BI-FAST atau transfer online, serta transfer menggunakan nomor handphone yang sudah terdaftar.

**b. Pembayaran dan Pembelian**

BSI Mobile memudahkan berbagai pembayaran seperti tagihan listrik, air, pulsa, paket data, BPJS, TV kabel, hingga zakat dan infaq melalui menu yang praktis. Berikut alur menggunakan BYOND By BSI pada fitur pembayaran dan pembelian.

**c. Top Up E-Wallet**

Nasabah dapat mengisi saldo dompet digital seperti GoPay, OVO, ShopeePay, dan lainnya langsung dari aplikasi.

**d. Informasi Rekening**

Pengguna dapat melihat saldo, mutasi rekening, dan riwayat transaksi kapan saja dan di mana saja.

**e. QRIS Payment**

BSI Mobile mendukung pembayaran melalui QRIS (Quick Response Code Indonesian Standard) untuk kemudahan transaksi non-tunai di berbagai merchant.

**f. Buka Rekening Online**

Aplikasi ini memungkinkan calon nasabah membuka rekening baru secara online tanpa harus datang ke kantor cabang, cukup dengan verifikasi data dan video call.

**g. Fitur Islami**

BSI *Mobile* juga dilengkapi dengan fitur penunjang ibadah seperti arah kiblat, jadwal salat, dan kalkulator zakat, menjadikannya bukan hanya aplikasi keuangan tapi juga teman spiritual.[8]

## B. Deskripsi Data Hasil Penelitian

### 1. Deskripsi Hasil Tanggapan Responden

Populasi dalam penelitian ini terdiri atas dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Metro, Tenaga Pendidik, serta Tenaga Harian Lepas (THL), dengan jumlah keseluruhan sebanyak 64 orang. Menentukan jumlah sampel, peneliti menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan (*margin of error*) sebesar 10%, sehingga diperoleh sampel sebanyak 39 responden.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *probability sampling* yang memberikan kesempatan yang sama bagi setiap anggota populasi untuk terpilih menjadi sampel. Pemilihan metode ini dimaksudkan untuk memastikan bahwa sampel yang diperoleh dapat mewakili populasi secara objektif dan menghasilkan data yang akurat dan dapat diandalkan dalam proses analisis.

Adapun untuk lebih jelasnya kembali mengenai responden sebagai berikut:

[8] Annisa Fitria dan Aang Munawar, "Pengaruh Penggunaan Internet Banking. Mobile Banking dan SMS Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BNI", Jurnal Informatika Kesatuan, Vol.1, No.1 (2021) 52

**a. Penyebaran Responden Berdasarkan Status**

Berdasarkan jabatan, maka responden dalam penelitian ini diklasifikasikan pada tabel 4.1 sebagai berikut:

**Tabel 4.13**
**Responden Berdasarkan Status**

| No | Nasabah BSI IAIN Metro | Jumlah |
|---|---|---|
| 1. | Dosen FEBI IAIN Metro | 33 |
| 2. | Tenaga Pendidik | 2 |
| 3. | THL | 4 |
| **Total** | | 39 |

Sumber: Data Primer diolah, April 2025

Nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) yang berada di lingkungan IAIN Metro terdiri dari berbagai kalangan sivitas akademika, yang mencerminkan keterlibatan institusi pendidikan dalam mendukung layanan keuangan syariah. Berdasarkan data yang tersedia, jumlah nasabah BSI dari kalangan dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Metro tercatat sebanyak 34 orang. Terdapat 1 orang tenaga pendidik non-dosen yang juga menjadi nasabah BSI. Selain itu, 4 orang THL di lingkungan kampus turut menjadi nasabah aktif BSI.

Data ini menunjukkan bahwa BSI telah menjangkau berbagai elemen kampus, dan menjadi pilihan utama dalam penyediaan layanan perbankan berbasis syariah di lingkungan FEBI IAIN Metro. Jumlah ini juga mencerminkan potensi yang besar bagi penguatan literasi dan inklusi keuangan syariah di sektor pendidikan tinggi.

## 2. Penyebaran Responden Berdasarkan Variabel

### a. Deskripsi Pengaruh *Tangible*

**Tabel 4.14**
**Jumlah Jawaban Hasil Responden Penyebaran Kuesioner Berdasarkan Variabel Pengaruh *Tangible***

| Variabel | Item | SS | S | CS | TS | STS |
|---|---|---|---|---|---|---|
| ***Tangible*** | 1 | 10 | 22 | 1 | 5 | 1 |
| | 2 | 8 | 24 | 2 | 5 | 0 |
| | 3 | 5 | 25 | 3 | 6 | 0 |

Sumber : Data Primer diolah, April 2025

Berdasarkan data pada tabel 4.2 mengenai variabel *Tangible* yang terdiri dari tiga item pernyataan, dapat diuraikan presentase responden berdasarkan pilihan jawaban Skala Likert: Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Cukup Setuju (CS), Tidak Setuju (TS), dan Sangat Tidak Setuju (STS).

Item 1 menunjukkan bahwa dari total 39 responden, sebanyak 10 orang (25,64%) menyatakan *Sangat Setuju (SS)*, 22 orang (56,41%) menyatakan *Setuju (S)*, 1 orang (2,56%) *Cukup Setuju (CS)*, 5 orang (12,82%) *Tidak Setuju (TS)*, dan 1 orang (2,56%) *Sangat Tidak Setuju (STS)*. Ini menunjukkan mayoritas responden setuju terhadap kualitas berwujud (*Tangible*) yang ditanyakan dalam item pertama.

Item 2 memperlihatkan bahwa 8 orang (20,51%) *Sangat Setuju (SS)*, 24 orang (61,54%) *Setuju (S)*, 2 orang (5,13%) *Cukup Setuju (CS)*, dan 5 orang (12,82%) *Tidak Setuju (TS)*, sementara tidak ada responden yang memilih *Sangat Tidak Setuju (STS)*. Hasil ini

menunjukkan dominasi sikap setuju terhadap pernyataan pada item kedua.

Item 3 mencatat 5 orang (12,82%) *Sangat Setuju (SS)*, 25 orang (64,10%) *Setuju (S)*, 3 orang (7,69%) *Cukup Setuju (CS)*, 6 orang (15,38%) *Tidak Setuju (TS)*, dan tidak ada yang *Sangat Tidak Setuju (STS)*. Dengan lebih dari 75% responden menyatakan setuju atau sangat setuju, hal ini juga mendukung bahwa aspek *Tangible* dinilai cukup positif oleh mayoritas responden. Secara keseluruhan, berdasarkan ketiga item tersebut, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden menunjukkan sikap positif terhadap variabel *Tangible*, dengan proporsi terbesar memilih kategori *Setuju*. Hal inimenunjukkan bahwa aspek berwujud dalam pelayanan, seperti fasilitas fisik, tampilan, dan kenyamanan, dinilai baik oleh para responden.

**b. Deskripsi *Realibility* Fasilitas**

**Tabel 4. 3**
**Jumlah Jawaban Hasil Responden Penyebaran Kuesioner Berdasarkan Variabel *Realibility* Fasilitas**

| Variabel | Item | SS | S | CS | TS | STS |
|---|---|---|---|---|---|---|
| ***Realibility*** | 1 | 7 | 30 | 2 | 0 | 0 |
| | 2 | 9 | 26 | 2 | 2 | 0 |
| | 3 | 6 | 27 | 0 | 5 | 1 |
| | 4 | 12 | 26 | 1 | 0 | 0 |
| | 5 | 5 | 30 | 3 | 1 | 0 |

Sumber : Data Primer diolah, April 2025

Berdasarkan data dari variabel *Realibility* yang terdiri dari lima item pernyataan, dapat disusun analisis berdasarkan persentase pilihan

responden dalam skala Likert (Sangat Setuju/SS, Setuju/S, Cukup Setuju/CS, Tidak Setuju/TS, dan Sangat Tidak Setuju/STS), dengan jumlah responden sebanyak 39 orang. Item 1 menunjukkan bahwa 7 responden (17,95%) memilih *Sangat Setuju (SS)*, 30 responden (76,92%) *Setuju (S)*, dan 2 responden (5,13%) *Cukup Setuju (CS)*. Tidak ada yang memilih *TS* maupun *STS*. Hal ini menunjukkan tingkat kepercayaan yang tinggi terhadap pernyataan item pertama mengenai keandalan layanan.

Item 2 menunjukkan 9 responden (23,08%) memilih *SS*, 26 responden (66,67%) *S*, 2 responden (5,13%) *CS*, dan 2 responden (5,13%) *TS*, tanpa ada yang memilih *STS*. Ini masih menunjukkan dominasi sikap positif terhadap keandalan layanan. Item 3 memperlihatkan 6 responden (15,38%) *SS*, 27 responden (69,23%) *S*, tidak ada yang *CS*, 5 responden (12,82%) *TS*, dan 1 responden (2,56%) *STS*. Meskipun sebagian kecil responden tidak setuju, mayoritas tetap menunjukkan respons positif.

Item 4 menunjukkan 12 responden (30,77%) *SS*, 26 responden (66,67%) *S*, dan 1 responden (2,56%) *CS*, tanpa ada yang menyatakan *TS* atau *STS*. Ini menjadi indikator sangat kuat bahwa pernyataan dalam item ini sangat dipercaya oleh responden. Item 5 menunjukkan bahwa 5 responden (12,82%) memilih *SS*, 30 responden (76,92%) *S*, 3 responden (7,69%) *CS*, 1 responden (2,56%) *TS*, dan tidak ada yang *STS*. Mayoritas responden menilai aspek *Realibility* secara positif.

Variabel *Realibility* menunjukkan hasil yang sangat positif, dengan dominasi jawaban *Setuju* dan *Sangat Setuju* pada setiap item tpernyataan. Ini menandakan bahwa mayoritas responden menilai pelayanan yang diberikan sudah andal, tepat waktu, dan konsisten dalam kualitas, yang merupakan aspek inti dari *Realibility*. Dapat disimpulkan bahwa aspek keandalan dalam pelayanan telah dijalankan dengan baik dan memuaskan menurut persepsi Nasabah.

**c. Deskripsi Kepuasan Nasabah**

**Tabel 4.4**
**Jumlah Jawaban Hasil Responden Penyebaran Kuesioner Berdasarkan Variabel Kepuasan Nasabah**

| Variabel | Item | SS | S | CS | TS | STS |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Kepuasan Nasabah | 1 | 8 | 20 | 1 | 9 | 1 |
| | 2 | 6 | 26 | 2 | 5 | 0 |
| | 3 | 7 | 20 | 2 | 8 | 2 |
| | 4 | 9 | 16 | 3 | 10 | 1 |

Sumber : Data Primer diolah, April 2025

Berdasarkan data dari variabel Kepuasan Nasabah yang terdiri dari lima item pernyataan dengan total responden sebanyak 39 orang, berikut adalah analisis berdasarkan persentase pilihan responden terhadap skala Likert. Item 1 menunjukkan bahwa sebanyak 8 responden (20,51%) memilih *Sangat Setuju (SS)*, 20 responden (51,28%) *Setuju (S)*, 1 responden (2,56%) *Cukup Setuju (CS)*, 9 responden (23,08%) *Tidak Setuju (TS)*, dan 1 responden (2,56%) *Sangat Tidak Setuju (STS)*. Ini mengindikasikan bahwa meskipun

mayoritas responden puas, masih ada sebagian yang merasa kurang puas terhadap aspek layanan yang ditanyakan.

Item 2 memperlihatkan 6 responden (15,38%) *SS*, 26 responden (66,67%) *S*, 2 responden (5,13%) *CS*, 5 responden (12,82%) *TS*, dan tidak ada yang memilih *STS*. Ini menunjukkan kecenderungan positif yang lebih kuat, dengan sebagian besar responden merasa puas. Item 3 menunjukkan 7 responden (17,95%) *SS*, 20 responden (51,28%) *S*, 2 responden (5,13%) *CS*, 8 responden (20,51%) *TS*, dan 2 responden (5,13%) *STS*. Meskipun ada kepuasan, persentase ketidakpuasan cukup signifikan. Item 4 menunjukkan distribusi yang lebih seimbang, dengan 9 responden (23,08%) *SS*, 16 responden (41,03%) *S*, 3 responden (7,69%) *CS*, 10 responden (25,64%) *TS*, dan 1 responden (2,56%) *STS*. Ini menandakan bahwa pernyataan dalam item ini memiliki respon yang lebih beragam dan menyiratkan potensi area yang perlu diperbaiki.

Secara umum, mayoritas responden memilih *Setuju* dan *Sangat Setuju*, yang mencerminkan tingkat kepuasan yang cukup baik terhadap layanan. Namun, munculnya proporsi yang cukup signifikan pada pilihan *Tidak Setuju* dan *Sangat Tidak Setuju* dalam beberapa item menunjukkan bahwa ada sebagian nasabah yang belum sepenuhnya puas. Hal ini menjadi indikator penting bagi pihak Bank BSI IAIN Metro untuk melakukan evaluasi lebih lanjut terhadap

aspek-aspek pelayanan yang masih dianggap kurang memuaskan agar tingkat kepuasan nasabah dapat ditingkatkan secara merata.

## 3. Hasil Analisis Data

### a. Uji Validitas

Uji validitas merupakan suatu pengukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen penelitian. Jumlah responden (n) dalam penelitian ini sebanyak 39 orang. Uji validitas dilakukan dengan bantuan program komputer pengolah data statistic dengan SPSS versi 25 menggunakan teknik korelasi *Product Moment Pearson*. Analisis dilakukan dengan dua pendekatan, yaitu melalui nilai signifikansi Sig. (2-tailed) pada taraf signifikansi 0,000 dan nilai *Pearson Correlation* yang dibandingkan dengan nilai r tabel sebesar 0.316. Berdasarkan hasil uji yang diperoleh, seluruh butir pernyataan pada variabel X1, X2, dan Y menunjukkan hasil yang valid, karena nilai signifikansinya < 0,000 dan nilai korelasi lebih besar dari r tabel. Seluruh item pernyataan layak digunakan dalam pengumpulan data. Berikut ini disajikan rangkuman hasil uji validitas untuk masing-masing variabel.

**Tabel 4.5**
**Hasil Uji Validitas Variabel**

| Variabel | Item | r hitung | r tabel | Sig | Keterangan |
|---|---|---|---|---|---|
| ***Tangible*** **(X1)** | 1 | 0.750 | 0.316 | 0.000 | Valid |
| | 2 | 0.769 | 0.316 | 0.000 | Valid |
| | 3 | 0.789 | 0.316 | 0.000 | Valid |
| ***Realibility*** **(X2)** | 4 | 0.468 | 0.316 | 0.003 | Valid |
| | 5 | 0.646 | 0.316 | 0.000 | Valid |
| | 6 | 0.856 | 0.316 | 0.000 | Valid |

| Variabel | Item | r hitung | r tabel | Sig | Keterangan |
|---|---|---|---|---|---|
| | 7 | 0.557 | 0.316 | 0.000 | Valid |
| | 8 | 0.582 | 0.316 | 0.000 | Valid |
| **Kepuasan Nasabah (Y)** | 9 | 0.859 | 0.316 | 0.000 | Valid |
| | 10 | 0.737 | 0.316 | 0.000 | Valid |
| | 11 | 0.880 | 0.316 | 0.000 | Valid |
| | 12 | 0.807 | 0.316 | 0.000 | Valid |
| | 13 | 0.750 | 0.316 | 0.000 | Valid |

Sumber: Data Primer diolah Spss 25, April 2025

Berdasarkan *output* hasil uji validitas, seluruh indikator memiliki r hitung lebih dari r tabel, maka seluruh indikator dinyatakan valid. Hal tersebut berarti bahwa instrumen kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini valid dan mampu mengukur variabel yang ingin diukur.

**b. Uji Reliabilitas**

Uji reliabilitas menunjukkan sejauh mana suatu instrumen penelitian mampu menghasilkan data yang konsisten dan dapat dipercaya. Sebuah instrumen dikatakan reliabel apabila nilai *Cronbach's Alpha* yang dihasilkan >0,60.

**Tabel 4.6**
**Hasil Uji Reliabilitas**

| Variabel | *Cronbach's Alpha* | Keterangan |
|---|---|---|
| ***Tangible*** | 0.648 | Reliabel |
| ***Realibility*** | 0.628 | Reliabel |
| **Kepuasan Nasabah** | 0.837 | Reliabel |

Sumber: Data Primer diolah Spss 25, April 2025

Berdasarkan Tabel 4.6 seluruh variabel yang meliputi *Tangible*, *Realibility* dan Kepuasan Nasabah memiliki nilai *Cronbach's Alpha* > 0,6. Hal ini menunjukkan bahwa setiap indikator dalam variabel-

variabel tersebut memenuhi syarat reliabilitas. Dapat disimpulkan bahwa semua indikator dalam instrumen penelitian ini dinyatakan *reliabel*. Instrumen yang reliabel memiliki kemampuan untuk menghasilkan data yang konsisten dan dapat dipercaya dalam pengukuran. Oleh karena itu, seluruh item dalam variabel penelitian ini layak digunakan sebagai alat ukur dalam penelitian yang sedang dilakukan.

**4. Uji Asumsi Klasik**

**a. Uji Normalitas**

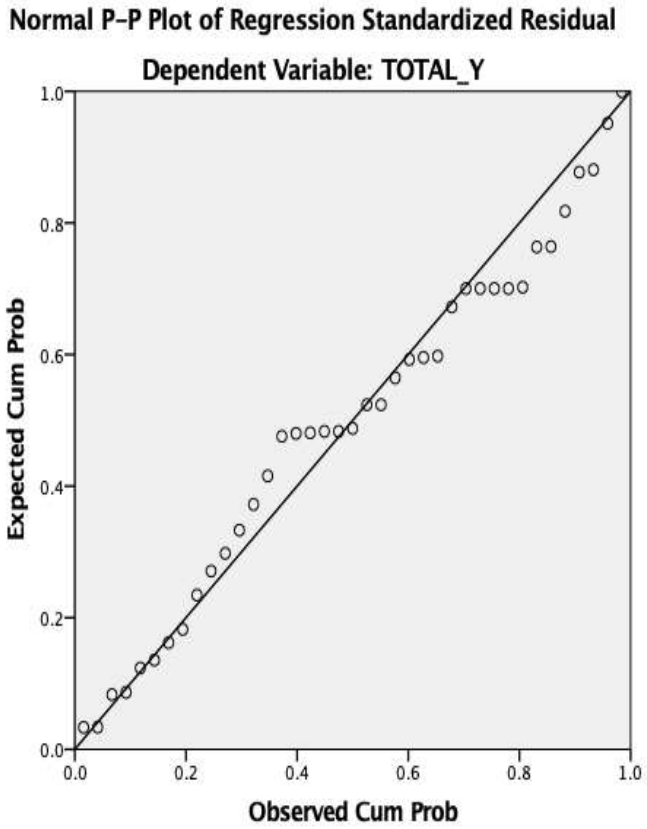
Uji normalitas data bertujuan untuk mengetahui data yang diperoleh dari responden sudah terdistribusi normal atau tidak.

**Tabel 4.7**
**Uji Normalitas**

| | | **Unstandardize Residual** |
|---|---|---|
| **N** | | 39 |
| Normal Parameters | Mean | 0.000 |
| | Std. Deviation | 2.062 |
| Most Extreme Difference | Absolute | 0.116 |
| | Positive | 0.113 |
| | Negative | -0.116 |
| Test Statistic | | 0.116 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | | 0.200 |

Sumber: Data Primer diolah Spss 25, April 2025

**Gambar 4. 3.**
**Grafik Uji Normalitas**




Berdasarkan hasil uji analisis normalitas mendapatkan nilai sebesar 0,200 > 0,05, dimana peneliti dapat memberikan kesimpulan bahwa hasil ini menunjukan data primer berdistribusi dengan normal.

**b. Uji Linieritas**

Uji linearitas bertujuan untuk mengevaluasi apakah model yang digunakan telah disusun dengan spesifikasi yang tepat. Melalui uji ini, dapat diketahui apakah hubungan dalam model empiris sebaiknya bersifat linear, kuadratik, atau kubik.

**Tabel 4.8**
**Uji Linieritas**

| Hubungan Variabel | F | Sig | Keterangan |
|---|---|---|---|
| Kepuasan Nasabah * *Tangible* | 0.695 | 0.676 | Linear |
| Kepuasan Nasabah * *Realibility* | 0.1035 | 0.428 | Linear |

Sumber : Data Primer diolah Spss 25, April 2025

Berdasarkan hasil uji linearitas, hubungan antara *Tangible* dan Kepuasan Nasabah menunjukkan nilai F sebesar 0.695 dengan tingkat signifikansi (Sig) sebesar 0.676. Karena nilai signifikansi lebih besar dari 0.05, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat penyimpangan dari linearitas, sehingga hubungan antara kedua variabel tersebut dianggap linear. Hal ini menunjukkan bahwa aspek-aspek berwujud dalam pelayanan, seperti fasilitas fisik, tampilan petugas, dan kelengkapan sarana, memiliki pola hubungan yang konsisten dengan tingkat kepuasan nasabah.

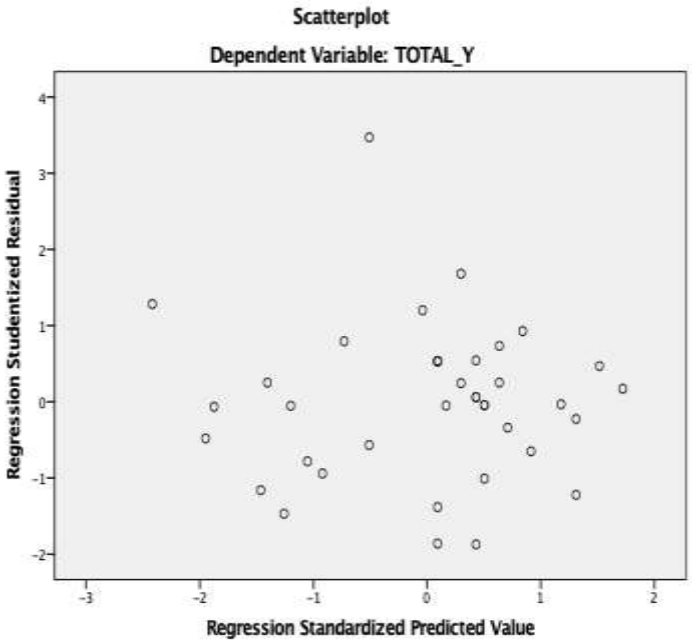
Hubungan antara *Realibility* dan Kepuasan Nasabah diperoleh nilai F sebesar 1.035 dengan signifikansi 0.428. Nilai ini juga lebih besar dari 0.05, yang berarti hubungan antara kedua variabel tersebut juga dapat dianggap linear. Kedua hasil ini menunjukkan bahwa model hubungan linier dapat digunakan untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pasien.

**c. Uji Heterokedastisitas**

Pengujian ini dilakukan dengan metode *Scatter plot* dan *Glejser* untuk menguji ada tidaknya ketidaksamaan variansi residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Heteroskedastisitas menguji terjadinya ketidak-samaan varians residual suatu periode

pengamatan ke periode pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah model regresi yang memiliki ketidak-samaan varians residual suatu pengamatan yang lain, sehingga dikatakan model tersebut heteroskedastisitas.

**Gambar 4.4.**
**Uji Heteroskedastisitas**




Grafik *scatterplot* atau tidak. Jika terdapat pola tertentu dalam grafik maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas. Gambar 4.2 terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak serta tersebar baik di atas maupun di bawah angka nol pada sumbu Y, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi pada penelitian ini.

**Tabel 4.9**
**Uji Heterokedastisitas**

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|---|---|---|---|---|---|
| | B | Std. Error | Beta | | |
| (Constant) | 1.307 | 2.199 | | 0.594 | 0.556 |
| *Tangible* (X1) | -0.222 | 0.119 | -0.336 | -1.860 | 0.071 |
| *Realibility* (X2) | 0.135 | 0.122 | 0.200 | 1.106 | 0.276 |
| Variabel Dependen = ABS_RES | | | | | |

Sumber : Data Primer diolah Spss 25, April 2025

Uji heterokedastisitas ini menggunakan cara uji *Spearman's rho* antara variabel X1, X2, dan Y dengan cara yang dapat dilakukan untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas yaitu dengan menggunakan teknik uji koefisien korelasi *spearman'rho* yaitu mengkorelasikan variabel independen dengan residualnya. Kriteria pengujian dengan menggunakan tingkat signifikan 0,05 dengan uji 2 sisi. Apabila korelasi antara variabel independen dengan residualnya memberikan signifikan > 0,05 maka dapat dikatakan tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

**5. Uji Hipotesis**

**a. Uji Analisis Regresi Linier Berganda**

Hasil analisis regresi linier mengenai pengaruh variabel *Tangible*, *Realibility*, dan Fasilitas terhadap Kepuasan Nasabah. Tabel menyajikan informasi mengenai hubungan antara variabel-variabel independen dengan variabel dependen, termasuk nilai koefisien regresi, nilai signifikansi, serta kontribusi masing-masing variabel dalam memengaruhi tingkat kepuasan nasabah. Analisis regresi

berganda bertujuan untuk mengetahui sejauh mana masing-masing faktor berpengaruh secara simultan maupun parsial terhadap kepuasan yang dirasakan oleh nasabah.[9]

**Tabel 4.10**
**Uji Analisis Regresi Linier Berganda**

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|---|---|---|---|---|---|
| | B | Std. Error | Beta | | |
| (Constant) | -9.001 | 3.369 | | -2.672 | 0.011 |
| *Tangible* (X1) | 0.988 | 0.183 | 0.590 | 5.411 | 0.000 |
| *Realibility* (X2) | 0.601 | 0.187 | 0.351 | 3.223 | 0.003 |
| Variabel Dependen = Kepuasan Nabasah (Y) | | | | | |

Sumber: Data Primer yang Diolah Spss 25, April 2025

Berdasarkan hasil analisis Regresi Linier Berganda pada Tabel diperoleh persamaan Regresi sebagai berikut: Y= -9.001 + 0,988 (X1) + 0,601 (X2)

1) Konstanta

Nilai konstanta diperoleh sebesar -9.001 artinya jika nilai negatif dari kedua variabel independen *Tangible dan Realibility* Fasilitas terhadap variabel dependen kepuasan nasabah.

2) *Tangible* (X1)

Koefisien regresi Pengaruh *Tangible* diperoleh sebesar 0,998 yang berarti bahwa apabila variabel Pengaruh *Tangible* meningkat maka Kepuasan Nasabah akan meningkat dan sebaliknya, dengan asumsi variabel yang lain dalam keadaan konstan.

[9] Elia Septia Wati1, Muhammad Iqbal Fasa2, Suharto, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah", Jurnal Akutansi, Menegemen, Bisnis, dan Teknologi (AMBITEK), Vol. 3. No. 1 (Februari, 2023), 56

3) *Realibility* Fasilitas (X2)

*Realibility* Fasilitas diperoleh sebesar 0,601 yang berarti bahwa apabila variabel *Realibility* Fasilitas sesuai dengan manfaat yang diperoleh maka Kepuasan Nasabah akan meningkat dan sebaliknya, dengan asumsi variabel yang lain dalam keadaan konstan.

**b. Uji t**

Pengujian hipotesis menggunakan uji-t untuk menguji signifikansi koefisien regresi pengaruh dari masing-masing variabel independen secara sendiri-sendiri atau individual (parsial) terhadap variabel dependen. Pada penelitian ini nilai t tabel dicari taraf signifikansi 0.05 dengan melakukan uji 2 sisi dan angka df residual yakni sebesar 37 (df residual= 39-2= 37), sehingga nilai t tabel sebesar 1.687.

**Tabel 4.11**
**Uji Parsial (Uji T)**

| **Model** | **Unstandardized Coefficients** | | **Standardized Coefficients** | **t** | **Sig.** |
|---|---|---|---|---|---|
| | B | Std. Error | Beta | | |
| (Constant) | -9.001 | 3.369 | | -2.672 | 0.011 |
| *Tangible* (X1) | 0.988 | 0.183 | 0.590 | 5.411 | 0.000 |
| *Realibility* (X2) | 0.601 | 0.187 | 0.351 | 3.223 | 0.003 |
| Variabel Dependen = Kepuasan Nabasah (Y) | | | | | |

Sumber: Data Primer yang Diolah Spss 25, 2025

1) Pengaruh *Tangible* terhadap Kepuasan Nasabah

Hasil perhitungan t hitung 5.411 > t tabel 1.687 atau nilai P-value sebesar 0.000 < 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat

pengaruh yang signifikan antara variabel *Tangible* terhadap Kepuasan Nasabah Bank BSI dilingkup dosen dan pegawai FEBI IAIN Metro. Ada pengaruh *Tangible* pada *Mobile Banking* terhadap kepuasan nasabah, maka Ha diterima dan H0 ditolak.

2) Pengaruh *Realibility* Fasilitas terhadap Kepuasan Nasabah

Hasil perhitungan t hitung 3.223 > t tabel 1.687 atau nilai P-value sebesar 0.003 < 0,05. Hal ini berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara *Realibility* terhadap Kepuasan Nasabah Bank BSI IAIN Metro. Ada pengaruh *Realibility* pada *Mobile Banking* terhadap kepuasan nasabah, maka Ha diterima dan H0 ditolak.

**c. Uji F**

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan yang signifikan antara rata-rata lebih dari dua kelompok**.**

**Tabel 4.15.**
**Uji F**

| Model | | Sum of Squares | df | Mean Squaare | F | Sig |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | Regression | 325.505 | 2 | 162.752 | 36.229 | 0.000 |
| | Residual | 161.726 | 36 | 4.492 | | |
| | Total | 487.231 | 38 | | | |

Sumber: Data Primer yang Diolah Spss 25, April 2025

Berdasarkan uji F pada Tabel 4.10 diatas didapat nilai F sebesar 36.229 dengan tingkat signifikan sebesar 0,000, karena F hitung > F tabel (36.229>3,25), maka Ha diterima. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh *Tangible* dan *Realibility* pada *Mobile Banking* terhadap kepuasan nasabah secara bersama-sama (simultan).

## B. Pembahasan

Hasil analisis ini menunjukkan bahwa Pengaruh *Tangible* dan *Realibility* Fasilitas terhadap Kepuasan Nasabah Bank BSI pada lingkup dosen dan pegawai FEBI IAIN Metro.

1. Pengaruh *Tangible* berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah Bank BSI pada lingkup dosen dan pegawai FEBI IAIN Metro

   Berdasarkan hasil uji regresi linier variabel *Tangible* (X1) menunjukkan koefisien sebesar 0.988 dengan nilai standar error 0.183 nilai t-hitung sebesar 5.411, serta nilai signifikansi 0.000 < 0.05 maka dapat disimpulkan bahwa variabel *Tangible* berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Nasabah Bank BSI pada lingkup dosen dan pegawai FEBI IAIN Metro. Terdapat hubungan yang nyata antara aspek fisik pelayanan yang disediakan oleh bank dengan tingkat kepuasan nasabahnya.

   Koefisien regresi yang bernilai positif menunjukkan bahwa semakin baik kualitas *Tangible* yang ditampilkan oleh Bank BSI pada lingkup dosen dan pegawai FEBI IAIN Metro, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan nasabah. Aspek *Tangible* dalam hal ini mencakup kualitas aplikasi *byond by* BSI, fasilitas fitur *byond by* BSI, personil aplikasi *byond by* BSI. Faktor-faktor tersebut memberikan kesan pertama yang kuat kepada nasabah dan secara tidak langsung memengaruhi persepsi mereka terhadap kualitas pelayanan secara keseluruhan.[10]

[10] Elia Septia Wati1, Muhammad Iqbal Fasa2, Suharto, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah", Jurnal Akutansi, Menegemen, Bisnis, dan Teknologi (AMBITEK), Vol. 3. No. 1 (Februari, 2023), 59

Temuan ini menegaskan bahwa peningkatan aspek *Tangible* merupakan salah satu strategi penting yang dapat digunakan untuk memperkuat kepuasan nasabah. Menciptakan pelayanan yang mencakup kualitas aplikasi *byond by* BSI, fasilitas fitur *byond by* BSI, personil aplikasi *byond by* BSI, Bank BSI pada lingkup dosen dan pegawai FEBI IAIN Metro mampu meningkatkan kepercayaan dan kenyamanan nasabah saat melakukan transaksi maupun konsultasi keuangan. Oleh karena itu, perhatian terhadap elemen-elemen fisik tidak hanya berfungsi sebagai pelengkap, tetapi menjadi bagian penting dalam menciptakan pelayanan yang berkualitas dan berorientasi pada kepuasan pelanggan.

2. *Realibility* Fasilitas berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah Bank BSI pada lingkup dosen dan pegawai FEBI IAIN Metro

   Berdasarkan hasil analisis regresi linier, variabel *Realibility Fasilitas* (X2) memiliki koefisien regresi sebesar 0.601 dengan nilai standar error 0.187, nilai t-hitung sebesar 3.223 dan nilai signifikansi sebesar 0.003 < 0.05 maka dapat disimpulkan bahwa *Realibility* berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Nasabah Bank BSI pada lingkup dosen dan pegawai FEBI IAIN Metro. Artinya, semakin tinggi tingkat keandalan fasilitas yang disediakan oleh bank, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang dirasakan oleh nasabah.[11]

   *Realibility* mencakup kemampuan fasilitas yang tersedia untuk berfungsi dengan baik, memberikan kenyamanan, serta mendukung

[11] Elia Septia Wati1, Muhammad Iqbal Fasa2, Suharto, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah", Jurnal Akutansi, Menegemen, Bisnis, dan Teknologi (AMBITEK), Vol. 3. No. 1 (Februari, 2023), 56

kelancaran pelayanan kepada nasabah. Fasilitas materi komunikasi *byond by* BSI, ketersediaan layanan *byond by* BSI, keakuratan transaksi pada *byond by* BSI, ketepatan waktu dalam menggunakan *byond by* BSI, serta keadalan sistem pada *byond by* BSI menjadi faktor penting dalam membentuk persepsi nasabah terhadap kualitas layanan. Ketika fasilitas yang disediakan berfungsi secara optimal dan konsisten, nasabah akan merasa lebih percaya dan nyaman dalam menggunakan layanan bank.

Hasil ini menunjukkan bahwa Bank BSI pada lingkup dosen dan pegawai FEBI IAIN Metro perlu terus menjaga dan meningkatkan keandalan fasilitas yang dimiliki sebagai bagian dari strategi untuk meningkatkan kepuasan nasabah. Keandalan fasilitas tidak hanya memberikan kenyamanan secara fisik, tetapi juga mencerminkan profesionalitas dan komitmen bank dalam memberikan pelayanan terbaik. Dengan demikian, *Realibility* Fasilitas menjadi salah satu aspek penting yang perlu diperhatikan secara berkelanjutan dalam upaya mempertahankan dan meningkatkan kepuasan nasabah.

3. Pengaruh *Tangible* dan *Realibility* Fasilitas berpengaruh secara bersama-sama terhadap Kepuasan Nasabah Bank BSI pada lingkup dosen dan pegawai FEBI IAIN Metro

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda, diketahui bahwa variabel *Tangible* dan *Realibility* Fasilitas secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah Bank BSI pada lingkup dosen dan pegawai FEBI IAIN Metro. Hal ini ditunjukkan oleh

nilai signifikansi simultan (uji F) <0.05 yang berarti kedua variabel tersebut secara simultan memberikan kontribusi terhadap variasi kepuasan nasabah. Nilai F sebesar 36.229 dengan tingkat signifikan sebesar 0,000, karena F hitung > F tabel (36.229>3.25), maka H0 diterima. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh *Tangible* dan *Realibility* pada *Mobile Banking* terhadap kepuasan nasabah secara bersama-sama (simultan).

Aspek *Tangible* berkaitan dengan penampilan fisik layanan, seperti kualitas aplikasi, fasilitas fisik, personis dari *biyond by* BSI. *Realibility* fasilitas mencakup sejauh mana fasilitas bank berfungsi secara konsisten dan andal dalam mendukung kelancaran transaksi dan interaksi nasabah. Kombinasi antara tampilan fisik yang meyakinkan dan fasilitas yang berfungsi optimal menciptakan pengalaman pelayanan yang positif, sehingga dapat meningkatkan kepuasan nasabah seperti perasaan puas, selalu membeli produk atau menggunakan produk, akan merekomendasikan kepada orang lain, dan terpenuhinya harapan nasabaah menggunkan produk secara keseluruhan.[12]

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Dewi Retno Sari menunjukkan bahwa aspek *Tangible* (berwujud) dan *Realibility* (keandalan) berpengaruh sangat signifikan terhadap kepuasan nasabah. Aspek *Tangible* mencakup fasilitas fisik dan tampilan layanan seperti,

[12] Hesti Handinisari, Sofian Muhlisin, Yono, "Pengaruh Keamanan, Kemudahan dan Kepercayaan Nasabah Bank Syariah Indonesia Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Layanan Mobile Banking (BSI KCP Jalan Baru)", Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis, Vol.4, No. 3 (2023), 823

kualitas aplikasi *byond by* BSI, fasilitas fitur *byond by* BSI, personil aplikasi *byond by* BSI sedangkan *Realibility* merujuk pada materi komunikasi *byond by* BSI, ketersediaan layanan *byond by* BSI, keakuratan transaksi pada *byond by* BSI, ketepatan waktu dalam menggunakan *byond by* BSI, serta keadaan sistem pada *byond by* BSI. Ketika kedua aspek ini terpenuhi dengan baik, nasabah akan merasa lebih puas, percaya, pada bank BSI lingkup dosen dan pegawai FEBI IAIN Metro.

Temuan ini memberikan implikasi penting bagi pihak manajemen Bank BSI pada lingkup dosen dan pegawai FEBI IAIN Metro agar terus menjaga dan meningkatkan kualitas pelayanan baik dari sisi fisik maupun fungsional. Menciptakan lingkungan pelayanan yang nyaman serta didukung oleh fasilitas yang andal, bank tidak hanya dapat memenuhi harapan nasabah, tetapi juga membangun loyalitas jangka panjang. Karena itu, pada dua aspek ini penting untuk meningkatkan kualitas layanan dan kepuasan pelanggan.

# BAB V

# PENUTUP

## A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Tangible* dan *Realibility* Fasilitas terhadap Kepuasan Nasabah Bank BSI pada lingkup dosen dan pegawai FEBI IAIN Metro, dengan melibatkan 39 responden sebagai sampel penelitian. Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. *Tangible* (X1) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Nasabah Bank BSI pada lingkup dosen dan pegawai FEBI IAIN Metro. Ditunjukan dengan hasil t hitung 5.441 > t tabel sebesar 1.687 dan nilai P-value 0.000 < 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa Ha diterima dan H0 ditolak.
2. Variabel *Realibility* Fasilitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Nasabah Bank BSI pada lingkup dosen dan pegawai FEBI IAIN Metro. Ditunjukan dengan hasil t hitung 3.223 > 1.687 dan nilai P-value 0.003 < 0,05, maka Ha diterima dan H0 ditolak.
3. *Tangible* dan *Realibility* Fasilitas berpengaruh signifikan secara bersama-sama terhadap Kepuasan Nasabah Bank BSI pada lingkup dosen dan pegawai FEBI IAIN Metro berdasarkan f hitung 36.229 > 3.25 f tabel dengan signifikansi 0.000> 0.05. Peningkatan pada kedua aspek ini secara bersamaan akan berdampak positif terhadap persepsi dan kepuasan

nasabah terhadap layanan yang diberikan oleh Bank BSI pada lingkup dosen dan pegawai FEBI IAIN Metro, maka Ha diterima dan H0 ditolak.

## B. Saran

Berdasarkan dari hasil penelitian tersebut, terdapat beberapa saran dengan harapan akan ada hasil yang lebih baik dipenelitian selanjutnya terkait *Tangible* dan *Realibility* Fasilitas terhadap Kepuasan Nasabah.

1. Meningkatkan kualitas fasilitas fisik (*Tangible*) Bank BSI pada lingkup dosen dan pegawai FEBI IAIN Metro disarankan untuk terus memperhatikan kenyamanan dan kebersihan lingkungan, penataan ruang layanan, serta penampilan pegawai. Perbaikan dan pembaruan fasilitas secara berkala akan memberikan kesan profesional dan meningkatkan kenyamanan nasabah saat bertransaksi.
2. Mengoptimalkan keandalan fasilitas layanan (*Realibility)* Bank perlu memastikan bahwa seluruh sarana dan prasarana penunjang layanan berfungsi dengan baik dan konsisten. Pelayanan yang cepat, akurat, dan tepat waktu sangat penting untuk menjaga kepercayaan nasabah. Pelatihan rutin bagi pegawai juga dapat meningkatkan keandalan pelayanan yang diberikan.
3. Mengintegrasikan *Tangible* dan *Realibility* dalam strategi peningkatan layanan penting untuk menciptakan pengalaman nasabah yang optimal. Dengan memperhatikan aspek fisik dan keandalan secara seimbang, bank dapat meningkatkan kepuasan, mendorong loyalitas, serta membangun citra positif di mata Masyarakat.

## DAFTAR PUSTAKA


Adolph, Ralph, *Metode Penelitian*, 2016.

Agung, Anak Agung Putu, and Anik Yuesti, *Metode-Penelitian-Bisnis-Kuantitatif-Dan-Kualitatif*, (CV. Noah Aletheia, 2019)

Aulia, Anisa, *Pengaruh Online Shop Terhadap Perilaku Mahasiswa Ekonomi Syariah Metro*, 2023

Bappebti, Layanan Publik, 'Survei Kepuasan Pengguna Layanan Publik Bappebti 2022', 2022, 1–130

Larashati, Tri, 'Pengaruh Kecukupan Modal Terhadap Profitabilitas Pada PT Bank Internasional Indonesia (Studi Kasus Pada Laporan Keuangan PT Bank Internasional Indonesia Tbk)', 2013

Sari, dwi retno, *Pengaruh Pelayanan Mobile Banking Dan ATM Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Muamalat Kcp Sukarame*

Sudaryono, *Perilaku Konsumen Dalams Persepektif Pemasaran*, 1st edn (Jakarta Pusat: Lentera Ilmu Cendikia, 2014)

Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D Cet*, ke 22 (Bandung: Alfabeta, 2015)

Sugiyono, *Desain Penelitian, Hipotesis, Definisi-Oprasional, Analisa Data*, 2019.

Supriyono, Maryanto, *Buku Pintar Perbankan*, 2019

Teddy Chandra, Stefani Chandra, Layla Hafni, *Service Quality, Consumer Satisfaction, Dan Consumer Loyality : Tinjauan Teoritis*, *Angewandte Chemie International Edition, 6(11), 951–952.*, 2020

Ummul Aiman, Karimuddin Abdullah, Misbahul Jannah, Zahara Fadilla Suryadin Hasda, Ns. Taqwin, Masita, and Mat Ketut Ngurah Ardiawan, Meilida Eka Sari, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Yayasan Penerbit Muhammad Zaini, 2022)

Utama, R Anugrah, 'Metodologi Penelitian', *Ketidaknyamanan Dan Komplikasi Yang Sering Terjadi Selama Persalinan Dan Nifas*, 3 (2012)

Vyctoria, *Bongkar Rahasia E-Banking Security Dengan Teknik Hacking Dan Carding* (Yokyakarta, 2013)

Adirinarso, Dhipayasa Apriliana Alfina Damayanti. “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia (Bsi) Dengan Dimensi.” *Nucl. Phys.* 13, No. 1 (2023): 104–16.

Adolph, Ralph. “Metode Penelitian,” 2016, 1–23.

Aeniyatul. “Metoda Penelitian.” *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan* 3 (2019): 1–9.

Agung, Anak Agung Putu, and Anik Yuesti. *Metode-Penelitian-Bisnis-Kuantitatif-Dan-Kualitatif. CV. Noah Aletheia*. Vol. 1, 2019.

Alimuddin, Agus, Alfiansyah Imanda Putra, and Dkk Alfiani Saputri. “Pencapaian Target Marketing Lending Dalam Perspektif Ekonomi Bisnis Islam (Studi BMT Assyafi’iyah Berkah Nasional Pekalongan).” *Jurnal Ilmu Perbankan Dan Keuangan Syariah* 5, no. 2 (2023): 105–6..

Aulia, Anisa. *Pengaruh Online Shop Terhadap Perilaku Mahasiswa Ekonomi Syariah Metro*, 2023.

Bappebti, Layanan Publik. “Survei Kepuasan Pengguna Layanan Publik Bappebti 2022,” 2022, 1–130.

Diva, Mega, and Mochamad Isa Anshori. “Penggunaan E-Wallet Sebagai Inovasi Transaksi Digital: Literatur Review.” *MULTIPLE: Journal of Global and Multidisciplinary* 2, no. 6 (2024): 1991–2002.

Dr. Teddy Chandra, SE., MM Stefani Chandra, B.Bus.Com, MIB Layla Hafni, S, SE, MM. *Service Quality, Consumer Satisfaction, Dan Consumer Loyality : Tinjauan Teoritis*. *Angewandte Chemie International Edition, 6(11), 951–952.*, 2020.

Ghozali. “Uji Normalitas Data.” *Journal of Chemical Information and Modeling* 53, no. 9 (2013): 1689–99.

Haryati, Sri. “Research And Development (R&D) Sebagai Salah Satu Model Penelitian Dalam.” *Academia* 37, no. 1 (2012): 13.

Irfan, Mochamad. “Studi Tentang Kualitas Layanan Perbankan Dan Kepuasan Nasabah.” *Jurnal Industri Kreatif Dan Kewirausahaan* 5, no. 2 (2022): 168–82.

Irma, Ade. “Pengaruh Tangible Dan Responsiveness Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Garuda Plaza Hotel Medan.” *Niagawan* 9, no. 3 (2020): 164.

Jayanti, Nur Dwi. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Reputasi Perusahaan Terhadap Kepuasan Pasien Rumah Sakit Ibu Dan Anak (RSIA) Eria Bunda

Pekanbaru.” *Jurnal Ilmu Administrasi Publik* 6, no. 1 (2019): 1–11.

Lestari, Suci. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Dengan Menggunakan Metode Fuzzycarter (Study Pada BPRS Bandar Lampung).” *Jurnal Berkala Epidemiologi* 5, no. 1 (2020).

Magdalena, Ina, Aulia Fitroh, Diah Fadhilah, Dinda Habsah, and Romadona Qodrawati. “Mengelolah Data Uji Validitas Dan Reliabilitas Dalam Penelitian: Instrumen Tes Dan Non Tes Peserta Didik Kelas IV SDN Kacang Barat 03.” *Jurnal Pendidikan Sosial Dan Konseling* 1, no. 2 (2023): 49–53.

Nursala, Rokhmad Slamet, Wahyuningsih, Sri. “Validitas Dan Reliabilitas Terhadap Instrumen Kepuasan Ker.” *Aliansi : Jurnal Manajemen Dan Bisnis* 17, no. 2 (2022): 51–58.

Oktaviani, Karlina. “Pengaruh Pemeriksaan Pajak Dan Penagihan Pajak Terhadap Efektifitas Penerimaan Pajak (Studi Pada Kpp Pratama Bandung Cibeunyingperiode 2013-2015).”

Palupi Permata Rahmi, Asti Nur Aryanti, and Dadan Abdul Aziz. “Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BCA.” *ARBITRASE: Journal of Economics and Accounting* 3, no. 3 (2023): 710–22.

Ph.D. Ummul Aiman, S.Pd. Dr. Karimuddin Abdullah S.HI. M.A. CIQnR Misbahul Jannah M.Pd., M.Pd. Zahara Fadilla Suryadin Hasda, M.Pd.I. Ns. Taqwin S.Kep. M.Kes. Masita, and M.Pd.Mat Ketut Ngurah Ardiawan M.Pd. Meilida Eka Sari. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. *Yayasan Penerbit Muhammad Zaini*, 2022.

Pratiwi, Livia Hening, and Jeanne Ellyawati. “Layanan M-Banking Dan Pengaruhnya Pada Kepuasan Dan Loyalitas: Studi Empiris Bank Bni.” *Modus* 35, no. 2 (2023): 212–26.

Sari, dwi retno. *Pengaruh Pelayanan Mobile Banking Dan ATM Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Muamalat Kcp Sukarame*, n.d.

STAI Hubbulwathan Duri, Makruflis. “(E) The Effect of Assurance and Emphaty on Customer Satisfaction of Bank Syariah Indonesia (BSI) at Thursina Hospital in Duri City 120 Makruflis” 6, no. 2 (2022): 2775–5908.

Sudaryono. *Perilaku Konsumen Dalams Persepektif Pemasaran*. 1st ed. jakarta pusat: Lentera Ilmu Cendikia, 2014.

Sugiyono. “Desain Penelitian,Hipotesis,Definisi-Oprasional,Analisa Data.” *Sugiono*, 2019, 45–66.

———. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D Cet*. Ke 22. Bandung: Alfabeta, 2015.

———. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta Cv, 2010.

Supriyono, Maryanto. *Buku Pintar Perbankan*, 2019.

Suwandi, Sevya Surya Putri, and Moh. Rois Abin. "Peran Penggunaan Bsi Mobile Banking Dalam Kemudahan Bertransaksi Di Era Society 5.0." *Journal of Management : Small and Medium Enterprises (SMEs)* 16, no. 2 (2023): 237–46.

Ulfa, Alif. "Dampak Penggabungan Tiga Bank Syariah Di Indonesia." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 7, no. 2 (2021): 1101–6.

Utama, R Anugrah. "Metodologi Penelitian." *Ketidaknyamanan Dan Komplikasi Yang Sering Terjadi Selama Persalinan Dan Nifas* 3 (2012): 35–58.

Verarika, Christin. "The Effect of Tangibility, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy and Imagine on Customer Satisfaction at Pt. Central Asia Bank (Bca) in Surabaya." *Journal of Economic, Business and Accounting* 6 (2023): 1982–90.

Vyctoria. *Bongkar Rahasia E-Banking Security Dengan Teknik Hacking Dan Carding*. Yokyakarta, 2013.

Widhiarso, Wahyu. "Prosedur Uji Linieritas Pada Hubungan Antar Variabel," 2010, 2–6.

Zaini, Zulfi Diane, Yulia Hesti, and RIvo Raihanza Passa. "Aspek Hukum Pelaksanaan Perlindungan Kerahasiaan Penyimpanan Dana Nasabah Pada BUMD Bank Lampung." *Jurnal Ilmiah Hukum Kenotariatan* 12, no. 1 (2023): 5.

https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/07/05/transaksi-digital-banking-di-indonesia-tumbuh-158-dalam-5-tahun-terakhir, diakses pada tanggal 14 juni 2024 pukul 07.00

*https://www.bankbsi.co.id/produk&layanan/tipe/digital-banking*

*Profil dan Sejarah iain metro, https://www.metrouniv.ac.id/about/history/*

*Profil dan SejarahFEBI iain metro, https://www.metrouniv.ac.id/about/history/*

# LAMPIRAN

**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO**
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**
Jl. Ki. Hajar Dewantara 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507 Fax. (0725) 47296Website: www.metrouniv.ac.id. e-mail: iain@metrouniv.ac.id

Nomor : B-1190/In.28.3/D.1/TL.00/04/2024 Metro, 26 Maret 2024
Lampiran : -
Perihal : **PEMBIMBING SKRIPSI**

Kepada Yth,
Alfiansyah Imanda Putra (Dosen Pembimbing Skripsi)
Di-
Tempat

*Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Dalam rangka menyelesaikan studinya, maka kami mengharapkan kesediaan Bapak/Ibu untuk membimbing mahasiswa dibawah ini:

| | | |
|---|---|---|
| Nama | : | Viki Asyiyatun Nafisyah |
| NPM | : | 2103021042 |
| Fakultas | : | Ekonomi dan Bisnis Islam |
| Program Studi | : | Perbankan Syariah |
| Judul | : | Pengaruh Tangibility Dan Realibility Fasilitas Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah BPRS Aman Syariah |

Dengan ketentuan sebagai berikut:
1. Dosen Pembimbing, membimbing mahasiswa sejak penyusunan proposal sampai dengan penulisan skripsi, dengan tugas untuk mengarahkan judul, outline, alat pengumpul data (APD) dan mengoreksi skripsi Bab I s.d Bab IV
2. Waktu menyelesaikan skripsi maksimal 4 (empat) semester sejak SK Pembimbing Skripsi ditetapkan oleh Fakultas
3. Diwajibkan mengikuti pedoman penulisan karya ilmiah/skripsi yang ditetapkan oleh IAIN Metro
4. Banyaknya halaman skripsi antara 60 s.d 120 halaman dengan ketentuan sebagai berikut:
   a. Pendahuluan ± 1/6 bagian
   b. Isi ± 2/3 bagian
   c. Penutup ± 1/6 bagian

Demikian surat ini disampaikan, atas kesediaan Bapak/Ibu diucapkan terima kasih

*Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Wakil Dekan Bidang Akademik dan
Kelembagaan FEBI

**Putri Swastika**

8page/FEBI IAIN Metro..'][Perbankan Syariah][@26 Maret 2024\\202477!

**ALAT PENGUMPUL DATA (APD)**
**PENGARUH *TANGIBELLITY DAN REABILITI* FASILITAS *MOBILE BANKING***
**TERHADAP KEPUASAN NASABAH BANK SYARIAH INDONESIA**
**(Studi Dosen dan Pegawai FEBI Intitut Agama Islam Negeri Metro)**

ANGKET/KUESIONER

**A. Kuesioner**

**Identitas Responden :**
Nama :
Jenis Kelamin :
Jabatan :

Petunjuk Pengisian
Beri tanda ( ) pada salah satu pilihan jawaban yang tersedia

**Keterangan: SS** : Sangat Setuju
**S** : Setuju
**CS** : Cukup Setuju
**KS** : Kurang Setuju
**TS** : Tidak Setuju

**A. *Tangibility***

| NO | PERTANYAAN | SS | S | CS | KS | TS |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | | |
| 1. | *Mobile banking atau byond by BSI* intuitif dan mudah digunakan tampilan aplikasi mobile banking ini dalam mendukung aktivitas perbankan Anda? | | | | | |
| 2. | *Mobile banking atau byond by BSI* memiliki fitur yang lengkap? | | | | | |
| 3. | *Mobile banking atau byond by BSI* responsif terhadap kebutuhan? | | | | | |

**B. *Reabiliti***

| NO | PERTANYAAN | SS | S | CS | KS | TS |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 1. | Jelas dan bermanfaat panduan penggunaan aplikasi *mobile banking* atau *byond by* BSI yang disediakan sebagai materi promosi dalam membantu memahami cara menggunakan fitur-fitur aplikasi? | | | | | |
| 2. | *Mobile banking* atau *byond by* BSI mengalami gangguan atau kesulitan dalam mengakses aplikasi mobile banking, seperti *downtime* atau masalah koneksi? | | | | | |
| 3. | *Mobile banking* atau *byond by* BSI mengalami kesalahan atau masalah dalam pemrosesan transaksi melalui aplikasi *mobile banking*, seperti transaksi yang gagal atau tidak tercatat dengan benar? | | | | | |
| 4. | Setuju atau tidak dengan kecepatan aplikasi mobile banking dalam memproses transaksi dan memberikan informasi secara real-time? | | | | | |
| 5. | *Mobile banking* atau *byond by* BSI sejauh mana sistem dapat diandalkan untuk berfungsi tanpa masalah signifikan? | | | | | |

**C. Kepuasan Nasabah**

| NO | PERTANYAAN | SS | S | CS | KS | TS |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 1. | Sejauh mana Anda merasa puas dengan kualitas produk dan pelayanan yang diberikan oleh aplikasi mobile banking ini, baik dari segi kemudahan penggunaan maupun keandalan sistemnya? | | | | | |
| 2. | Aplikasi mobile banking ini memenuhi harapan Anda, sehingga Anda merasa tertarik untuk terus menggunakannya secara rutin? | | | | | |
| 3. | Seberapa kemungkinan akan merekomendasikan aplikasi *mobile banking* ini kepada teman atau keluarga setelah merasakan kepuasan dari penggunaannya? | | | | | |
| 4. | Setuju atau tidak dengan respon yang diberikan dalam proses pengaduan atau keluhan? | | | | | |

| | |
|---|---|
| Mengetahui,<br>Pembimbing, | Metro, Januari 2025<br>Peneliti, |
| **Alfiansyah Irvanda Putra, M.Kom** | **Viki Asyiyatun Nafisyah** |
| NIP. 19931127 202012 1 010 | NPM. 2103021042 |

**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO**
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**
Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; *Website*: www.febi.metrouniv.ac.id; *e-mail*: febi.iain@metrouniv.ac.id

Nomor : B-0150/In.28/D.1/TL.00/02/2025
Lampiran : -
Perihal : **IZIN RESEARCH**

Kepada Yth.,
DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
di-
Tempat

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Sehubungan dengan Surat Tugas Nomor: B-0151/In.28/D.1/TL.01/02/2025, tanggal 13 Februari 2025 atas nama saudara:

| | | |
|---|---|---|
| Nama | : | **VIKI ASYIYATUN NAFISYAH** |
| NPM | : | 2103021042 |
| Semester | : | 8 (Delapan) |
| Jurusan | : | S1 Perbankan Syari`ah |

Maka dengan ini kami sampaikan kepada DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM bahwa Mahasiswa tersebut di atas akan mengadakan research/survey di FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM, dalam rangka meyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "PENGARUH TANGIBILITY DAN REABILITY FASILITAS MOBILE BANKING TERHADAP KEPUASAN NASABAH BANK SYARIAH INDONESIA(STUDI IAIN METRO)".

Kami mengharapkan fasilitas dan bantuan Bapak/Ibu untuk terselenggaranya tugas tersebut, atas fasilitas dan bantuannya kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Metro, 13 Februari 2025
Wakil Dekan Akademik dan Kelembagaan,

**Putri Swastika SE, M.IF**
NIP 19861030 201801 2 001

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; *Website*: www.febi.metrouniv.ac.id; *e-mail*: febi.iain@metrouniv.ac.id

# SURAT TUGAS

Nomor: B-0151/In.28/D.1/TL.01/02/2025

Wakil Dekan Akademik dan Kelembagaan Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro, menugaskan kepada saudara:

| | | |
|---|---|---|
| Nama | : | **VIKI ASYIYATUN NAFISYAH** |
| NPM | : | 2103021042 |
| Semester | : | 8 (Delapan) |
| Jurusan | : | S1 Perbankan Syari`ah |

Untuk :

1. Mengadakan observasi/survey di FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM, guna mengumpulkan data (bahan-bahan) dalam rangka meyelesaikan penulisan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "PENGARUH TANGIBILITY DAN REABILITY FASILITAS MOBILE BANKING TERHADAP KEPUASAN NASABAH BANK SYARIAH INDONESIA(STUDI IAIN METRO)".
2. Waktu yang diberikan mulai tanggal dikeluarkan Surat Tugas ini sampai dengan selesai.

Kepada Pejabat yang berwenang di daerah/instansi tersebut di atas dan masyarakat setempat mohon bantuannya untuk kelancaran mahasiswa yang bersangkutan, terima kasih.

Dikeluarkan di : Metro
Pada Tanggal : 13 Februari 2025

Mengetahui,
Pejabat Setempat

Wakil Dekan Akademik dan
Kelembagaan,

**Putri Swastika SE, M.IF**
NIP 19861030 201801 2 001

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Ki. Hajar Dewantara 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507 Fax. (0725) 47296Website: www.metrouniv.ac.id, e-mail: iain@metrouniv.ac.id

# SURAT KETERANGAN

Nomor : B-1183/In.28.3/D.1/TL.00/06/2025

*Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Yang bertanda tangan dibawah ini:

| | |
|---|---|
| Nama | : Zumaroh, M.E.Sy |
| NIP | : 197904222006042002 |
| Jabatan | : Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kelembagaan |
| Fakultas | : Ekonomi dan Bisnis Islam |

Menerangkan bahwa:

| | |
|---|---|
| Nama | : Viki Asyiyatun Nafisyah |
| NPM | : 2103021042 |
| Program Studi | : Perbankan Syariah |
| Fakultas | : Ekonomi dan Bisnis Islam |
| Judul | : PENGARUH TANGIBILITY DAN REABILITY FASILITAS MOBILE BANKING TERHADAP KEPUASAN NASABAH BANK SYARIAH INDONESIA (STUDI IAIN METRO) |

Telah melaksanakan *Research* di FEBI IAIN Metro dari tanggal 13 Februari 2025.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan dengan sebagaimana mestinya.

*Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Metro, 13 Juni 2025
Wakil Dekan Bidang Akademik
dan Kelembagaan FEBI

**Zumaroh**

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Ki Hajar Dewantara 15A Iringmulyo, Metro Timur, Kota Metro, Lampung, 34111
Telepon (0725) 41507, Faksimili (0725) 47296

# SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI

Yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan bahwa;

Nama : Viki Asyiyatun Nafisyah
NPM : 2103021042
Jurusan : S1 Perbankan Syariah

Adalah benar-benar telah mengirimkan naskah Skripsi berjudul **Pengaruh Tangibility dan Reabiliti Fasilitas Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia (Studi Institut Agama Islam Negeri Metro)** untuk diuji plagiasi. Dan dengan ini dinyatakan **LULUS** menggunakan aplikasi **Turnitin** dengan **Score 17%.**

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Metro, 17 Juni 2025
Ketua Jurusan S1 Perbankan Syariah

**Anggoro Sugeng, SEI., M.Sh.Ec**
NIP.199005082020121011

# KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
## INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
## UNIT PERPUSTAKAAN
**NPP: 1807062F0000001**

Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp (0725) 41507; Faks (0725) 47296; Website: digilib.metrouniv.ac.id; perpustakaan@metrouniv.ac.id


**SURAT KETERANGAN BEBAS PUSTAKA**
**Nomor : P-457/In.28/S/U.1/OT.01/06/2025**

Yang bertandatangan di bawah ini, Kepala Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung menerangkan bahwa :

| | |
|---|---|
| Nama | : VIKI ASYIYATUN NAFISYAH |
| NPM | : 2103021042 |
| Fakultas / Jurusan | : Ekonomi dan Bisnis Islam / Perbankan Syariah |

Adalah anggota Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung Tahun Akademik 2024/2025 dengan nomor anggota 2103021042.

Menurut data yang ada pada kami, nama tersebut di atas dinyatakan bebas administrasi Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat, agar dapat dipergunakan seperlunya.

Metro, 11 Juni 2025
Kepala Perpustakaan,

Aan Gufroni, S.I.Pust.
NIP 19920428 201903 1 009

# KEMENTERIAN AGAMA
# INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
# FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Ki. HajarDewantaraKampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp.(0725) 41507 Fax. (0725) 47296 Email: stainjusi@stainmetro.ac.id, website: www.stainmetro.ac.id

## FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Viki Asyiyatun Nafisyah
Jurusan/Fakultas : PBS/FEBI
NPM : 2103021042
Semester / T A : VI / 2024

| No | Hari/ Tanggal | Hal-hal yang dibicarakan | Tanda Tangan |
|---|---|---|---|
| 1 | Kamis 13/06/24 | Perbaikan Cover, Pendahuluan<br>- Pendahuluan.<br>- Latar belakan<br>- Sajikan data penggun m.bakung<br>- Footnot<br>- penelitian relevan | |
| 2 | Jumat 09/10/24 | - Perbaikan Judul<br>- Perbaikan latar belakang<br>• Sajikan data Pengguna m.bankung di lampung<br>• Pengutipan singkat lamang online<br>• Footnote di rapikan<br>Bab II<br>- Perbaikan teori (harus merujuk dari buku)<br>• Indikator Layanan. | |

Dosen Pembimbing

Alfiansyah Imanda Putra, M.Kom
NIDN. 2119950904019

Mahasiswa Ybs,

Viki Asyiyatun Nafisyah
NPM. 2103021042

# KEMENTERIAN AGAMA
# INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
# FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Ki. HajarDewantaraKampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp.(0725) 41507 Fax. (0725) 47296 Email: stainjusi@stainmetro.ac.id, website: www.stainmetro.ac.id


## FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL

Nama : Viki Asyiyatun Nafisyah
NPM : 2103021042
Jurusan/Fakultas : PBS/ FEBI
Semester / T A : VII / 2024

| No | Hari/ Tanggal | Hal-hal yang dibicarakan | Tanda Tangan |
|---|---|---|---|
| 1 | Jumat 01/10/24 | - Pendahuluan Bab I dan II<br>- Perbaikan grafik pengguna m-banking.<br>- Konsisten penulisan mobile Banking.<br>- Perbaikan batasan masalah.<br>- Cek penelitian relevan harus menggunakan metode kuantitatif.<br>- perbaikan teori dari buku. | |

Dosen Pembimbing

Alfiansyah Imanda Putra, M.Kom
NIDN. 2004099501

Mahasiswa Ybs,

Viki Asyiyatun Nafisyah
NPM. 2103021042

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0726) 41507; Faksimili (0725) 47296;
Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

# FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL

Nama : Viki Asyiyatun Nafisyah
NPM : 2103021042

Fakultas/Prodi : FEBI/PBS
Semester/TA : VIII/ 2025

| No | Hari/ Tanggal | Hal yang dibicarakan | Tanda Tangan |
|---|---|---|---|
| 1 | Selasa 07/11 | Acc APD, Lanjut Riset.. | |

Dosen Pembimbing,

Alfiansyah Imanda Putra, M.Kom
NIDN. 2004099501

Mahasiswa Ybs,

Viki Asyiyatun Nafisyah
NPM. 2103021042

KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Ki. HajarDewantaraKampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp.(0725) 41507 Fax. (0725) 47296 Email: stainjusi@stainmetro.ac.id, website: www.stainmetro.ac.id

## FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL

Nama : Viki Asyiyatun Nafisyah
NPM : 2103021042

Jurusan/Fakultas : PBS/ FEBI
Semester / T A : VII/ 2024

| No | Hari/ Tanggal | Hal-hal yang dibicarakan | Tanda Tangan |
|---|---|---|---|
| 1. | Jumat 15/11 24 | - BAB I<br>= Narasi sebelum grafik<br>BAB III<br>- ubah urutan<br>- Pengertian tangibeliti<br>- Indikator tangibeliti<br>- ubah jurnal 2012<br>- kerangka berpikir<br>- Jelaskan independen<br>- " dependen<br>BAB III<br>- Pilih salah satu teknik pengambilan data<br>- Di jelaskan kenapa menggunakan presentase 10%.<br>Daftar pustaka<br>- di buat sub judul dikelompokkan, | |

Dosen Pembimbing

Alfiansyah Imanda Putra, M.Kom
NIDN. 2004099501

Mahasiswa Ybs,

Viki Asyiyatun Nafisyah
NPM. 2103021042

# KEMENTERIAN AGAMA
# INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
# FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Ki. HajarDewantaraKampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp.(0725) 41507 Fax. (0725) 47296 Email: stainjusi@stainmetro.ac.id, website: www.stainmetro.ac.id


## FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL

Nama : Viki Asyiyatun Nafisyah
NPM : 2103021042
Jurusan/Fakultas : PBS/ FEBI
Semester / T A : VII/ 2024

| No | Hari/ Tanggal | Hal-hal yang dibicarakan | Tanda Tangan |
|---|---|---|---|
| 1. | Rabu 20/11 | - BAB II<br>- Ganti Buku<br>• pada Teory. | |
| 2. | Selasa 03/12 | BAB II<br>-. Hipotesis Penelitian ditambah penelitan sebelumnya<br>BAB III<br>- Ganti Buku Metopen | |

Dosen Pembimbing

Alfiansyah Imanda Putra, M.Kom
NIDN. 2004099501

Mahasiswa Ybs,

Viki Asyiyatun Nafisyah
NPM. 2103021042

# KEMENTERIAN AGAMA
# INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
# FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Ki. HajarDewantaraKampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp.(0725) 41507 Fax. (0725) 47296 Email: stainjusi@stainmetro.ac.id, website: www.stainmetro.ac.id


## FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL

Nama : Viki Asyiyatun Nafisyah
NPM : 2103021042
Jurusan/Fakultas : PBS/ FEBI
Semester / T A : VII/ 2024

| No | Hari/ Tanggal | Hal-hal yang dibicarakan | Tanda Tangan |
|---|---|---|---|
| 1 | Senin, 09/12/24 | - Indikator kepuasan wisatawan diganti<br>- Hipotesis penelitian disesuaikan | |
| 2. | Kamis 12/12/24 | ACC Seminar | |
| 3 | Kamis 01/25/30 | Perbaikan Pendahuluan Latar belakang narasi Byard<br>Perbaikan BAB II<br>Lanjut APD | |

Dosen Pembimbing

Alfiansyah Imanda Putra, M.Kom
NIDN. 2004099501

Mahasiswa Ybs,

Viki Asyiyatun Nafisyah
NPM. 2103021042

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0726) 41507; Faksimili (0725) 47296;
Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

# FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Viki Asyiyatun Nafisyah
NPM : 2103021042

Fakultas/Prodi : FEBI/PBS
Semester/TA : VIII/ 2025

| No | Hari/ Tanggal | Hal yang dibicarakan | Tanda Tangan |
|---|---|---|---|
| | 07/05/25 | - Tambahkan novelti pada penelitian relevan karena kosong.<br>- footnot di sesuaikan.<br>- disesuaikan pada kepemimpinan baru pd Gambar Struktur organisasi FEBI<br>- Ditambahkan alur fitur pada Bsi mobile atau Byond by Bsi | |

Dosen Pembimbing,

**Alfiansyah Imanda Putra, M.Kom**
**NIDN. 2004099501**

Mahasiswa Ybs,

**Viki Asyiyatun Nafisyah**
**NPM. 2103021042**

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0726) 41507; Faksimili (0725) 47296;
Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

# FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Viki Asyiyatun Nafisyah
NPM : 2103021042
Fakultas/Prodi : FEBI/PBS
Semester/TA : VIII/ 2025

| No | Hari/ Tanggal | Hal yang dibicarakan | Tanda Tangan |
|---|---|---|---|
| 1. | 27/2<br>/0 | - BAB I<br>- LBM dikurangi<br>- BAB IV<br>- struktur di sesuaikan dengan yang ada di web PBS<br>- perbaiki flowchart<br>- uji validitas di bold kuning pada bagian nilai yang dibaca<br>- di beri data sumber spss | |

Dosen Pembimbing,

**Alfiansyah Imanda Putra, M.Kom**
**NIDN. 2004099501**

Mahasiswa Ybs,

**Viki Asyiyatun Nafisyah**
**NPM. 2103021042**

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0726) 41507; Faksimili (0725) 47296;
Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

# FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL

Nama : Viki Asyiyatun Nafisyah
NPM : 2103021042
Fakultas/Prodi : FEBI/PBS
Semester/TA : VIII/ 2025

| No | Hari/ Tanggal | Hal yang dibicarakan | Tanda Tangan |
|---|---|---|---|
| 1. | 09/25/06 | BAB II<br>- Hipotesis penelitian di tambah pada byond by BSI<br><br>BAB IV<br>- Perbaiki flowchart<br>- Pada pembahasan di sesuaikan pada indikator di landasan teori<br>- Perbaiki pada BSI IAIN Metro untuk lebih detail. | |

Dosen Pembimbing,

**Alfiansyah Imanda Putra, M.Kom**
**NIDN. 2004099501**

Mahasiswa Ybs,

**Viki Asyiyatun Nafisyah**
**NPM. 2103021042**

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0726) 41507; Faksimili (0725) 47296;
Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

## FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL

Nama : Viki Asyiyatun Nafisyah
NPM : 2103021042

Fakultas/Prodi : FEBI/PBS
Semester/TA : VIII/ 2025

| No | Hari/ Tanggal | Hal yang dibicarakan | Tanda Tangan |
|---|---|---|---|
| 1. | 11/06/25 Rabu | BAB IV<br>- Flowchar blur<br>- Dkaitkan & ditambahkan indikator Tangibilitas<br>- Tambahkan Penelitian terdahulu | [signature] |

Dosen Pembimbing,

**Alfiansyah Imanda Putra, M.Kom**
**NIDN. 2004099501**

Mahasiswa Ybs,

**Viki Asyiyatun Nafisyah**
**NPM. 2103021042**

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0726) 41507; Faksimili (0725) 47296;
Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

# FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Viki Asyiyatun Nafisyah
NPM : 2103021042

Fakultas/Prodi : FEBI/PBS
Semester/TA : VIII/ 2025

| No | Hari/ Tanggal | Hal yang dibicarakan | Tanda Tangan |
|---|---|---|---|
| | 16/05/06 | ACC Munaqosyah | |

Dosen Pembimbing,

**Alfiansyah Imanda Putra, M.Kom**
**NIDN. 2004099501**

Mahasiswa Ybs,

**Viki Asyiyatun Nafisyah**
**NPM. 2103021042**

# RIWAYAT HIDUP

Viki Asyiyatun Nafisyah lahir pada tanggal 16 April 2002 di Magelang. Merupakan anak kedua dari pasangan Bapak Mustopa dan Ibu Marliyah. Tinggal bersama di Desa Bumi Restu Kecamatan Abung Surakarta Kabupaten Lampung Utara. Pendidikan yang ditempuh oleh peneliti adalah SDN 01 Bumi Restu diselesaikan pada tahun 2014, selanjutnya SMPN 01 Atap Bumi Jaya pada diselesaikan pada tahun 2018 dan dilanjutkan kejenjang SMAN 1 Abung Semuli diselesaikan pada tahun 2020. Pada tahun 2021 peneliti terdaftar sebagai mahasiswa jurusan Perbankan Syariah di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.