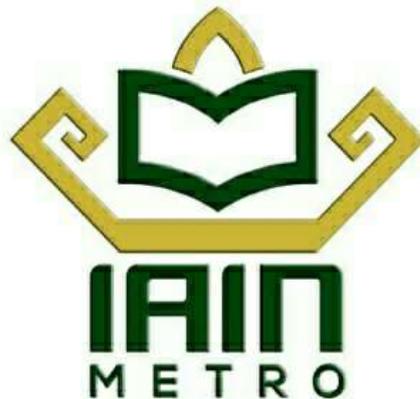


SKRIPSI

**PENGARUH LAYANAN *M-BANKING* TERHADAP
KEPUASAN NASABAH
(Studi Kasus Pada Bank BNI Syariah KCP Rajabasa)**

Oleh:

**MELFI ADELA
NPM. 1602100150**



**Jurusan S1 Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
1441 H/2020 M**

**PENGARUH LAYANAN *M-BANKING* TERHADAP
KEPUASAN NASABAH
(Studi Kasus Pada Bank BNI Syariah KCP Rajabasa)**

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

Oleh:

MELFI ADELA
NPM. 1602100150

Pembimbing I : Nizaruddin, S. Ag., MH
Pembimbing II : Rina Elmaza, S.H.I.,M.S.I

Jurusan S1 Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
1441 H/2020 M**

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Skripsi : PENGARUH LAYANAN *M-BANKING* TERHADAP
KEPUASAN NASABAH (Studi Kasus Pada Bank
BNI Syariah KCP Rajabasa)
Nama : Melfi Adela
NPM : 1602100150
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : SI Perbankan Syariah

MENYETUJUI

Untuk dimunaqosyahkan dalam sidang Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri Metro.

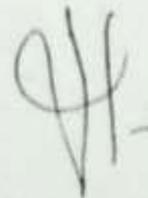
Metro, Juni 2020

Dosen Pembimbing I,

Dosen Pembimbing II,



Nizaruddin, S. Ag., MH.
NIP. 19740302 199903 1 001



Rina El Maza, S.H.I., M.S.I
NIP. 19840123 200912 2 005

NOTA DINAS

Nomor
Lampiran
Perihal

I (satu) berkas
**Pengajuan Permohonan Untuk Dimunaqosyahkan Skripsi Saudari
Melfi Adela**

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Metro
Di-

Tempat
Assalamu 'alaikum Wr. Wb

Setelah kami adakan pemeriksaan dan bimbingan seperlunya maka Skripsi yang
disusun oleh:

Nama : Melfi Adela
NPM : 1602100150
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : S1 Perbankan Syariah
Judul Skripsi : PENGARUH LAYANAN *M-BANKING* TERHADAP
KEPUASAN NASABAH (Studi Kasus Pada Bank BNI
Syariah KCP Rajabasa)

Sudah kami setuju dan dapat diajukan ke Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
untuk dimunaqosyahkan. Demikian harapan kami dan atau penerimaannya, kami ucapkan
terima kasih.

Wassalamu 'alaikum Wr.Wb

Metro, Juni 2020

Dosen Pembimbing I,

Dosen Pembimbing II,



Nizaruddin, S. Ag., MH.
NIP. 19740302 199903 1 001



Rina El Maza, S.H.I., M.S.I
NIP. 19840123 200912 2 005



**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

PENGESAHAN SKRIPSI

No. 2080/In-28.3/D/PP.00.9/07/2020

Skripsi dengan Judul: *PENGARUH LAYANAN M-BANKING TERHADAP KEPUASAN NASABAH (Studi Kasus pada Bank BNI Syariah KCP Rajabasa)*, disusun Oleh: MELFI ADELA, NPM: 1602100150, Jurusan: SI Perbankan Syariah telah diujikan dalam sidang munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada Hari/Tanggal: Rabu/01 Juli 2020.

TIM PENGUJI:

Ketua/Moderator : Nizaruddin, S.Ag.,MH.

Penguji I : Selvia Nuriasari, M.E.I

Penguji II : Rina El Maza, S.H.I.,M.S.I

Sekretaris : Ani Nurul Imtihanah, S.H.I.,M.S.I

()
()
()
()



Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam




Ninsiana, M.Hum
NIP. 19720923 200003 2 002

ABSTRAK
PENGARUH LAYANAN M-BANKING TERHADAP
KEPUASAN NASABAH
(Studi Kasus Pada Bank BNI Syariah KCP Rajabasa)

Persaingan bisnis dalam dunia perbankan semakin ketat baik di pasar domestik maupun internasional. Untuk memenuhi kepuasan nasabah pada industri perbankan, kualitas pelayanan nasabah sangat penting bagi perusahaan untuk dikelola dengan baik agar tetap mendapat kepercayaan dan kepuasan dari nasabah. Dalam memberikan kualitas pelayanan yang baik bank mengeluarkan produk jasa yang dapat memenuhi kebutuhan nasabah diantaranya melalui media elektronik atau yang dikenal dengan *m-banking*. Melalui *m-banking*, nasabah dapat mengakses produk dan jasa perbankan dengan menggunakan *smartphone* di mana saja dan kapan saja selama 24 jam tanpa nasabah datang ke bank atau Anjungan Tunai Mandiri (ATM), kecuali transaksi setoran dan tarik tunai. Layanan *m-banking* diharapkan mampu memudahkan nasabah dalam bertransaksi. Namun penggunaan layanan *m-banking* tidak semulus dengan apa yang diharapkan. Menurut hasil wawancara terdapat presentase sebesar 3% dari 2000 pengguna *m-banking* di bank BNI Syariah KCP Rajabasa melakukan pengaduan terkait layanan *m-banking*.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh Layanan *Mobile Banking* yang meliputi kemudahan penggunaan layanan, keamanan sistem *m-banking*, kredibilitas perusahaan jasa layanan perbankan, dan kecepatan terhadap kepuasan nasabah pada Bank BNI Syariah KCP Rajabasa. Metode penelitian menggunakan penelitian kuantitatif dengan jenis penelitian lapangan. Teknik pengumpulan data menggunakan metode angket dengan sampel sebanyak 95 responden dan metode dokumentasi. Adapun teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear berganda yaitu untuk mengetahui pengaruh lebih dari satu variabel bebas terhadap satu variabel terikat. Dalam analisis linear berganda, ada beberapa hal yang harus diperhatikan yaitu: Uji T (Parsial), Uji F (Simultan), dan Koefisien Determinasi (R^2). Namun sebelum melakukan analisis regresi, terlebih dahulu data harus memenuhi uji asumsi klasik.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel keamanan sistem *mobile banking* tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dengan diperoleh nilai signifikansi 0,663 diatas 0,05, variabel kemudahan penggunaan layanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dengan nilai signifikansi 0,277 diatas 0,05, variabel kredibilitas perusahaan layanan perbankan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dengan diperoleh nilai signifikansi 0,000 dibawah 0,05, dan variabel kecepatan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dengan diperoleh nilai signifikansi 0,000 dibawah 0,05. Sedangkan secara simultan diketahui bahwa nilai F_{hitung} 22,330 lebih besar dari F_{tabel} 2,471 artinya secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Besarnya pengaruh layanan *mobile banking* terhadap kepuasan nasabah sebesar 49,8%. Hasil analisis regresi linear berganda diperoleh persamaan : $Y = 5,200 + -0,048 X_1 + 0,019 X_2 + 0,430 X_3 + 0.282 X_4 + e$. dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima, maka dapat dikatakan

bahwa variabel layanan *m-banking* yang meliputi kemudahan penggunaan layanan, keamanan sistem *m-banking*, kredibilitas perusahaan jasa layanan perbankan, dan kecepatan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah. Maka semakin tinggi kualitas layanan *m-banking* maka semakin meningkat kepuasan nasabah pada Bank BNI Syariah KCP Rajabasa.

Kata kunci : Layanan *Mobile Banking* dan Kepuasan Nasabah

ORISINALITAS PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Melfi Adela
NPM : 1602100150
Jurusan : S1 Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

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

Metro, Juli 2020
Yang Menyatakan



Melfi Adela
NPM.1602100150

MOTTO

لا يُؤْمِنُ أَحَدُكُمْ حَتَّى يُحِبَّ لِأَخِيهِ مَا يُحِبُّ لِنَفْسِهِ

“Tidak sempurna iman seseorang sampai dia mencintai saudaranya seperti dia mencintai dirinya sendiri”

(HR. Bukhori)

PERSEMBAHAN

Puji syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta berkahnya kepada peneliti sehingga dapat menyelesaikan skripsi dengan lancar. Skripsi ini peneliti persembahkan kepada:

1. Mamak dan bapak tercinta. Sebagai tanda bakti, hormat dan rasa terima kasih yang tiada terhingga ku persembahkan karya kecil ini kepada mamakku tersayang (Sriyati), dan bapakku tercinta (Nyamut) yang telah memberikan kasih sayang, segala dukungan, dan cinta kasih yang tiada terhingga yang tiada mungkin kubalas hanya dengan selembar kertas yang bertuliskan kata cinta dan persembahan.
2. Dosen pembimbing skripsiku, Bapak Nizaruddin, S.Ag.,M.H dan Ibu Rina El Maza S.H.I.,M.S.I selaku dosen pembimbing dan pembahas skripsi saya, terimakasih pak.. bu... saya sudah dibantu selama ini, sudah dinasehati, dan sudah dibimbing.
3. Seluruh Dosen Pengajar di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, terima kasih banyak untuk semua ilmu, didikan dan pengalaman yang sangat berarti yang telah kalian berikan kepada kami.
4. Sahabatku tersayang Pejuang Sarjana (Emylia, Tiwi, Widi, Yusi, Dwi Ismi). Terimakasih banyak untuk semangat yang selalu diberikan kepada saya demi terselesaikan skripsi ini.
5. Almamater hijau tercinta Institut Agama Islam Negri Metro (IAIN), serta semua pihak yang sudah membantu selama penyelesaian Skripsi ini.

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT. Tuhan semesta alam, yang maha pengasih dan maha penyayang yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya kepada kita semua sehingga peneliti dapat menyelesaikan penelitian skripsi yang berjudul **“PENGARUH LAYANAN *M-BANKING* TERHADAP KEPUASAN NASABAH (Studi Kasus Pada Bank BNI Syariah KCP Rajabasa)”**. Shalawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW, beserta para sahabatnya, keselamatan dan kebahagiaan di dunia dan di akhirat.

Penelitian skripsi ini adalah salah satu syarat pengajuan dalam menyelesaikan program strata satu (S1). Dalam upaya penyelesaian penyusunan skripsi ini, peneliti telah mendapat bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, oleh karenanya peneliti menghaturkan terimakasih kepada:

1. Ibu Prof. Dr. Hj. Enizar, M.Ag selaku Rektor IAIN Metro Lampung.
2. Ibu Dr. Widhiya Ninsiana, M.Hum selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro Lampung.
3. Ibu Reonika Puspitasari, M.E.Sy selaku Ketua Jurusan S1 Perbankan Syariah.
4. Bapak Nizaruddin, S.Ag.,MH selaku Dosen Pembimbing I, dan Ibu Rina El Maza, S.H.I.,M.S.I selaku Dosen Pembimbing II, yang telah banyak memberi arahan dan bimbingan sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas penyusunan proposal ini.
5. Seluruh Dosen dan Staff Karyawan IAIN Metro Lampung yang telah menyediakan waktu dan fasilitas dalam mengumpulkan data.

6. Semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Peneliti menyadari bahwa masih banyak terdapat kekurangan dalam penelitian skripsi ini, karena keterbatasan yang peneliti miliki. Untuk itu, kritik dan saran demi perbaikan skripsi ini sangat diharapkan dan akan diterima sebagai bagian untuk mengasihkan penelitian yang lebih baik.

Metro, Juli 2020
Peneliti,



Melfi Adela
NPM. 1602100150

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
NOTA DINAS	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	vii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	4
C. Batasan Masalah	5
D. Pertanyaan Penelitian	5
E. Tujuan dan Manfaat Penelitian	5
F. Penelitian Relevan.....	6
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Kepuasan Nasabah	8
1. Pengertian Kepuasan Nasabah.....	8
2. Strategi Kepuasan Nasabah	9
3. Pengukuran Kepuasan Nasabah	10
4. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah	11
B. Konsep Pelayanan	13
1. Teori Pelayanan Secara Umum	13
2. Teori Pelayanan dalam Pandangan Islam.....	14
C. <i>Mobile Banking (M-Banking)</i>	16
1. Pengertian <i>Mobile Banking</i>	16
2. Manfaat Penerapan <i>Mobile Banking</i>	16
3. Faktor yang Mempengaruhi Sikap terhadap <i>M-Banking</i>	18

4. Dampak Penggunaan <i>M-Banking</i>	20
5. Kekurangan Layanan <i>M-Banking</i>	21
D. Kerangka Berfikir	22
E. Hipotesis Penelitian	22

BAB III METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian	24
B. Definisi Operasional Variabel	25
C. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	27
D. Teknik Pengumpulan Data	29
E. Instrumen Penelitian.....	31
F. Teknik Analisis Data	37

BAB IV PEMBAHASAN

A. Deskripsi Lokasi Penelitian	39
B. Deskripsi Karakteristik Responden	43
C. Distribusi Jawaban Responden	44
D. Hasil Uji Kualitas Data	47
E. Hasil Uji Asumsi Klasik	49
F. Hasil Uji Hipotesis	53
G. Analisis dan Pembahasan	58

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	61
B. Saran	62

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

- 1.1 Populasi Nasabah Pengguna *M-banking*
- 1.2 Jumlah Butir Pertanyaan
- 4.1 Fitur dan Biaya Transaksi *M-banking* BNI Syariah KCP Rajabasa
- 4.2 Karakteristik Responden
- 4.3 Distribusi Jawaban Responden
- 4.4 Hasil Uji Validitas
- 4.5 Hasil Uji Reabilitas
- 4.6 Hasil Uji Multikolinearitas
- 4.7 Hasil Uji Regresi Linear Berganda
- 4.8 Hasil Uji Parsial (Uji T)
- 4.9 Hasil Uji Simultan (Uji F)
- 4.10 Hasil Uji Koefisien Determinasi

DAFTAR GAMBAR

- 2.1 Kerangka Pemikiran
- 4.1 Struktur Organisasi
- 4.2 Hasil Uji Normalitas
- 4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Persaingan bisnis dalam dunia perbankan semakin ketat baik di pasar domestik maupun internasional. Bank yang ingin berkembang dan mendapatkan keunggulan kompetitif harus mampu memberikan pelayanan yang baik kepada nasabah dibandingkan dengan kompetitornya. Kepercayaan dan kepuasan nasabah menjadi faktor keberhasilan usaha.¹

Untuk memenuhi kepuasan nasabah pada industri perbankan, kualitas pelayanan nasabah sangat penting bagi perusahaan untuk dikelola dengan baik agar tetap mendapat kepercayaan dan kepuasan dari nasabah. Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan produk maupun jasa dari apa yang mereka pikirkan dengan apa yang mereka harapkan.²

Kepuasan nasabah tidak hanya memberikan keuntungan dalam jangka pendek akan tetapi mampu memberikan keuntungan dalam jangka panjang dan memberikan keunggulan daya saing bagi perusahaan penyedia jasa (bank). Apabila nasabah selalu merasa pelayanan yang diberikan oleh bank melebihi harapannya, artinya kecil kemungkinan nasabah beralih ke bank lain. Nasabah akan cenderung menggunakan kembali bank yang mampu memberikan

¹ Fandy Tjiptono, *Service Management: Mewujudkan Layanan Prima* (Yogyakarta: Andi, 2012), 14.

² Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, 11 ed. (Jakarta: Indeks, 2005), 70.

pelayanan yang memuaskan dan biasanya akan mempromosikan pelayanan yang didapatkan kepada calon nasabah lain.

Dalam menjalankan usahanya, penyedia jasa (bank) harus memberikan pelayanan terbaik bagi nasabahnya dan harus didukung dengan sarana dan prasarana yang memadai agar menarik minat masyarakat menjadi nasabah baru dan tidak pindah ke kompetitor lain. Salah satunya yaitu dengan mengeluarkan produk yang dapat memenuhi kebutuhan para nasabah.

Terobosan-terobosan baru produk dan jasa perbankan yang memiliki teknologi yang canggih akan memudahkan nasabah melakukan berbagai transaksi keuangan, diantaranya melalui media elektronik atau yang dikenal dengan *mobile banking*. *Mobile Banking* merupakan salah satu produk jasa yang mengandalkan kecanggihan teknologi GPRS (*General Package Radio Services*) untuk memudahkan nasabahnya dalam melakukan transaksi perbankan.³

Bank menyediakan layanan *m-banking* untuk memenuhi tuntutan dan kebutuhan nasabah sebagai alternatif untuk melakukan transaksi perbankan. Melalui *m-banking*, nasabah dapat mengakses produk dan jasa perbankan dengan menggunakan *smartphone*. Transaksi *m-banking* dapat dilakukan di mana saja dan kapan saja selama 24 jam tanpa nasabah datang ke bank atau Anjungan Tunai Mandiri (ATM), kecuali transaksi setoran dan tarik tunai.⁴

³Hanif Astika Kurniawati, Wahyu Agus Winarno, dan Alfi Arif, "Analisis Minat Penggunaan Mobile Banking Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) Yang Telah Dimodifikasi," *Universitas Jember (UNEJ)* 4, no. 1 (2017): 24.

⁴Maryanto Supriyono, *Buku Pintar Perbankan* (Yogyakarta: Andi, 2011), 65.

Bank BNI Syariah KCP Rajabasa merupakan salah satu bank yang berada dalam industri perbankan yang juga menyediakan layanan *m-banking*. Layanan *m-banking* yang ditawarkan BNI Syariah KCP Rajabasa ini mempunyai berbagai fitur menarik yang mampu memudahkan nasabah dalam bertransaksi. Fitur yang dapat diakses seperti cek saldo, transfer, pembayaran tagihan, pembelian pulsa, dan lainnya.

Layanan *m-banking* diharapkan mampu memudahkan nasabah dalam bertransaksi. Berdasarkan hasil pra survey diketahui jumlah nasabah bank BNI Syariah KCP Rajabasa pada tahun 2019 adalah 4000 nasabah dan yang menggunakan layanan *m-banking* yaitu sebanyak 2000 *user* (pengguna) dan diperoleh presentase sebesar 3% dari keseluruhan pengguna yang ada di Bank BNI Syariah KCP Rajabasa meleakukan pengaduan atau keluhan terkait *m-banking* ini⁵. Menurut wawancara yang dilakukan peneliti dengan Nanda Pratiwi nasabah Bank BNI Syariah KCP Rajabasa, menyatakan bahwa saat mengakses layanan *m-banking* harus mempunyai sinyal yang sangat kuat karena jika koneksi internet kurang baik, maka otomatis layanan *m-banking* tidak dapat diakses sehingga kita tidak dapat bertransaksi.⁶

Sementara pendapat lain dikatakan oleh Ichsan Pura nasabah Bank BNI Syariah KCP Rajabasa bahwa kerabatnya pernah menerima SMS palsu yang menanyakan detail akun *m-banking* dari seorang hacker yang menyamar sebagai institusi keuangan sehingga uangnya terkuras habis.⁷ Pernyataan lainnya disampaikan oleh Rio Mandala Putra nasabah Bank BNI Syariah KCP Rajabasa, bahwa menggunakan layanan *m-banking* memang mudah dan dapat

⁵ Hasil wawancara dengan ibu Maya Dwi Lestari, *Operational & Service Head* (OSH) Bank BNI Syariah KCP Rajabasa, pada 12 November 2019

⁶ Hasil wawancara dengan Nanda Pratiwi, nasabah Bank BNI Syariah KCP Rajabasa, pada 12 November 2019

⁷ Hasil wawancara dengan Ichsan Pura, nasabah Bank BNI Syariah KCP Rajabasa, pada 12 November 2019

mempercepat transaksi serta menghemat waktu namun ia menyatakan kurang percaya terhadap layanan *m-banking* karena banyaknya berita terkait maraknya aksi pembobolan data.⁸

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan di atas, penggunaan layanan *m-banking* tidak semulus dengan apa yang diharapkan terda. Maka dengan ini peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian mengenai pengaruh layanan *m-banking* terhadap kepuasan nasabah karena sangat penting sekali untuk mengetahui sejauh mana persepsi nasabah terhadap layanan *mobile banking* dan apakah dengan adanya layanan ini akan mendatangkan keuntungan bagi nasabah. Maka dari itu peneliti menuangkannya dengan judul “**Pengaruh Layanan M-Banking Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Bank BNI Syariah KCP Rajabasa)**”.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian di atas, maka dapat diidentifikasi permasalahannya sebagai berikut:

2. *M-Banking* rentan mengalami penipuan *smishing* yaitu dihubungi oleh hacker yang menyamar sebagai institusi keuangan untuk menanyakan detail rekening bank nasabah.
3. Fitur keamanan pada *M-Banking* yang tidak ter-*enkripsi server* bisa di-*hack* jika *smartphone* nasabah hilang atau dicuri.

⁸ Hasil wawancara dengan Rio Mandala Putra, nasabah Bank BNI Syariah KCP Rajabasa, pada 12 November 2019

4. Nasabah harus memiliki jaringan internet yang kuat untuk bisa mengakses *M-Banking*, karena jika koneksi internet kurang baik maka secara otomatis nasabah akan kesulitan saat mengaksesnya.
5. *M-Banking* dapat berisiko terhadap pencurian data.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah dan identifikasi masalah di atas, maka masalah dalam penelitian ini dibatasi sebagai berikut: penelitian ini hanya melihat pengaruh layanan *m-banking* yang meliputi kemudahan penggunaan layanan, keamanan sistem *m-banking*, kredibilitas perusahaan layanan perbankan, dan kecepatan terhadap kepuasan nasabah Bank BNI Syariah KCP Rajabasa.

D. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan uraian tersebut di atas, maka peneliti mencoba untuk meneliti mengenai **“Adakah Pengaruh Layanan *M-Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank BNI KCP Rajabasa?”**

E. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian pada hakikatnya merupakan sesuatu yang hendak dicapai dan yang dapat memberikan arah terhadap kegiatan pengumpulan data yang akan dilakukan dalam penelitian. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh Layanan *M-Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank BNI Syariah KCP Rajabasa.

2. Manfaat Penelitian

Adapun penelitian ini dapat berguna baik secara teoritis maupun praktis:

a. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah khazanah keilmuan dan menambah wawasan pengetahuan tentang pelayanan dan kepuasan nasabah serta sebagai sumber informasi juga bahan perbandingan untuk penelitian selanjutnya.

b. Secara Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pemikiran dan masukan kepada pihak Bank BNI Syariah KCP. Rajabasa dalam meningkatkan kualitas pelayanan melalui dimensi-dimensi yang mempengaruhinya.

F. Penelitian Relevan

Penelitian yang peneliti temukan yaitu penelitian yang dilakukan oleh Selvia Yesta Utami yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Perusahaan Seluler Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Metro).” Persamaan penelitian Selvia dengan penelitian peneliti yaitu sama-sama meneliti tentang pengaruh pelayanan terhadap kepuasan. Sedangkan perbedaan penelitian Selvia dengan penelitian peneliti yaitu penelitian Selvia membahas tentang kualitas pelayanan pada perusahaan seluler dan fokus penelitian Selvia adalah meneliti kualitas pelayanan yang meliputi kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti fisik terhadap kepuasan konsumen. Dan hasil penelitiannya bahwa dalam

perhitungan uji t diperoleh t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($4,839 > 1,988$) sehingga H_0 ditolak, dan H_a diterima. Maka dapat dikatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah.⁹

Penelitian yang dilakukan oleh Yogi Yuliansyah yang berjudul “Analisis Pengaruh Layanan *Mobile Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Kaliurang Yogyakarta.” Persamaan penelitian Yogi dengan penelitian peneliti yaitu sama-sama meneliti tentang pengaruh layanan *mobile banking* terhadap kepuasan nasabah. Sedangkan perbedaan penelitian Yogi dengan penelitian peneliti yaitu pada fokus penelitiannya. Penelitian Yogi berfokus pada keamanan, tambahan biaya, kemampuan akses, dan kondisi fasilitas *mobile banking*. Dengan hasil penelitian, berdasarkan hasil uji t variabel keamanan *mobile banking*, kemampuan akses, dan kondisi fasilitas berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah. Kemudian variabel tambahan biaya berpengaruh negative terhadap kepuasan nasabah.¹⁰

⁹ Selvia Yesta Utami, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Perusahaan Seluler Terhadap Kepuasan Konsumen” (IAIN Metro, 2019), 8.

¹⁰ Yogi Yuliansyah, “Analisis Pengaruh Layanan *Mobile Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Kaliurang Yogyakarta” (UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2017), 8.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kepuasan Nasabah

1. Pengertian Kepuasan Nasabah

Salah satu tujuan utama perusahaan jasa dalam hal ini adalah menciptakan kepuasan nasabah. Kepuasan nasabah merupakan penilaian seseorang tentang kinerja produk maupun jasa, atau hasil dalam kaitannya dengan ekspektasi. Kepuasan konsumen maupun nasabah akan tercapai jika persepsi *fundamental* konsumen atau nasabah terhadap kinerja produk maupun jasa sama dengan kinerja produk yang diharapkan.¹

Salah satu kunci untuk mempertahankan pelanggan adalah dengan kepuasan pelanggan. Pelanggan yang sangat puas biasanya tetap setia dalam jangka waktu yang lama, membeli lagi ketika perusahaan memperkenalkan produk baru dan memperbaharui produk lama, membicarakan hal-hal baik tentang perusahaan dan produknya kepada orang lain, tidak terlalu memperhatikan merek pesaing dan tidak terlalu sensitive terhadap harga, menawarkan ide produk atau jasa kepada perusahaan, dan biaya pelanggan lebih murah dibandingkan pelanggan baru karena transaksi dapat menjadi hal rutin. Artinya, kepuasan atau

¹Donni Juni Priansa, *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*, (Bandung: Alfabeta, 2016), 197

senangnya pelanggan atau nasabah pada suatu perusahaan menciptakan suatu ikatan emosional yang kuat diantaranya.²

Berdasarkan uraian di atas, dapat dipahami bahwa kepuasan konsumen atau nasabah tergantung oleh persepsi yang dirasakan oleh setiap individu. Sehingga kepuasan setiap nasabah baik nasabah satu dengan yang lainnya tidaklah sama. Namun pada umumnya kepuasan nasabah dapat timbul dari produk yang berkualitas, harga yang ditawarkan tidak terlalu tinggi, pelayanan yang berkualitas serta kemudahan nasabah untuk mendapatkan produk tersebut.

2. Strategi Kepuasan Nasabah

Ada enam strategi untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, yaitu sebagai berikut:

- a. *Relationship marketing strategy*, menciptakan hubungan jangka Panjang untuk mewujudkan kesetiaan pelanggan melalui kemitraan.
- b. *Superior customer service strategy*, menawarkan jasa yang lebih baik dibandingkan jasa yang ditawarkan oleh pesaing.
- c. *Unconditional guarantees* atau *extraordinary guarantees*, memberikan kepuasan konsumen yang pada gilirannya akan menjadi sumber dinamisme penyempurnaan mutu produk atau jasa dan kinerja perusahaan.³

Setiap metode strategi yang digunakan akan membawa manfaat bagi setiap perusahaan asalkan disertai dengan kerja keras dan usaha yang dilakukan bersama oleh seluruh orang-orang yang terlibat dalam pengembangan perusahaan tersebut karena sebuah perusahaan dapat

² Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, 70.

³ Donni Juni Priansa, *Perilaku Konsumen*, 203.

berhasil selain melihat dari peranan nasabah juga harus diperhatikan kinerja dari dalam perusahaan itu sendiri.

3. Pengukuran Kepuasan Nasabah

Salah satu faktor yang menentukan kepuasan pelanggan adalah persepsi pelanggan mengenai kualitas jasa yang berfokus pada dimensi jasa. Selain itu juga dipengaruhi oleh kualitas produk, harga dan faktor-faktor yang bersifat pribadi serta bersifat sesaat. Pengukuran terhadap kepuasan pelanggan telah menjadi sesuatu yang sangat tinggi bagi setiap perusahaan. Empat metode mengidentifikasi untuk mengukur kepuasan pelanggan:

- a. Sistem Keluhan dan Saran, setiap organisasi yang berorientasi pada pelanggan (*customer-oriented*) perlu menyediakan kesempatan dan akses yang mudah dan nyaman bagi para pelanggan guna menyampaikan saran, kritik, pendapat, dan keluhan mereka. Media yang digunakan bisa berupa kotak saran yang ditempatkan lokasi-lokasi strategis (yang mudah dijangkau dan atau sering dilewati oleh pelanggan), kartu komentar (yang bisa diisi langsung maupun yang dikirim via pos kepada perusahaan), saluran telepon khusus bebas pulsa, *website*, dan lain-lain.
- b. *Ghost Shopping*, salah satu cara memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah dengan memperkerjakan beberapa orang *ghost shopper* untuk berperan atau berpura-pura sebagai pelanggan potensial produk perusahaan dan pesaing. Mereka dimintai berinteraksi

dengan staf penyedia jasa dan menggunakan produk/jasa perusahaan. Berdasarkan pengalamannya tersebut mereka kemudian diminta melaporkan temuan-temuannya berkenaan dengan kekuatan dan kelemahan pesaing. Biasanya *ghost shopper* diminta untuk mengamati dengan seksama, menilai cara perusahaan serta pesaingnya melayani permintaan spesifik pelanggan, menjawab permintaan pelanggan dan menangani setiap keluhan.

- c. *Lost Customer Analysis*, sedapat mungkin perusahaan menghubungi para pelanggan yang telah berhenti atau telah pindah bank lain agar dapat memahami mengapa hal itu terjadi dan supaya mengambil kebijakan perbaikan atau penyempurnaan selanjutnya.
- d. *Survey Kepuasan Pelanggan*, adalah hal paling umum yang paling banyak digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan baik telepon maupun wawancara pribadi.⁴

Berdasarkan beberapa cara pengukuran kepuasan nasabah di atas, maka perusahaan dapat mengukur dan memantau seberapa besar kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa yang disediakan oleh perusahaan.

4. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah

Secara garis besar motivasi seseorang (nasabah) dalam mengambil suatu produk dipengaruhi oleh faktor ekonomis dari produk tersebut, selain itu seseorang (nasabah) juga termotivasi oleh beberapa faktor diantaranya, sebagai berikut:

⁴ Fandy Tjiptono, *Total Quality Manajemen* (Yogyakarta: Andi, 2003), 104.

a. Produk

Layanan produk yang baik dan memenuhi selera serta harapan konsumen.

b. Harga

Harga merupakan bagian yang melekat pada produk yang mencerminkan seberapa besar kualitas produk tersebut.

c. Promosi

Usaha mengkomunikasikan manfaat produk dan jasa tersebut pada konsumen sasaran.

d. Lokasi

Tempat merupakan bagian dari atribut perusahaan yang berupa lokasi perusahaan dan konsumen atau nasabah.

e. Pelayanan dan Fasilitas

Dalam memberi layanan kepada nasabah yaitu pada umumnya nasabah menginginkan layanan yang cepat dan akurat. Seringkali harga jasa bank tidak menjadi masalah bagi nasabah mendapat layanan yang memuaskan dikarenakan Bank juga memiliki fasilitas yang memadai dan tergolong canggih.

f. Suasana

Suasana merupakan faktor pendukung karena apabila perusahaan mengesankan maka konsumen mendapatkan kepuasan tersendiri.⁵

⁵Donni Juni Priansa, *Perilaku Konsumen*, 210

Kepuasan dan ketidakpuasan ditentukan oleh persepsi dari harapan pelanggan. Persepsi terhadap produk atau pelayanan sendiri dipengaruhi oleh pengalaman pelanggan saat mencoba produk atau menerima suatu layanan. Oleh karena itu apabila produk yang dikonsumsi atau pelayanan yang diperoleh mempunyai kualitas yang baik maka besar kemungkinan pelanggan tersebut akan memberikan persepsi yang tinggi dan akhirnya membawa tingkat kepuasan yang lebih tinggi.

B. Konsep Pelayanan

1. Teori Pelayanan Secara Umum

Layanan adalah kegiatan yang ditawarkan oleh organisasi atau perorangan kepada konsumen, yang bersifat tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki dalam interaksi langsung antara seseorang dengan orang lainnya atau mesin secara fisik, dan menyediakan kepuasan pelanggan.⁶ Dalam kamus besar bahasa Indonesia dijelaskan pelayanan sebagai usaha melayani kebutuhan orang lain, sedangkan melayani adalah membantu menyiapkan dan mengurus apa yang diperlukan seseorang.⁷

Pelayanan merupakan rasa yang menyenangkan yang diberikan kepada orang lain disertai keramahan dan kemudahan dalam memenuhi kebutuhan mereka. Pelayanan diberikan sebagai tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan

⁶ Dwi Suhartanto, Tjetjep Djatnika dkk, *Ritel Pengelolaan dan Pemasaran*, (Bandung: Alfabeta, 2017), 38.

⁷ Ahmad Subagio, *Marketing in Business (Usaha Mikro Kecil & Lembaga Keuangan Mikro)*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2010), 244.

atau nasabah. Tindakan tersebut dapat dilakukan melalui cara langsung melayani pelanggan.⁸

Dari definisi tersebut memberi indikasi bahwa tiap perusahaan harus mampu berkompetisi menciptakan barang atau jasa sesuai permintaan atau harapan konsumen. Pelanggan atau nasabah adalah orang atau pihak yang dilayani kebutuhannya, sehingga siapa saja bisa menjadi pelanggan tergantung pada situasinya.

Nasabah merupakan subyek yang dinamis yang sangat dipengaruhi oleh faktor-faktor internal dalam dirinya maupun faktor eksternal diluar dirinya. Respon dan tindakan nasabah timbul oleh persepsi dan harapan terhadap rangsangan baik dari dalam maupun dari luar dirinya untuk memenuhi kebutuhan dan tuntutan.⁹

Hampir semua jenis produk yang ditawarkan memerlukan pelayanan dari karyawan perusahaan. Hanya saja pelayanan yang diberikan terkadang berbentuk langsung dan tidak langsung. Untuk produk bank (dan lembaga keuangan lainnya seperti asuransi, leasing, pegadaian, dan lain-lain) ada yang memerlukan pelayanan langsung seperti penyetoran uang tunai, pengajuan kredit atau pembelian produk lainnya.

2. Teori Pelayanan dalam Pandangan Islam

Islam merupakan agama yang mengatur segala dimensi kehidupan. Al-Qur'an diturunkan Allah Ta'ala kepada manusia untuk memberikan solusi atas segala permasalahan hidup. Islam mengajarkan bila ingin

⁸ Kasmir, *Etika Costumer Service* (Jakarta: Raja Grafindo, 2005), 15.

⁹ Rambat Lumpiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa* (Jakarta: Salemba Empat, 2001),

memberikan hasil usaha baik berupa barang maupun pelayanan/jasa hendaknya memberikan yang berkualitas, jangan memberikan yang buruk atau tidak berkualitas kepada orang lain. Seperti dijelaskan dalam Al-Qur'an surat Al-Baqarah ayat 267.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ وَلَا تَيَمَّمُوا الْحَيْثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِآخِذِيهِ إِلَّا أَنْ تُغْمِضُوا فِيهِ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ حَمِيدٌ

Artinya: Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (di jalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang kami keluarkan dari bumi untuk kamu. Dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu menafkahkan dari padanya, padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memincingkan mata terhadapnya. Dan etahuilah, bahwa Allah Maha Kaya Lagi Maha Terpuji.¹⁰

Pentingnya memberikan pelayanan yang berkualitas disebabkan pelayanan (*service*) tidak hanya sebatas mengantarkan atau melayani. *Service* berarti mengerti, memahami, dan merasakan sehingga penyampaiannya akan mengenai *heartshare* (nilai tambah) nasabah dan pada akhirnya memperkokoh posisi dalam *mind share* (kekuatan produk) nasabah. Dengan adanya *heart share* dan *mind share* yang tertanam, loyalitas seorang nasabah pada produk atau usaha perusahaan tidak akan diragukan.

¹⁰ Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahannya* (Jakarta: Sinergi Pustaka Indonesia, 2012), 56.

C. Mobile Banking (M-Banking)

1. Pengertian Mobile Banking (M-Banking)

Mobile banking atau yang lebih dikenal dengan sebutan *m-banking* merupakan sebuah fasilitas atau layanan perbankan menggunakan alat komunikasi bergerak seperti *handphone*, dengan penyediaan fasilitas untuk bertransaksi perbankan melalui aplikasi pada *handphone*.¹¹ Dengan adanya *handphone* dan layanan *mobile banking*, transaksi perbankan yang biasanya dilakukan secara manual, artinya kegiatan yang sebelumnya dilakukan nasabah dengan mendatangi bank, kini dapat dilakukan tanpa harus mengunjungi gerai bank, hanya dengan menggunakan *handphone* nasabah dapat menghemat waktu dan biaya.

2. Manfaat Penerapan Mobile Banking (M-Banking)

Manfaat yang dapat diperoleh dari penggunaan *mobile banking*, adalah:

a. Mudah

Untuk langsung transaksi perbankan, kita tidak perlu datang langsung ke bank kecuali pada saat mendaftarkan nomor ponsel.

b. Praktis

Setiap nasabah dapat langsung bertransaksi perbankan melalui ponsel setiap saat, kapan saja dan dimana saja.

¹¹ Wiji Nurastuti, *Teknologi Perbankan* (Jakarta: Graha Ilmu, 2011), 18.

c. Aman

M-banking dilengkapi dengan sistem proteksi yang maksimal yang secara otomatis sudah terprogram sejak pendaftaran. Selain menggunakan pin yang dapat dipilih sendiri dan nomor ponsel yang didaftarkan, setiap transaksi yang dilakukan juga akan diacak untuk menjamin keamanan para nasabah.

d. Penggunaan yang bersahabat

M-banking dirancang sedemikian rupa sehingga mudah digunakan oleh siapa saja, nasabah bisa memilih jenis transaksi dari menu yang telah tersedia tanpa harus menghafal kode transaksi yang ingin dilakukan.

e. Nyaman

Nasabah seperti mempunyai ATM dalam genggam tangan, karena berbagai transaksi yang biasa dilakukan di ATM, kini dapat dilakukan melalui *m-banking* kecuali penarikan tunai.¹²

Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya adalah hubungan antara perusahaan dan pelanggan jadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pemakaian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan bagi perusahaan, reputasi perusahaan menjadi baik dimata pelanggan atau nasabah, dan laba yang diperoleh menjadi meningkat.

¹² Maryanto Supriyono, *Buku Pintar Perbankan*, 114.

3. Faktor yang Mempengaruhi Sikap terhadap *M-Banking*

Adapun faktor yang mempengaruhi sikap konsumen pada penggunaan *m-banking*. Laporan bank BRI dalam penelitiannya menginventarisir enam faktor yang mempengaruhi sikap konsumen pada *mobile banking* yaitu:¹³

a. Keamanan sistem *m-banking*

Keamanan dalam sistem transaksi keuangan melalui system online merupakan faktor utama yang menjadi prioritas bagi nasabah untuk menggunakan jasa layanan *m-Banking*. Nasabah menuntut kepada pihak penyedia jasa layanan untuk dapat memberikan atau menjamin keamanan transaksi keuangan melalui media *m-banking*.

b. Kemudahan penggunaan layanan

Kemudahan untuk mengakses system layanan secara online melalui media *m-banking* merupakan salah satu faktor yang menentukan kesediaan nasabah untuk menggunakan jasa layanan *m-banking*. Semakin mudah konsumen dalam mengakses layanan perusahaan jasa perbankan secara *mobile* akan meningkatkan sikap konsumen pada jasa layanan perusahaan serta jasa perusahaan akan menunjang sikap konsumen.

c. Privasi pengguna

Dalam sistem layanan perbankan / transaksi keuangan secara *mobile*, nasabah menginginkan privasi yang tinggi. Nasabah tidak mau

¹³ PT Bank Rakyat Indonesia, *Laporan Keuangan Tahunan Bank Rakyat Indonesia* (Jakarta: PT BRI, 2010), 62.

data dirinya diketahui atau disebarkan dengan sengaja oleh perusahaan. Oleh sebab itu, privasi pengguna merupakan salah satu faktor yang menentukan bagi nasabah untuk menggunakan jasa layanan *m-banking*.

d. Keandalan layanan

Transaksi keuangan secara *mobile* memiliki keunggulan tanpa batas waktu. Perusahaan yang mampu memberikan layanan tanpa batas waktu (24 jam sehari) akan lebih diminati nasabah.

e. Kredibilitas perusahaan jasa layanan perbankan

Salah satu faktor menentukan nasabah untuk menggunakan jasa layanan perbankan *m-Banking* adalah kredibilitas perusahaan penyedia jasa layanan. Perusahaan dengan tingkat kredibilitas yang tinggi lebih diminati nasabah untuk digunakan jasa layanan *m-banking* nya.

f. Kecepatan

Konsumen atau nasabah dewasa ini memiliki kebutuhan/tuntunan yang lebih kompleks pada penyedia jasa layanan perbankan secara *mobile*. Salah satu aspek yang harus dipenuhi adalah kecepatan koneksi dalam sistem perbankan secara *mobile*. Meskipun kesalahan ini tidak terdapat pada sistem perbankannya melainkan pada *provider* yang dipakai oleh nasabah tersebut. *Provider* jaringan tergantung pada sinyal yang ada pada jaringan, kesalahan pada koneksi sering terjadi pada tempat yang jauh dari jangkauan sinyal.

Berdasarkan beberapa faktor yang mempengaruhi sikap nasabah di atas, maka bank dapat selalu melakukan evaluasi terhadap layanan *m-banking* agar tercapainya kepuasan nasabah.

4. Dampak Penggunaan *M-Banking*

Penggunaan *m-banking* menimbulkan dampak yang positif secara khusus terhadap bank itu sendiri dan nasabah.¹⁴

a. Bank

Mendapatkan keuntungan, karena nasabah akan semakin bertambah banyak dan bank mendapatkan kepercayaan dari nasabah.

b. Nasabah

Mendapatkan pelayanan yang lebih dari bank, karena dengan adanya *m-Banking* akan semakin mempermudah para nasabah dalam melakukan transaksi perbankan atau hanya sekedar melakukan pengecekan saldo dimanapun, kapanpun dengan dimensi ruang dan waktu yang tidak terbatas.

Fitur yang sederhana membuat *m-banking* melalui ponsel sangat mudah dimengerti. Bank juga merasa untung dengan layanan *m-banking*. Selain itu layanan *m-banking* dapat mempermudah konsumen melakukan transaksi. Bank juga merasa lebih dekat dan dapat menjangkau nasabah mereka dengan *m-banking*.

¹⁴Irfan Nurahmadi Harish, "Pengaruh Kepercayaan Nasabah dan Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah" (UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2017), 17.

5. Kekurangan Layanan *m-Banking*

Namun demikian berkembangnya internet sebagai basis dalam pelayanan jasa keuangan menyimpan berbagai resiko yang dapat muncul dikemudian hari. Bagi bank penyelenggara secara umum terdapat empat resiko spesifik yang terkait dengan penggunaan *m-banking*, yaitu:

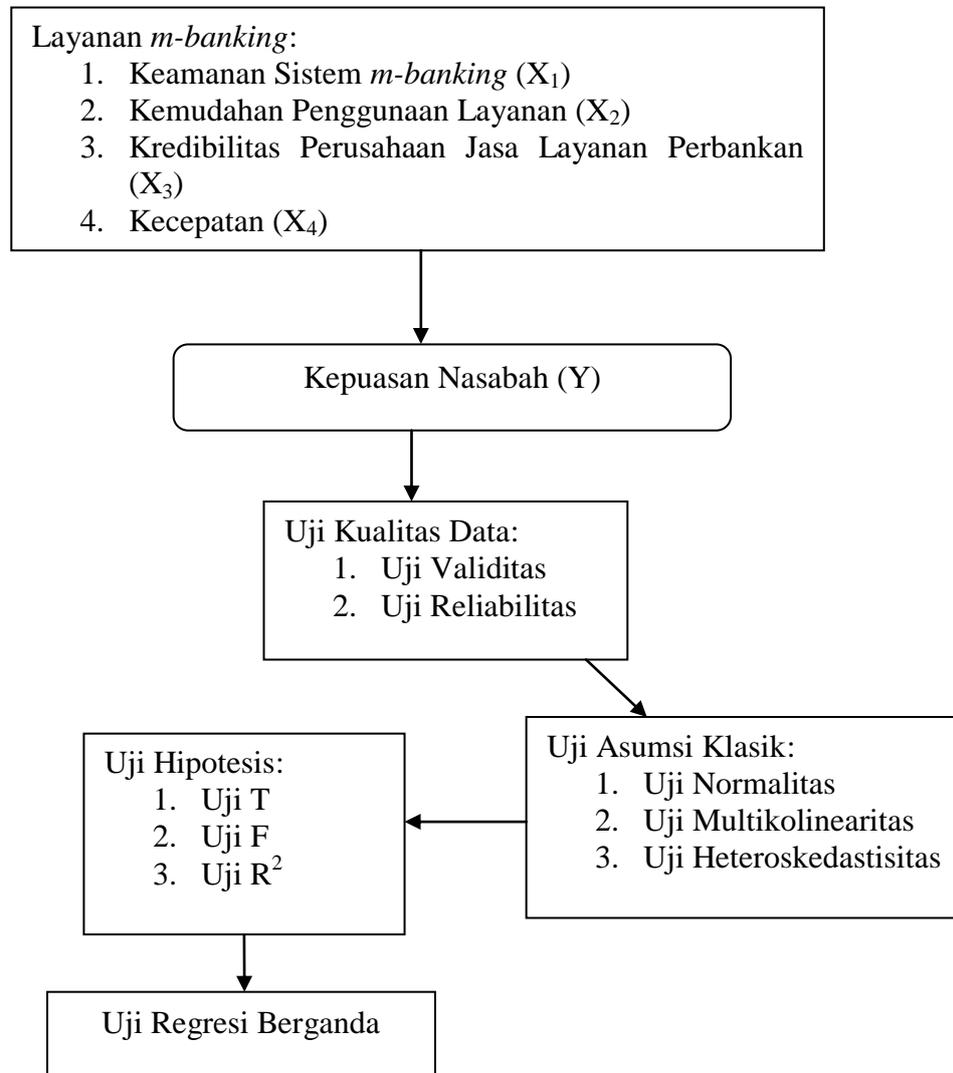
- a. *Transaction/Operations Risk*, risiko yang timbul atau berasal dari *fraud*, kesalahan dalam proses, gangguan sistem atau kegiatan tidak terduga yang menimbulkan kerugian bagi bank maupun nasabah.
- b. *Reputation Risk*, yang berkaitan erat dengan *corporate image* dari bank itu sendiri apabila layanan *mobile banking*-nya tidak berjalan dengan baik.
- c. *Outsourcing Risk*, dimana bank kerap menggunakan jasa pihak ketiga sebagai *provider* sehingga terdapat kemungkinan layanan pada suatu waktu dapat mengalami gangguan.
- d. *Credit Risk*, risiko kredit dapat timbul apabila Bank memberikan kredit melalui media elektronik misalnya produk kartu kredit.¹⁵

Dalam melaksanakan aktivitas layanan *m-banking*, bank akan menghadapi risiko spesifik seperti yang disebutkan di atas akibat penyediaan dan penggunaan teknologi informasi. Untuk itu bank harus melakukan mitigasi atas risiko yang mungkin terjadi dalam layanan *m-banking* dengan memperhatikan prinsip pengendalian pengamanan data nasabah dan transaksi *m-banking*.

¹⁵Bank Indonesia, "Pedoman Penerapan Manajemen Risiko Dalam Penggunaan Teknologi Informasi Oleh Bank Umum, " *Direktorat Penelitian dan Pengaturan Perbankan*, Desember 2007, 78.

D. Kerangka Berfikir

Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran



E. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan suatu jawaban sementara yang kebenarannya masih harus diuji, atau rangkuman kesimpulan teoritis yang diperoleh dari

tinjauan pustaka.¹⁶ Dalam penelitian ini peneliti menggunakan hipotesis statistik, karena dalam pengujiannya menggunakan sampel penelitian dan menggunakan hitungan statistik. Adapun hipotesis yang peneliti ajukan sehubungan dengan penelitian ini adalah sebagai berikut:

Ho: Ada pengaruh layanan *m-banking* terhadap kepuasan nasabah Bank BNI Syariah KCP Rajabasa.

Ha: Tidak ada pengaruh layanan *m-banking* terhadap kepuasan nasabah Bank BNI Syariah KCP Rajabasa.

¹⁶ Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif Analisis Isi dan Analisis Sekunder* (Jakarta: Rajawali Pers, 2012), 67.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian

Rancangan penelitian menjelaskan tentang bentuk, jenis dan sifat penelitian. Rancangan penelitian diartikan sebagai strategi mengatur latar penelitian agar peneliti memperoleh data yang valid sesuai dengan karakteristik variabel dan tujuan penelitian.¹ Penelitian ini merupakan jenis penelitian lapangan. Penelitian lapangan atau sering disebut *field research* bertujuan untuk mempelajari secara intensif tentang latar belakang keadaan sekarang dan intraksi lingkungan suatu unit sosial masyarakat.

Sesuai dengan judul dan fokus permasalahan yang diambil maka sifat penelitian ini adalah kuantitatif yang merupakan perhitungan berdasarkan data statistik yang berbentuk jumlah atau angka-angka. Di dalam penelitian ini, peneliti melakukan penelitian lapangan untuk mengetahui tentang pengaruh layanan *m-banking* terhadap kepuasan nasabah bank BNI Syariah KCP Rajabasa.

B. Definisi Operasional Variabel

Menurut Sumardi Suryabrata definisi operasional variabel adalah “sesuatu yang didasarkan atas sifat-sifat hal yang didefinisikan yang dapat

¹ Zuhaeri, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah Edisi Revisi* (Jakarta: Rajawali Pers, 2016), 40.

diamati (observasi).”² Definisi operasional variabel yang digunakan dalam pembahasan penelitian ini adalah:

1. Kepuasan Nasabah (Variabel Y)

Kepuasan nasabah yang dimaksud adalah variabel terikat. Kepuasan nasabah merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja produk yang dipersepsikan terhadap kinerja yang diharapkan yang meliputi indikator-indikator sebagai berikut dengan skala likert 1-5 point,

- a. Kepuasan nasabah atas keamanan sistem dari layanan *M-Banking*.
- b. Kepuasan nasabah atas kemudahan penggunaan dari layanan *M-Banking*.
- c. Kepuasan nasabah atas kredibilitas perusahaan jasa layanan *M-Banking*.
- d. Kepuasan nasabah atas kecepatan dari layanan *M-Banking*.

2. Pelayanan *m-banking* (Variabel X)

Pelayanan yang dimaksud adalah sebagai variabel bebas. Pelayanan *m-banking* merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi harapan nasabah. Dalam penelitian ini pelayanan *m-banking* akan dilihat dari indikator-indikator sebagai berikut:

² Sumardi Suryabrata, *Metodologi Penelitian* (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), 29.

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

Keamanan sistem *m-banking* yakni kemampuan untuk memberikan layanan yang aman dalam melakukan transaksi, diukur dengan empat item pertanyaan dengan skala likert 1-5 point.

- 1) Dengan menggunakan *m-banking* nomer PIN dan *password* nasabah akan terjamin keamanannya.
- 2) *M-banking* memberikan keamanan data transaksi yang dilakukan.
- 3) *M-banking* dapat dilakukan dimanapun.
- 4) *M-banking* lebih aman dibandingkan dengan layanan bank lainnya.

b. Kemudahan Penggunaan Layanan (X_2)

Kemudahan Penggunaan Layanan yakni kemampuan untuk memberikan layanan yang mudah dalam melakukan transaksi, diukur dengan empat pertanyaan dengan skala likert 1-5 point,

- 1) Kemudahan transaksi menggunakan *m-banking* sangat baik.
- 2) *M-banking* dapat dilakukan dimanapun dan kapanpun.
- 3) *M-banking* menyediakan informasi yang cukup jelas.
- 4) *M-banking* menyediakan informasi yang nasabah perlukan secara lengkap.

c. Kredibilitas Perusahaan Jasa Layanan Perbankan (X_3)

Kredibilitas yakni perilaku karyawan mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan perbankan, diukur dengan empat item pertanyaan dengan skala likert 1-5 point,

- 1) *M-banking* lebih bisa dipercaya daripada layanan bank lainnya.

- 2) *M-banking* tidak mengandung unsur penipuan dalam melakukan transaksi.
- 3) *M-banking* memberikan keamanan data transaksi yang dilakukan.
- 4) Menanggung dan merespon kerugian nasabah apabila terjadi kesalahan pada layanan *m-banking*.

d. Kecepatan (X_4)

Kecepatan yakni kemampuan memberikan pelayanan secara cepat, diukur dengan empat item pertanyaan dengan skala likert 1-5 point,

- 1) Menggunakan *m-banking* dapat menghemat waktu transaksi.
- 2) *M-banking* mempercepat transaksi.
- 3) Dengan menggunakan *m-banking* kebutuhan transaksi yang mendesak dapat teratasi.
- 4) *M-banking* dapat diakses dengan cepat.

C. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel

1. Populasi

Menurut Nanang Martono, “populasi adalah keseluruhan obyek atau subyek yang berada pada suatu wilayah dan memenuhi syarat-syarat tertentu berkaitan dengan masalah penelitian, atau keseluruhan unit atau individu dalam ruang lingkup yang akan diteliti.”³ Populasi diartikan sebagai jumlah dari beberapa unit yang belum dicapai keabsahannya.

³ Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif*, 74.

Tabel 3.1
Populasi Nasabah Pengguna *M-Banking*
Pada BNI Syariah KCP Rajabasa Tahun 2019

No.	Uraian	Jumlah Pengguna (<i>user</i>)
1	BNI Syariah KCP Rajabasa	2000

Sumber: BNI Syariah KCP Rajabasa

Berdasarkan pengertian di atas, dapat dipahami bahwa populasi adalah semua anggota subyek pengamatan yang menjadi perhatian dan tidak seluruhnya harus di observasi dalam penelitian yang dilakukan. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah bank BNI Syariah KCP Rajabasa tahun 2019 dimana keseluruhan berjumlah 2000 *user*.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Jika populasi besar, dan penelitian tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu. Maka penelitian dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili).⁴

Berdasarkan pengertian di atas dan mengingat penelitian ini populasinya berjumlah 2000 maka peneliti menentukan teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dengan menggunakan rumus

⁴ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2017), 81.

slovin. Adapun rumus menghitung ukuran sampel populasi yang diketahui jumlahnya adalah menggunakan rumus slovin⁵, yakni sebagai berikut:

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

Dimana:

n = ukuran sampel yang dicari

N = ukuran populasi

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

Dengan demikian diperoleh jumlah sampel sebesar:

$$n = \frac{2000}{1 + 2000(0,1)^2}$$

$$n = \frac{2000}{21}$$

$$n = 95,24$$

Berdasarkan hasil perhitungan di atas dengan jumlah populasi 2000 nasabah maka sampel dalam penelitian ini berjumlah 95,24 namun karena subjek bukan bilangan pecahan, maka dibulatkan menjadi 95 responden.

D. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan awal yang harus dilakukan dari suatu penelitian untuk memperoleh data yang diperlukan. Adapun dalam penelitian ini penelitian menggunakan metode pengumpulan data sebagai berikut:

⁵ Muhammad, *Metode Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif* (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), 180.

1. Metode Angket

Angket adalah suatu penyelidikan mengenai suatu masalah yang banyak menyangkut kepentingan umum (orang banyak) dengan jalan mengedarkan formulir daftar pertanyaan, diajukan secara tertulis kepada sejumlah subyek untuk mendapatkan jawaban (tanggapan responden) seperlunya.⁶ Angket adalah sejumlah pertanyaan tertulis yang dipergunakan peneliti untuk memperoleh informasi dari responden.

Angket yang peneliti gunakan adalah angket langsung tertutup. Angket langsung tertutup adalah angket yang dirancang sedemikian rupa untuk merekam data tentang keadaan yang dialami oleh responden sendiri, kemudian semua alternatif jawaban yang harus dijawab responden telah tertera dalam angket tersebut.⁷

Pengumpulan data dilakukan di bank BNI Syariah KCP Rajabasa yang menjadi sampel penelitian. Pengumpulan data dilakukan dengan jelas menemui para responden dan angket diisi oleh orang yang bersangkutan pada saat jam kerja dan tidak diperkenankan dibawa pulang. Hal ini karena untuk menjamin keabsahan dan keakuratan data.

2. Metode Dokumentasi

Menurut Suharsimi Arikunto, “dokumentasi merupakan metode dimana peneliti menyelidiki benda-benda tertulis seperti buku-buku, majalah, dokumen, peraturan-peraturan, notulen rapat, catatan harian atau

⁶ Kartini Kartono, *Pengantar Metodologi Research Sosial* (Bandung: Mandar Maju, 1996), 217.

⁷Burhan Bungin, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2005), 133.

sebagainya.”⁸ Sedangkan Muhammad menjelaskan bahwa “metode data berupa data tertulis yang mengandung keterangan dan penjelasan sesuai dengan masalah penelitian.”⁹

Berdasarkan pendapat di atas, jelaslah bahwa yang dimaksud dengan metode dokumentasi adalah metode yang berbentuk sekumpulan data verbal dalam bentuk tulisan. Dalam penulisan penelitian ini peneliti mencatat data sejarah berdirinya bank BNI Syariah KCP Rajabasa dan visi misi bank BNI Syariah KCP Rajabasa.

E. Instrumen Penelitian

Instrumen merupakan suatu alat yang digunakan mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati¹⁰. Dalam penelitian ini menggunakan skala likert. Skala likert merupakan metode perhitungan kuisioner yang dibagikan kepada responden untuk mengetahui skala sikap suatu objek tertentu dengan menggunakan angket.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode pokok angket terdiri dari jawaban yang mengandung variasi nilai bertingkat dengan alternatif jawaban kriteria sebagai berikut:

Jawaban sangat setuju (SS) diberi skor 5

Jawaban setuju (S) diberi skor 4

Jawaban netral (N) diberi skor 3

Jawaban tidak setuju (TS) diberi skor 2

⁸ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek* (Jakarta: Rineka Cipta, 2010), 274.

⁹ Muhammad, *Metode Penelitian Ekonomi Islam*, 152.

¹⁰ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif*, 140.

Jawaban sangat tidak setuju (STS) diberi skor 1¹¹

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

1. Rancangan Instrumen atau Jumlah Butir Pertanyaan dari masing-Masing Indikator

Tabel 3.2
Jumlah Butir Pertanyaan Dari Masing-Masing Indikator

Variabel	Indikator	Jumlah item	No. Item
Kepuasan Nasabah (Y)	Kepuasan nasabah atas keamanan sistem <i>m-banking</i>	1	1, 2, 3, 4
	Kepuasan nasabah atas kemudahan penggunaan dari layanan <i>m-banking</i>	1	
	Kepuasan nasabah atas kredibilitas perusahaan jasa layanan <i>m-banking</i>	1	
	Kepuasan nasabah atas kecepatan layanan <i>m-banking</i>	1	
Layanan <i>M-Banking</i> (X)	Keamanan sistem <i>m-banking</i> (X ₁)	4	1, 2, 3, 4
	Kemudaan penggunaan layanan (X ₂)	4	5, 6, 7, 8
	Kredibilitas perusahaan jasa layanan perbankan (X ₃)	4	9, 10, 11, 12
	Kecepatan (X ₄)	4	13, 14, 15, 16

Berdasarkan indikator di atas, maka dapat dikembangkan menjadi instrumen penelitian dalam bentuk pertanyaan dalam bentuk kuisisioner yang akan diberi skor pada jawaban dari responden yang diasumsikan benar dan dapat dipercaya menurut skala likert. Jumlah pada instrument penelitian terdapat 20 item pertanyaan. Skala likert pada setiap item dalam penelitian

¹¹ Ridwan dan Akdon, *Rumus dan Data dalam Aplikasi Statistik* (Bandung: Alfabeta, 2010), 16.

ini ditujukan dengan jawaban dan diberi skor untuk keperluan analisis kuantitatif

2. Pengujian instrumen

a. Uji validitas

Agar penelitian ini dikatakan valid maka peneliti menggunakan alat ukur yang mengandung keterkaitan dengan tujuan penelitian, agar mampu mengungkapkan suatu gejala yang sebenarnya yaitu valid atau tidak valid. Kevalidan penelitian ini menggunakan teknik korelasi *Product moment*, yang di aplikasikan dengan program *IBM SPSS Statistic 23 for window's*.¹²

Adapun langkah-langkah untuk mengetahui validitas instrument dengan menggunakan rumus di atas, adalah berawal dari penyebaran angket variabel yang diberikan kepada 95 responden untuk diketahui hasilnya. Angket yang disebar merupakan pertanyaan dalam bentuk pilihan ganda dengan 5 alternatif jawaban, dan skor jawaban yang diberikan 5, 4, 3, 2, dan 1. Instrument dinyatakan valid apabila $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ pada taraf signifikan 5% (0, 05).

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten, apabila dilakukan dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukuran yang

¹² Sofiyah Siregar, *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif* (Bumi Aksara, 2014), 77.

sama pula¹³. Pengukuran reabilitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan *IBM SPSS Statistics 23 for window's* yakni dengan uji *Cronboach Alpha*. Suatu variabel dinyatakan reliabel jika nilai *Cronboach Alpha* $r_{hitung} > 0,6$.

3. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas Data

Uji normalitas data adalah hal yang lazim dilakukan sebelum sebuah metode statistic. Uji normalitas merupakan salah satu bagian dari uji persyaratan analisis data atau biasa disebut asumsi klasik. Tujuan uji normalitas adalah untuk mengetahui apakah distribusi sebuah data mengikuti atau mendekati distribusi normal, yakni distribusi data yang mempunyai pola seperti distribusi normal.¹⁴

Uji normalitas dapat dilihat dengan uji *Kolmogrov Smirnov*. Dasar pengambilan keputusannya adalah jika signifikansi dibawah 0,05 berarti terdapat perbedaan yang signifikan, dan jika signifikansi di atas 0,05 maka tidak terjadi perbedaan yang signifikan. Penerapan pada uji *Kolmogrov Smirnov* adalah bahwa jika signifikansi di atas 0,05 berarti data yang akan diuji tidak mempunyai perbedaan yang signifikan dengan data normal baku, berarti data tersebut normal.

2) Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen).

¹³ *Ibid*, 87.

¹⁴ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011), 161–162.

Untuk mengetahui ada atau tidaknya multikolinearitas, mengacu pada nilai yang dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinearitas adalah nilai tolerance $> 0,10$ atau sama dengan nilai VIF < 10 .¹⁵ Persyaratan yang harus terpenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya multikolinearitas.

3) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut *homokedastisitas*. Dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang heteroskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas.¹⁶

Cara untuk mendeteksinya adalah dengan melihat grafik *scatterplot* antara nilai prediksi variabel terikat (z variabel) dengan residualnya (s residualnya).

a) Jika ada pola tertentu yang teratur, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar, kemudian menyempit), maka mengidentifikasi telah terjadi heteroskedastisitas.

¹⁵ *Ibid*, 106.

¹⁶ *Ibid.*, 139.

- b) Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titiknya menyebar di atas dan dibawah angka nol pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.¹⁷

Untuk model penelitian yang baik adalah yang tidak terdapat heteroskedastisitas.

F. Teknik Analisis Data

Data-data yang terkumpul selama penelitian, kemudian diolah dan dianalisa dengan menggunakan rumus statistik. Rumus yang akan peneliti gunakan adalah rumus regresi linear berganda. Regresi linear berganda adalah digunakan untuk mengetahui derajat atau kekuatan hubungan antara tiga variabel atau lebih, serta untuk mengetahui kontribusi yang diberikan secara simultan oleh variabel X_1 , X_2 , dan X_3 terhadap nilai variabel Y .¹⁸

Dengan persamaan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1.X_1 + b_2.X_2 + b_3.X_3$$

Dimana:

X_1 = Variabel bebas pertama

X_2 = Variabel bebas kedua

X_3 = Variabel bebas ketiga

$b_1b_2b_3$ = koefisien regresi

Y = Variabel terikat¹⁹

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

1. Uji Parsial (Uji T)

¹⁷ *Ibid.*

¹⁸ Sofyan Siregar, *Statistik Parametik*, 351.

¹⁹ *Ibid.*, 443.

Uji ini pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual (parsial) dalam menerangkan variasi variabel dependen.²⁰ Langkah yang digunakan untuk menguji hipotesis ini adalah dengan menentukan *level of significance*-nya. *Level significance* yang digunakan adalah sebesar 5% atau $(\alpha) = 0,05$.²¹ Jika $\text{sig. } t > 0,05$ maka H_a ditolak namun jika $\text{sig. } t < 0,05$ maka H_a diterima dan berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen dengan variabel dependen.

2. Uji Simultan (Uji F)

Uji ini pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen.²² Jika nilai signifikan $< 0,05$ maka H_a diterima dan sebaliknya, jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka H_a ditolak.

3. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Jika R^2 berkisar hampir satu, berarti semakin kuat kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen dan sebaliknya, jika nilai R^2 semakin mendekati angka nol, berarti semakin lemah kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel.

²⁰ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate*, 101.

²¹ *Ibid.*

²² *Ibid.*

BAB IV

PEMBAHASAN

A. Deskripsi Lokasi Penelitian

1. Gambaran Singkat Bank BNI Syariah KCP Rajabasa

Tempaan krisis moneter tahun 1997 membuktikan ketangguhan sistem perbankan syariah. Prinsip Syariah dengan 3 (tiga) pilarnya yaitu adil, transparan dan maslahat mampu menjawab kebutuhan masyarakat terhadap sistem perbankan yang lebih adil. Dengan berlandaskan pada Undang-undang No.10 Tahun 1998, pada tanggal tanggal 29 April 2000 didirikan Unit Usaha Syariah (UUS) BNI dengan 5 kantor cabang di Yogyakarta, Malang, Pekalongan, Jepara dan Banjarmasin. Selanjutnya UUS BNI terus berkembang menjadi 28 Kantor Cabang dan 31 Kantor Cabang Pembantu.

Di dalam pelaksanaan operasional perbankan, BNI Syariah tetap memperhatikan kepatuhan terhadap aspek syariah. Dengan Dewan Pengawas Syariah (DPS) yang saat ini diketuai oleh KH.Ma'ruf Amin, semua produk BNI Syariah telah melalui pengujian dari DPS sehingga telah memenuhi aturan syariah.

Berdasarkan Keputusan Gubernur Bank Indonesia Nomor 12/41/KEP.GBI/2010 tanggal 21 Mei 2010 mengenai pemberian izin usaha kepada PT Bank BNI Syariah. Dan di dalam Corporate Plan UUS BNI tahun 2003 ditetapkan bahwa status UUS bersifat temporer dan akan

dilakukan spin off tahun 2009. Rencana tersebut terlaksana pada tanggal 19 Juni 2010 dengan beroperasinya BNI Syariah sebagai Bank Umum Syariah (BUS). Realisasi waktu spin off bulan Juni 2010 tidak terlepas dari faktor eksternal berupa aspek regulasi yang kondusif yaitu dengan diterbitkannya UU No.19 tahun 2008 tentang Surat Berharga Syariah Negara (SBSN) dan UU No.21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah. Disamping itu, komitmen Pemerintah terhadap pengembangan perbankan syariah semakin kuat dan kesadaran terhadap keunggulan produk perbankan syariah juga semakin meningkat.

PT Bank BNI Syariah terus meningkatkan kinerja pelayanan untuk nasabahnya. Salah satunya adalah dengan meresmikan Bank BNI Syariah Kantor Cabang Pembantu Rajabasa, Selasa (23/5) pagi. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Pembantu Rajabasa adalah kantor baru menggantikan Bank BNI Syariah Kantor Cabang Pembantu Bandar Jaya.

Selama tiga tahun terakhir, Bank BNI Syariah berdasarkan penilaian Otoritas Jasa Keuangan (OJK) juga menjadi salah satu bank syariah terbaik pilihan masyarakat. Relokasi KCP Bandar Jaya menjadi Bank BNI Syariah KCP Rajabasa ini sendiri, dilakukan untuk membantu memudahkan masyarakat yang ingin menggunakan layanan transaksi perbankan syariah.

Juni 2014 jumlah cabang BNI Syariah mencapai 65 Kantor Cabang, 161 Kantor Cabang Pembantu, 17 Kantor Kas, 22 Mobil Layanan Gerak dan 20 Payment Point.

2. Visi dan Misi bank BNI Syariah KCP Rajabasa

a. Visi Bank BNI Syariah KCP Rajabasa Bandar Lampung

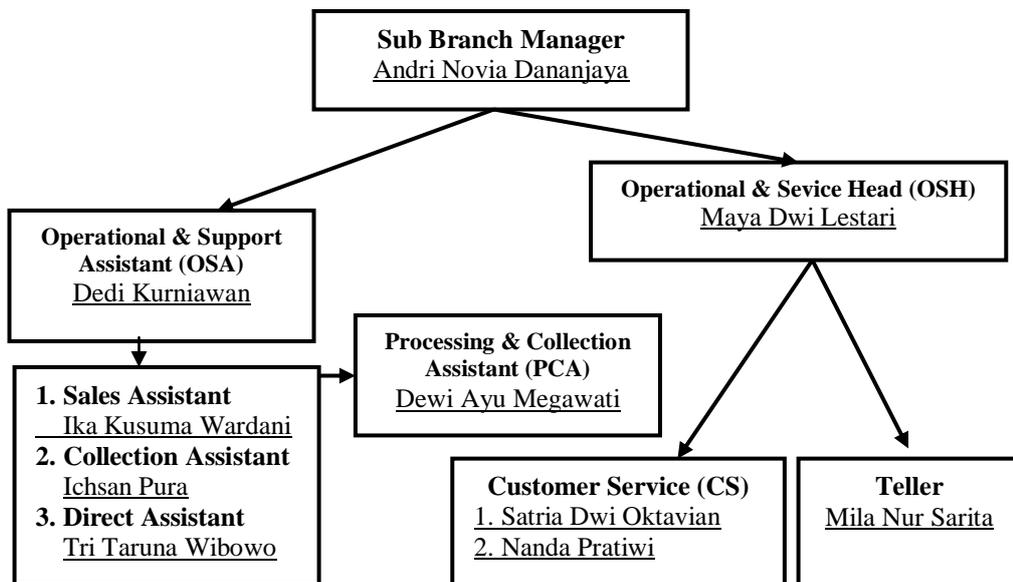
Menjadi bank syariah pilihan masyarakat yang unggul dalam layanan dan kinerja

b. Misi Bank BNI Syariah KCP Rajabasa Bandar Lampung

- 1) Memberikan kontribusi positif kepada masyarakat dan peduli pada kelestarian lingkungan
- 2) Memberikan solusi bagi masyarakat untuk kebutuhan jasa perbankan syariah
- 3) Memberikan nilai investasi yang optimal bagi investor
- 4) Menciptakan wahana terbaik sebagai tempat kebanggaan untuk berkarya dan berprestasi bagi pegawai sebagai perwujudan ibadah
- 5) Menjadi acuan tata kelola perusahaan yang amanah

3. Struktur Organisasi bank BNI Syariah KCP Rajabasa

Gambar 4.1.
Struktur Organisasi Bank BNI Syariah KCP Rajabasa



4. Sekilas Tentang *Mobile Banking* Bank BNI Syariah KCP Rajabasa

Mobile banking merupakan layanan perbankan 24 jam yang disediakan oleh bank BNI Syariah untuk nasabah. Nasabah bisa melakukan transaksi perbankan melalui *handphone* yang terkoneksi jaringan internet. Layanan *mobile banking* memiliki banyak fitur dan memberikan kemudahan, kenyamanan dan keamanan untuk nasabah.

Persyaratan menggunakan *mobile banking* BNI Syariah:

- 1) Memiliki rekening tabungan
- 2) Memiliki hasanah debit yang valid dan masih aktif
- 3) Mengisi formulir registrasi & aktivasi BNI e-Banking
- 4) Memiliki nomer Handphone & alamat email yang aktif
- 5) Memiliki user ID BNI internet yang aktif.

Berikut adalah fitur yang disediakan *mobile banking* BNI Syariah beserta biaya transaksinya.

Tabel 4.1
Fitur dan Biaya Transaksi *Mobile Banking* BNI Syariah

Jenis Transaksi		Biaya Beban Rekening Nasabah
Inquiry saldo:	Rekening tabungan	Bebas biaya
	Rekening giro	Bebas biaya
Inquiry tagihan:	kartu kredit BNI, Telkom, kartu halo, kartu matrix, kartu starone, kartu xplor, speedy, PLN.	Bebas biaya
	Transfer ke rek BNI	Bebas biaya
Transfer ke rek bank lain secara online:	Antar bank anggota ATM bersama	Rp. 6.500, -
	Antar bank anggota ATM link	Rp. 6.500, -
Pembayaran kartu kredit:	BNI, AMEX, Citibank, standard chartered, ANZ (Indonesia), Danamon, HSBC, Mega, Niaga, Panin	Bebas biaya
	Pembayaran kartu kredit BRI	Rp. 7.500, -
Pembayaran Telko Lainnya:	Halo, Xplor, Matrix, StarOne postpaid, esia postpaid, Telkom flexi, Tri.	Bebas biaya
	Pembayaran listrik: PLN	Rp. 3.000, -
Isi ulang Pulsa	Voucher telkomsel, mentari, IM3, XL, Smartfren, 3, dan lainnya.	Bebas biaya

B. Deskripsi Karakteristik Responden

Sebelum melakukan analisa dalam penelitian, peneliti terlebih dahulu mengemukakan gambaran karakteristik responden yang dijadikan sampel penelitian. Karakteristik responden pada penelitian ini meliputi jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, dan agama. Berdasarkan tanggapan responden dari data kuisioner yang terkumpul, maka hasil dari identifikasi karakteristik responden adalah sebagai berikut:

Tabel 4.2
Karakteristik Responden

Variabel	Klasifikasi	Jumlah Responden
Jumlah Kuesioner	Disebar	95
	Tidak Kembali	0
	Tidak dapat diolah	0
	Dapat diolah	95
Jenis Kelamin	Pria	40
	Wanita	55
	Total	95
Usia	17-29	68
	30-42	20
	43-55	7
	56-65	0
	>65	0
	Total	95
Pendidikan Terakhir	SMA	80
	Strata 1	15
	Strata 2/Strata 3	0
	Total	95
Agama	Islam	95
	Kristen	0
	Hindu	0
	Budha	0
	Lainnya	0
	Total	95

Sumber data: Data diolah, Maret 2020

Data penelitian diperoleh dari hasil kuesioner yang telah disebar kepada seluruh responden yang berjumlah 95 orang. Hasil kuesioner dapat dilihat pada tabel 4.2 Berdasarkan tabel 4.2 dapat diketahui bahwa responden

perempuan lebih dominan yakni sebesar 58% dibandingkan dengan responden laki-laki yang berjumlah 42%. Ditinjau dari usia responden, Nampak bahwa responden dengan rentang usia dari 17-29 tahun adalah responden terbanyak dengan presentase sebesar 72%, dan selanjutnya diikuti oleh responden dengan kisaran 30-42 tahun dengan presentase 21% dan yang paling sedikit adalah usia 43-55 dengan presentase 7%. Ditinjau dari pendidikan responden, Nampak bahwa responden dengan pendidikan terakhir SMA sebanyak 84% adalah responden terbanyak yang disusul oleh responden dengan pendidikan terakhir strata 1 sebesar 16%. Semua responden memeluk agama Islam.

C. Distribusi Jawaban Responden

Pengaruh layanan *m-banking* terhadap kepuasan nasabah akan dilihat dari masing-masing variabel. Berikut adalah hasil jawaban-jawaban responden yang berjumlah 95 orang berdasarkan kuesioner sebagai berikut:

Tabel 4.3
Distribusi Jawaban Responden

Keamanan sitem <i>mobile banking</i> (X ₁)							
No.	Pernyataan	SS (%)	S (%)	N (%)	TS (%)	STS (%)	Total (%)
1	Dengan menggunakan <i>M-Banking</i> nomor PIN dan <i>password</i> nasabah akan terjamin keamanannya.	27	72	1	0	0	100
2	<i>M-Banking</i> memberikan keamanan data transaksi yang dilakukan.	25	75	0	0	0	100
3	<i>M-Banking</i> dapat digunakan dimanapun.	25	72	3	0	0	100
4	<i>M-Banking</i> lebih aman dibandingkan dengan layanan bank lainnya.	22	78	0	0	0	100
	Rata-Rata	24, 75	74, 25	1	0	0	
Kemudahan Penggunaan Layanan							
1	Kemudahan transaksi menggunakan <i>M-Banking</i> sangat baik.	40	45	15	0	0	100

2	<i>M-Banking</i> dapat dilakukan dimanapun dan kapanpun.	54	39	6	1	0	100
3	<i>M-Banking</i> menyediakan informasi yang cukup jelas.	46	37	16	1	0	100
4	<i>M-Banking</i> menyediakan informasi yang nasabah perlukan secara lengkap.	29	45	25	1	0	100
	Rata – Rata	42, 25	41, 5	15, 5	0, 75	0	
Kredibilitas Perusahaan Jasa Layanan Perbankan							
1	<i>M-Banking</i> lebih bisa dipercaya daripada layanan bank lainnya.	24	36	38	2	0	100
2	<i>M-Banking</i> tidak mengandung unsur penipuan dalam melakukan transaksi.	37	47	14	2	0	100
3	<i>M-Banking</i> memberikan keamanan data transaksi yang dilakukan.	29	52	19	0	0	100
4	Menanggung dan merespon kerugian nasabah apabila terjadi kesalahan pada layanan <i>M-Banking</i> .	27	39	32	2	0	100
	Rata – Rata	29, 25	43, 5	25, 75	1, 5	0	
Kecepatan							
1	Menggunakan <i>M-Banking</i> dapat menghemat waktu transaksi.	53	39	8	0	0	100
2	<i>M-Banking</i> mempercepat transaksi.	51	45	4	0	0	100
3	Dengan menggunakan <i>M-Banking</i> kebutuhan transaksi yang mendesak dapat teratasi.	52	41	7	0	0	100
4	<i>M-Banking</i> Dapat diakses dengan cepat.	36	41	23	0	0	100
	Rata – Rata	48	41, 5	10, 5	0	0	
Kepuasan Nasabah							
1	Kepuasan nasabah atas keamanan sistem dari layanan <i>M-Banking</i> .	25	60	15	0	0	100
2	Kepuasan nasabah atas kemudahan penggunaan dari layanan <i>M-Banking</i> .	25	62	13	0	0	100
3	Kepuasan nasabah atas kredibilitas perusahaan jasa layanan <i>M-Banking</i> .	26	54	20	0	0	100
4	Kepuasan nasabah atas kecepatan dari layanan <i>M-Banking</i> .	24	64	12	0	0	100
	Rata – Rata	25	60	15	0	0	

Sumber: Data diolah, Maret 2020

Distribusi jawaban responden disajikan pada tabel 4.3 Berdasarkan tabel tersebut dapat terlihat rata-rata tanggapan responden sebagai berikut:

1. Pada dimensi keamanan sistem *m-banking*, rata-rata jawaban responden menunjukkan: sangat tidak setuju (0%), tidak setuju (0%), netral (1%), setuju (74, 25%), dan sangat setuju (24, 75). Berdasarkan jawaban responden tersebut, responden lebih dominan memberikan penilaian baik terhadap dimensi keamanan sistem *m-banking* sebesar 74, 25%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden setuju bahwa dimensi keamanan sistem *m-banking* BNI Syariah dinilai cukup baik.
2. Pada dimensi kemudahan penggunaan layanan, rata-rata jawaban responden menunjukkan: sangat tidak setuju (0%), tidak setuju (0, 75%), netral (15, 5%), setuju (41, 5%), dan sangat setuju (42, 25). Berdasarkan jawaban responden tersebut, responden lebih dominan memberikan penilaian sangat baik terhadap dimensi kemudahan penggunaan layanan sebesar 42, 25%. Walaupun masih ada responden yang memberikan penilaian yang kurang baik tapi tidak terlalu tinggi sebesar 0, 75%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden setuju bahwa dimensi kemudahan penggunaan layanan pada *m-banking* BNI Syariah dinilai sangat baik.
3. Pada dimensi kredibilitas perusahaan jasa layanan perbankan, rata-rata jawaban responden menunjukkan: sangat tidak setuju (0%), tidak setuju (1, 5%), netral (25, 75%), setuju (43, 5%), dan sangat setuju (29, 25%). Berdasarkan jawaban responden tersebut, responden lebih dominan memberikan penilaian baik terhadap dimensi kredibilitas perusahaan jasa layanan perbankan sebesar 43, 5%. Walaupun masih ada responden yang

memberikan penilaian yang kurang baik tapi tidak terlalu tinggi sebesar 1, 5%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden setuju bahwa dimensi kredibilitas perusahaan jasa layanan perbankan pada bank BNI Syariah dinilai cukup baik.

4. Pada dimensi kecepatan, rata-rata jawaban responden menunjukkan: sangat tidak setuju (0%), tidak setuju (0%), netral (10, 5%), setuju (41, 5%), dan sangat setuju (48%). Berdasarkan jawaban responden tersebut, responden lebih dominan memberikan penilaian sangat baik terhadap dimensi kecepatan sebesar 48%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden sangat setuju bahwa dimensi kecepatan yang terdapat pada layanan *m-banking* bank BNI Syariah dinilai baik.
5. Pada dimensi kepuasan nasabah, rata-rata jawaban responden menunjukkan: sangat tidak setuju (0%), tidak setuju (0%), netral (15%), setuju (60%), dan sangat setuju (25%). Berdasarkan jawaban responden tersebut, responden lebih dominan memberikan penilaian baik terhadap dimensi kepuasan nasabah sebesar 60%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden setuju bahwa dimensi kepuasan nasabah yang terdapat pada *m-banking* bank BNI Syariah dinilai cukup baik.

D. Hasil Uji Kualitas Data

1. Hasil Uji Validitas

Validitas adalah pengukuran yang menunjukkan tingkat ketepatan ukuran suatu instrument terhadap konsep yang diteliti. Untuk mendapatkan data primer peneliti melakukan penyebaran kuesioner kepada responden yang menggunakan layanan *mobile banking* bank BNI Syariah. Suatu butir

pernyataan dikatakan valid jika nilai dari tiap butir pernyataan atau r_{hitung} tersebut positif dan lebih besar dari r_{tabel} . Pada uji pernyataan terhadap 95 responden, peneliti menggunakan rumus $df = n-4$, jadi $95 - 4 = 91$ dan didapati nilai 0,202 sebagai r_{tabel} . Berikut ini adalah hasil uji validitas pada variabel penelitian.

Tabel 4.4
Hasil Uji Validitas

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Keamanan Sistem <i>Mobile Banking</i> (X₁)			
Item 1	0,760	0,202	Valid
Item 2	0,810	0,202	Valid
Item 3	0,787	0,202	Valid
Item 4	0,698	0,202	Valid
Kemudahan Penggunaan Layanan (X₂)			
Item 1	0,845	0,202	Valid
Item 2	0,725	0,202	Valid
Item 3	0,746	0,202	Valid
Item 4	0,791	0,202	Valid
Kredibilitas Perusahaan Jasa Layanan Perbankan			
Item 1	0,858	0,202	Valid
Item 2	0,858	0,202	Valid
Item 3	0,830	0,202	Valid
Item 4	0,836	0,202	Valid
Kecepatan			
Item 1	0,862	0,202	Valid
Item 2	0,876	0,202	Valid
Item 3	0,785	0,202	Valid
Item 4	0,816	0,202	Valid
Kepuasan Nasabah			
Item 1	0,771	0,202	Valid
Item 2	0,800	0,202	Valid
Item 3	0,839	0,202	Valid
Item 4	0,815	0,202	Valid

Sumber: Data diolah, Maret 2020

Pada tabel 4.4 dapat dilihat bahwa dari 20 pernyataan yang diberikan kepada 95 responden memiliki nilai r_{hitung} yang lebih besar dari r_{tabel} sebesar 0,202 yang berarti semua item valid.

2. Hasil Uji Reabilitas

Uji reabilitas digunakan untuk menguji konsistensi data dalam jangka waktu tertentu, yaitu untuk mengetahui sejauh mana pengukuran yang digunakan dapat dipercaya atau diandalkan. Variabel-variabel tersebut dikatakan *Cronbach Alpha*-nya memiliki nilai $> 0,60$ yang berarti bahwa instrument tersebut dapat dipergunakan sebagai pengumpuldata yang hadal yaitu hasil pengukuran relative koefisien jika dilakukan pengukuran ulang. Uji reabilitas ini bertujuan untuk melihat konsistensi. Berikut adalah hasil uji reabilitas pada variabel penelitian.

Tabel 4.5
Hasil Uji Reabilitas

Variabel	<i>Cronboach's Alpha</i>	N Of Item	Keterangan
Keamanan Sistem <i>Mobile Banking</i> (X ₁)	0,762	4	Reliabel
Kemudahan Penggunaan Layanan (X ₂)	0,779	4	Reliabel
Kredibilitas Perusahaan Jasa Layanan Perbankan (X ₃)	0,865	4	Reliabel
Kecepatan (X ₄)	0,845	4	Reliabel
Kepuasan Nasabah (Y)	0,820	4	Reliabel

Dari hasil pengujian, didapat seluruh nilai *cronboach's alpha* penelitian lebih besar dari 0,60, sehingga dapat disimpulkan bahwa semua instrumen penelitian reliabel.

E. Hasil Uji Asumsi Klasik

1. Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas data adalah hal yang lazim dilakukan sebelum sebuah metode statistic. Uji normalitas merupakan salah satu bagian dari uji persyaratan analisis data atau biasa disebut asumsi klasik. Tujuan uji

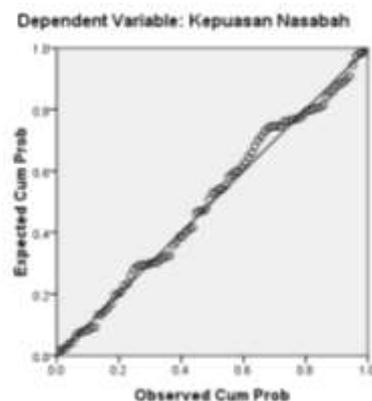
normalitas adalah untuk mengetahui apakah distribusi sebuah data mengikuti atau mendekati distribusi normal, yakni distribusi data yang mempunyai pola seperti distribusi normal.

Uji normalitas dilakukan dengan melihat normal *probability plot* yang membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Distribusi normal akan membentuk satu garis lurus diagonal, dan plotting data residual akan dibandingkan dengan garis diagonal. Jika distribusi data residual normal, maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya mengikuti garis diagonalnya.

Uji normalitas data dengan menggunakan pengolahan data *IBM SPSS 23 For Window's* menghasilkan gambar grafik sebagai berikut:

Gambar 4.2

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Sumber: data diolah, Maret 2020

Dari grafik P-P Plot di atas terlihat bahwa sebaran data memusat pada nilai rata-rata dan median atau nilai P-P Plot terletak pada garis diagonal, maka dapat dikatakan bahwa data penelitian ini memiliki

peyebaran dan terdistribusi normal. Dengan normalnya data pada penelitian ini maka penelitian ini dapat diteruskan.

2. Hasil Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Untuk mengetahui ada atau tidaknya multikolinearitas, mengacu pada nilai yang dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinearitas adalah nilai tolerance $> 0,10$ atau sama dengan nilai VIF < 10 .

Untuk melihat hasil uji multikoleniaritas, berikut peneliti sajikan dalam tabel 4.6

Tabel 4.6
Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
Keamanan Sistem Mobile Banking	.971	1.030
Kemudahan Penggunaan Layanan	.993	1.007
Kredibilitas Perusahaan Layanan Perbankan	.910	1.099
Kecepatan	.903	1.107

Dependen Variabel : Kepuasan Nasabah

Sumber : data diolah, Maret 2020

Dapat dilihat dari tabel 4.6 di atas, nilai *tolerance* keamanan sistem *mobile banking* (X_1) sebesar 0,971, kemudahan penggunaan layanan (X_2) sebesar 0,993, kredibilitas perusahaan layanan perbankan (X_3) sebesar 0,910, dan kecepatan (X_4) sebesar 0,903 lebih besar dari 0,10. Kemudian VIF keamanan sistem *mobile banking* (X_1) sebesar 1,030, kemudahan penggunaan layanan (X_2) sebesar 1,007, kredibilitas perusahaan layanan perbankan (X_3) sebesar 1,099, dan kecepatan (X_4) sebesar 1,107 seluruhnya kurang dari nilai VIF 10. Maka dapat disimpulkan bahwa

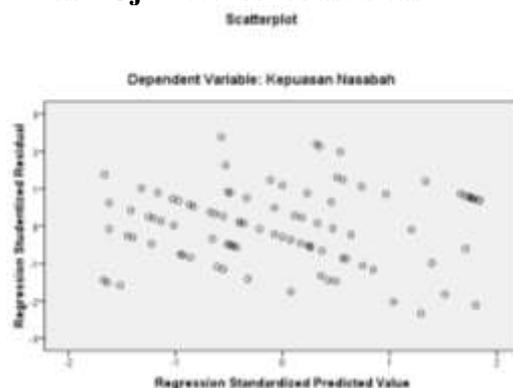
model persamaan regresi tidak terdapat masalah multikolinearitas dan dapat digunakan dalam penelitian ini.

3. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah yang homokedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Dasar analisisnya adalah jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebur kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas. Sedangkan jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Untuk melihat hasil uji heteroskedastisitas penelitian ini, berikut peneliti sajikan gambar 4.3.

Gambar 4.3
Hasil Uji Heteroskedastisitas



Berdasarkan gambar 4.3, grafik *scatterplot* menunjukkan bahwa data tersebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y dan tidak

terdapat suatu pola yang jelas pada penyebaran data tersebut. Hal ini berarti tidak terjadi heteroskedastisitas pada model persamaan regresi. Sehingga model regresi layak digunakan untuk memprediksi kepuasan nasabah berdasarkan variabel yang mempengaruhinya, yaitu keamanan sistem *mobile banking*, kemudahan penggunaan layanan, kredibilitas perusahaan jasa layanan perbankan, dan kecepatan.

F. Hasil Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan analisis regresi linear berganda. Untuk mempermudah dalam menganalisis data, semua pengolahan data akan dilakukan dengan menggunakan program *IBM SPSS Statistic 23 for window's*. Adapun hasil regresi dari data primer yang diolah dapat dilihat pada tabel 4.7 sebagai berikut:

Tabel 4.7
Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model	Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
(Constant)	5.200	2.402
Keamanan Sistem Mobile Banking	-.048	0.111
Kemudahan Penggunaan Layanan	.019	.067
Kredibilitas Perusahaan Layanan Perbankan	.430	.060
Kecepatan	.282	.073

Dependen variabel: Kepuasan Nasabah

Sumber: data diolah, Maret 2020

Berdasarkan tabel di atas dapat diperoleh model persamaan regresi sebagai berikut: $Y = 5,200 + -0,048 X_1 + 0,019 X_2 + 0,430 X_3 + 0,282 X_4 + e$. Konstanta α sebesar 5,200; artinya apabila Keamanan Sistem *Mobile Banking*, Kemudahan Penggunaan Layanan, Kredibilitas Perusahaan Layanan

Perbankan, dan Kecepatan tidak ada atau nilainya 0, maka kepuasan nasabah terhadap layanan *mobile banking* nilainya sebesar 5, 200.

Koefisien regresi variabel Keamanan Sistem *Mobile Banking* (X_1) sebesar -0, 048 artinya apabila Keamanan Sistem *Mobile Banking* diturunkan 1 satuan, maka kepuasan nasabah mengalami kenaikan sebesar 0, 048 satuan. Koefisien bernilai negative artinya tidak ada hubungan positif antara Keamanan Sistem *Mobile Banking* dengan kepuasan nasabah.

Koefisien regresi variabel Kemudahan Penggunaan Layanan (X_2) sebesar 0, 019 artinya apabila Kemudahan Penggunaan Layanan dinaikkan 1 satuan, maka kepuasan nasabah mengalami kenaikan sebesar 0, 019 satuan. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan searah antara Kemudahan Penggunaan Layanan dengan kepuasan nasabah. Semakin tinggi Kemudahan Penggunaan Layanan yang diberikan maka akan semakin meningkat kepuasan nasabah terhadap *mobile banking*.

Koefisien regresi variabel Kredibilitas Perusahaan Layanan Perbankan (X_3) sebesar 0, 430 artinya apabila Kredibilitas Perusahaan Layanan Perbankan dinaikkan 1 satuan, maka kepuasan nasabah mengalami kenaikan sebesar 0, 430 satuan. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan searah antara Kredibilitas Perusahaan Layanan Perbankan dengan kepuasan nasabah. Semakin tinggi Kredibilitas Perusahaan Layanan Perbankan yang diberikan maka akan semakin meningkat kepuasan nasabah terhadap *mobile banking*.

Koefisien regresi variabel kecepatan (X_4) sebesar 0,282 artinya apabila kecepatan dinaikkan 1 satuan, maka kepuasan nasabah mengalami kenaikan sebesar 0,282 satuan. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan searah antara kecepatan dengan kepuasan nasabah. Semakin tinggi kecepatan yang diberikan maka akan semakin meningkat kepuasan nasabah terhadap *mobile banking*.

1. Hasil Uji Parsial (Uji T)

Uji T digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependen. Hasil uji pengaruh variabel pelayanan *mobile banking* yang meliputi Keamanan Sistem *Mobile Banking*, Kemudahan Penggunaan Layanan, Kredibilitas Perusahaan Layanan Perbankan, dan Kecepatan secara parsial terhadap kepuasan nasabah *mobile banking* dapat dilihat pada tabel 4.8 berikut:

Tabel 4.8
Hasil Uji Parsial (Uji T)

Model	t	Sig
(Constant)	2.165	.033
Keamanan Sistem Mobile Banking	-.438	.663
Kemudahan Penggunaan Layanan	.277	.782
Kredibilitas Perusahaan Layanan Perbankan	7.149	.000
Kecepatan	3.880	.000

Sumber: data diolah, Maret 2020

Berdasarkan tabel 4.5 di atas dapat diketahui nilai t hitung dari setiap variabel.

a. Pengaruh Keamanan Sistem *Mobile Banking*

Berdasarkan tabel di atas dapat diperoleh nilai t hitung sebesar -0,438 dengan nilai sig. sebesar 0,663. Hal ini menunjukkan bahwa

nilai t hitung lebih kecil dari t tabel 0,677 dan nilai sig. lebih besar dari 0,05. Dengan demikian H_0 diterima dan H_a ditolak. Artinya variabel Keamanan Sistem *Mobile Banking* tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah.

b. Kemudahan Penggunaan Layanan

Berdasarkan tabel di atas dapat diperoleh nilai t hitung sebesar 0,277 dengan nilai sig. 0,782. Hal ini menunjukkan bahwa nilai t hitung lebih kecil dari t tabel 0,677 dan nilai sig. lebih besar dari 0,05. Dengan demikian H_0 diterima dan H_a ditolak. Artinya variabel Kemudahan Penggunaan Layanan tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah.

c. Kredibilitas Perusahaan Jasa Layanan Perbankan

Berdasarkan tabel di atas dapat diperoleh nilai t hitung sebesar 7.149 dengan nilai sig. 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa nilai t hitung lebih besar dari t tabel 0,677 dan nilai sig. lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya variabel Kredibilitas Perusahaan Layanan Perbankan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah.

d. Kecepatan

Berdasarkan tabel di atas dapat diperoleh nilai t hitung sebesar 3.880 dengan nilai sig. 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa nilai t hitung lebih besar dari t tabel 0,677 dan nilai sig. lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya variabel

kecepatan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen.

2. Hasil Uji Simultan (Uji F)

Untuk melihat apakah variabel-variabel independen dalam penelitian ini berpengaruh terhadap variabel dependen secara bersama-sama, maka berikut peneliti sajikan dalam tabel 4.9 berikut:

Tabel 4.9
Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA^b

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	190.851	4	47.713	22.330	.000 ^a
Residual	192.307	90	2.137		
Total	383.158	94			

a. Predictors: (Constant), Kecepatan, Kemudahan Penggunaan Layanan, Keamanan Sistem Mobile Banking, Kredibilitas Perusahaan Layanan Perbankan

b. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Berdasarkan tabel 4.9 diperoleh nilai F hitung sebesar 22, 330 dengan nilai sig. sebesar 0, 000. Hal ini menunjukkan bahwa nilai F hitung lebih besar dari F tabel 2, 472 dan nilai sig. lebih kecil dari 0, 05. Dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya layanan *mobile banking* yang meliputi keamanan sistem *mobile banking*, kemudahan penggunaan layanan, kredibilitas perusahaan layanan perbankan, dan kecepatan secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah.

3. Hasil Uji Koefisien Determinasi (Uji R^2)

Koefisiensi determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai

koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Untuk lebih jelas, peneliti sajikan dalam tabel 4.10 berikut:

Tabel 4.10
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted Square	R	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.706 ^a	.498	.476		1.462	1.645

a. Predictors: (Constant), Kecepatan, Kemudahan Penggunaan Layanan, Keamanan Sistem Mobile Banking, Kredibilitas Perusahaan Layanan Perbankan

b. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Berdasarkan tabel di atas diperoleh angka R^2 (*R Square*) sebesar 0,498 atau (49,8%). Hal ini menunjukkan bahwa presentase sumbangan pengaruh variabel layanan *mobile banking* yang meliputi keamanan sistem *mobile banking*, kemudahan penggunaan layanan, kredibilitas perusahaan layanan perbankan, dan kecepatan terhadap variabel kepuasan nasabah sebesar 49,8% atau variasi variabel independen yang digunakan dalam model mampu menjelaskan sebesar 49,8% variasi variabel dependen. Sedangkan sisanya sebesar 50,2% dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

G. Analisis dan Pembahasan

Pada hasil uji kualitas data dapat dilihat bahwa semua instrument pada penelitian ini dapat dijadikan alat penelitian yang layak. Hal ini didasarkan

pada keterangan yang menyatakan *valid* dan *reliabel* pada tiap item pernyataan yang telah diuji pada software *IBM SPSS Statistic 23 for window's*. Pada uji asumsi klasik, uji normalitas dilakukan dengan melihat grafik *normal probability plot*. Berdasarkan hasil tersebut, data dalam penelitian ini dapat dikatakan terdistribusi secara normal. Sedangkan pada uji multikolinearitas yang menggunakan nilai *tolerance* dan VIF menyatakan bahwa model persamaan regresi tidak terdapat gejala multikolinearitas dan dapat digunakan dalam penelitian. Dan pada uji heteroskedastisitas, grafik *scatterplot* menunjukkan bahwa model persamaan regresi tidak terjadi masalah heteroskedastisitas. Sehingga model regresi layak digunakan untuk memprediksi kepuasan nasabah berdasarkan variabel layanan *mobile banking* yang meliputi keamanan sistem *mobile banking*, kemudahan penggunaan layanan, kredibilitas perusahaan layanan perbankan, dan kecepatan.

Pada hasil uji hipotesis, peneliti menggunakan beberapa uji seperti uji parsial (uji T), dan uji simultan (Uji F) serta uji koefisien determinasi (Uji R^2). Dan dari hasil uji T diketahui bahwa hasil t hitung pada variabel keamanan sistem *mobile banking* sebesar -0,438 yang berarti tidak memiliki pengaruh terhadap variabel kepuasan nasabah. Sedangkan dari hasil variabel kemudahan penggunaan layanan diketahui t hitung 0,277 sehingga variabel ini tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel kepuasan nasabah. Kemudian hasil t hitung dari variabel kredibilitas perusahaan layanan perbankan sebesar 7,149 yang berarti memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah, dan hasil t hitung dari variabel kecepatan sebesar 3,880 yang berarti

memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah. Untuk uji F, diketahui bahwa nilai F_{hitung} 22,330 lebih besar dari F_{tabel} 2,472 dan diketahui bahwa nilai sig. 0,000 lebih kecil dari 0,05. Sehingga layanan *mobile banking* yang meliputi keamanan sistem *mobile banking*, kemudahan penggunaan layanan, kredibilitas perusahaan layanan perbankan, dan kecepatan secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah. Sedangkan pada uji R^2 , variabel layanan *mobile banking* yang meliputi keamanan sistem *mobile banking*, kemudahan penggunaan layanan, kredibilitas perusahaan layanan perbankan, dan kecepatan menjelaskan variabel kepuasan nasabah sebesar 49,8% atau variasi variabel independen yang digunakan dalam model mampu menjelaskan sebesar 49,8%.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan rumusan masalah dan hasil uji hipotesis yang telah diujikan dengan model analisis regresi linear berganda maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut, Berdasarkan uji simultan (uji F) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel layanan *mobile banking* yang meliputi keamanan sitem *moble banking*, kemudahan penggunaan layanan, kredibilitas perusahaan layanan perbankan, dan kecepatan secara bersama-sama terhadap kepuasan nasabah. Dalam penelitian ini diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 22,330 dengan nilai sig. sebesar 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa nilai F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} dan nilai sig. lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_a) diterima, maka dapat dikatakan bahwa variabel layanan *m-banking* (X) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y). Nilai koefisien determinasi adalah sebesar 49,8%. Hal ini menunjukkan bahwa layanan *mobile banking* yang meliputi keamanan sitem *moble banking*, kemudahan penggunaan layanan, kredibilitas perusahaan layanan perbankan, dan kecepatan secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah. Semakin tinggi kualitas layanan *m-banking* maka semakin meningkat kepuasan nasabah pada bank BNI Syariah KCP Rajabasa.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa layanan *mobile banking* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Dengan demikian semakin baik layanan *mobile banking* yang diberikan kepada nasabah maka kepuasan nasabah akan lebih meningkat lagi. Terdapat beberapa saran dari peneliti:

1. Untuk kedepannya perkembangan *mobile banking* bank BNI Syariah diharapkan mampu memberikan kemudahan penggunaan layanan yang lebih baik lagi serta memberikan keamanan yang lebih baik lagi dengan menambahkan sistem perlindungan atau garansi atas semua transaksi nasabah. Karena mayoritas masyarakat masih meragukan keamanan dari sistem transaksi *online*.
2. Untuk pihak yang ingin meneliti lebih lanjut, dapat menambahkan variabel lain yang dapat mempengaruhi kepuasan nasabah. Karena dalam penelitian ini diketahui terdapat 50, 2% faktor-faktor lain yang mempengaruhi kepuasan nasabah pada layanan *mobile banking*. Seperti privasi pengguna, kehandalan layanan, dan lain sebagainya.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta, 2010.
- Astika Kurniawati, Hanif, Wahyu Agus Winarno, dan Alfi Arif. “Analisis Minat Penggunaan Mobile Banking Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) Yang Telah Dimodifikasi.” *Universitas Jember (UNEJ)* 4, no. 1 (2017).
- Bank Indonesia. “Pedoman Penerapan Manajemen Risiko Dalam Penggunaan Teknologi Informasi Oleh Bank Umum.” *Direktorat Penelitian dan Pengaturan Perbankan*, Desember 2007.
- Bungin, Burhan. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2005.
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011.
- Jasfar, Farida. *Manajemen Jasa Pendekatan Terpadu*. Bogor: Ghalia Indonesia, 2005.
- Juni Priansa, Donni. *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta, 2016.
- Kartono, Kartini. *Pengantar Metodologi Research Sosial*. Bandung: Mandar Maju, 1996.
- Kasmir. *Etika Costumer Service*. Jakarta: Raja Grafindo, 2005.
- . *Pemasaran Bank*. Jakarta: Kencana, 2004.
- Kementrian Agama Republik Indonesia. *Al-Qur'an dan Terjemahannya*. Jakarta: Sinergi Pustaka Indonesia, 2012.
- Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran*. 11 ed. Jakarta: Indeks, 2005.
- Lumpiyoadi, Rambat. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat, 2001.
- Martono, Nanang. *Metode Penelitian Kuantitatif Analisis Isi dan Analisis Sekunder*. Jakarta: Rajawali Pers, 2012.
- Muhammad. *Metode Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*. Jakarta: Rajawali Pers, 2013.

- Nurahmadi Harish, Irfan. "Pengaruh Kepercayaan Nasabah dan Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah." UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2017.
- Nurastuti, Wiji. *Teknologi Perbankan*. Jakarta: Graha Ilmu, 2011.
- PT Bank Rakyat Indonesia. *Laporan Keuangan Tahunan Bank Rakyat Indonesia*. Jakarta: PT BRI, 2010.
- Ridwan, dan Akdon. *Rumus dan Data dalam Aplikasi Statistik*. Bandung: Alfabeta, 2010.
- Siregar, Sofiyon. *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif*. Bumi Aksara, 2014.
- Subagio, Ahmad. *Marketing in Business (Usaha Mikro Kecil & Lembaga Keuangan Mikro)*. Jakarta: Mitra Wacana Media, 2010.
- Sugiono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2017.
- Suhartanto, Dwi, Tjetjep Djatnika dkk. *Ritel Pengelolaan dan Pemasaran*. Bandung: Alfabeta, 2017
- Supriyono, Maryanto. *Buku Pintar Perbankan*. Yogyakarta: Andi, 2011.
- Suryabrata, Sumardi. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Rajawali Pers, 2014.
- Tjiptono, Fandy. *Service Management: Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta: Andi, 2012.
- . *Total Quality Manajemen*. Yogyakarta: Andi, 2003.
- Yesta Utami, Selvia. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Perusahaan Seluler Terhadap Kepuasan Konsumen." IAIN Metro, 2019.
- Yuliansyah, Yogi. "Analisis Pengaruh Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Kaliurang Yogyakarta." UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2017.
- Zuhaeri. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah Edisi Revisi*. Jakarta: Rajawali Pers, 2016.

LAMPIRAN – LAMPIRAN



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;

Nomor : 2678/In.28.3/D.1/PP.00.9/10/2019
Lampiran : -
Perihal : Pembimbing Skripsi

14 Oktober 2019

Kepada Yth:

1. Nizaruddin, S.Ag., M.H.
 2. Rina El Maza, M.S.I.
- di – Tempat

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Dalam rangka membantu mahasiswa dalam penyusunan Proposal dan Skripsi, maka Bapak/Ibu tersebut diatas, ditunjuk masing-masing sebagai Pembimbing I dan II Skripsi mahasiswa :

Nama : Melfi Adela
NPM : 1602100150
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : S1 Perbankan Syariah (S1-PBS)
Judul : Pengaruh Layanan M-Banking Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Bank BNI Syariah KCP Rajabasa)

Dengan ketentuan :

1. Pembimbing, membimbing mahasiswa sejak penyusunan Proposal sampai selesai Skripsi :
 - a. Pembimbing I, mengoreksi outline, alat pengumpul data (APD) dan mengoreksi Skripsi setelah pembimbing II mengoreksi.
 - b. Pembimbing II, mengoreksi Proposal, outline, alat pengumpul data (APD) dan mengoreksi Skripsi, sebelum ke Pembimbing I.
2. Waktu penyelesaian Skripsi maksimal 4 (empat) semester sejak SK bimbingan dikeluarkan.
3. Diwajibkan mengikuti pedoman penulisan karya ilmiah yang di keluarkan oleh LP2M Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.
4. Banyaknya halaman Skripsi antara 40 s/d 70 halaman dengan ketentuan :
 - a. Pendahuluan ± 2/6 bagian.
 - b. Isi ± 3/6 bagian.
 - c. Penutup ± 1/6 bagian.

Demikian disampaikan untuk dimaklumi dan atas kesediaan Bapak/Ibu Dosen diucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh



Wakil Dekan Bidang Akademik dan
Keberbinaan

MUHAMMAD SALEH



**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 : 0653/In.28/D.1/TL.00/03/2020
Lampiran : -
Perihal : **IZIN RESEARCH**

Kepada Yth.,
Sub Branch Manager BNI Syariah
KCP Rajabasa
di-
Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Sehubungan dengan Surat Tugas Nomor: 0652/In.28/D.1/TL.01/03/2020, tanggal 09 Maret 2020 atas nama saudara:

Nama : **MELFI ADELA**
NPM : 1602100150
Semester : 8 (Delapan)
Jurusan : S1 Perbankan Syariah

Maka dengan ini kami sampaikan kepada saudara bahwa Mahasiswa tersebut di atas akan mengadakan research/survey di BNI Syariah KCP Rajabasa, dalam rangka menyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "PENGARUH LAYANAN M-BANKING TERHADAP KEPUASAN NASABAH (STUDI KASUS PADA BANK BNI SYARIAH KCP RAJABASA)".

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

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 09 Maret 2020
Wakil Dekan I,



Drs. H.M. Saleh MA.
NIP 19650111 199303 1 001



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
UNIT PERPUSTAKAAN**

Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
M E T R O Telp (0725) 41507; Faks (0725) 47296; Website: digilib.metrouniv.ac.id; pustaka.iain@metrouniv.ac.id

**SURAT KETERANGAN BEBAS PUSTAKA
Nomor : P-331/ln.28/S/U.1/OT.01/05/2020**

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

Nama : MELFI ADELA
NPM : 1602100150
Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/S1. Perbankan Syariah

Adalah anggota Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung Tahun Akademik 2019 / 2020 dengan nomor anggota 1602100150.

Menurut data yang ada pada kami, nama tersebut di atas dinyatakan bebas dari pinjaman buku Perpustakaan dan telah memberi sumbangan kepada Perpustakaan dalam rangka penambahan koleksi buku-buku Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat, agar dapat dipergunakan seperlunya.

Metro, 14 Mei 2020
Kepala Perpustakaan



[Handwritten Signature]
Dr. Mokhtarifudin Sudin, M.Pd
NIP.1958083119810301001

Lampiran 1. Dokumentasi sebar kuesioner











RIWAYAT HIDUP



Peneliti bernama Melfi Adela, Lahir di Raman Aji, Raman Utara, Kabupaten Lampung Timur, Provinsi Lampung 22 tahun silam. Bertepatan tanggal 01 Mei 1998. Peneliti merupakan anak ke lima dari enam bersaudara, buah hati pasangan dari Ayahanda Nyamut dan Ibunda Sriyati. Peneliti menyelesaikan masa belajar di SDN 1 Raman Aji, Raman Utara dan lulus pada tahun 2010.

Setelah itu masa studi peneliti dilanjutkan disebuah Sekolah Menengah Pertama Negeri (SMPN) 1 Raman Utara, Kabupaten Lampung Timur hingga selesai tahun 2013. Tanpa menyia-nyiakan waktu, peneliti langsung melanjutkan ke SMA N 1 Raman Utara, Kabupaten Lampung Timur dengan jurusan Ilmu Pengetahuan Alam (IPA) dan selesai pada tahun 2016. Pada Agustus 2016 peneliti tercatat sebagai mahasiswa Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro, Tepatnya pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dengan Jurusan S1 Perbankan Syariah.

Memasuki akhir masa studi peneliti di jurusan S1 Perbanksan Syariah IAIN Metro Lampung, peneliti mempersembahkan sebuah Skripsi yang berjudul **“PENGARUH LAYANAN *M-BANKING* TERHADAP KEPUASAN NASABAH (Studi Kasus Pada Bank BNI KCP Rajabasa)”**.