

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN, KECEPATAN DAN
KEMUDAHAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH GEN Z
DALAM MENGGUNAKAN *MOBILE BANKING* BANK
SYARIAH INDONESIA KCP PONOROGO SOETTA**

SKRIPSI



Oleh:

Muhyiddin

NIM 402200169

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

2024

ABSTRAK

Muhyiddin. Pengaruh Kualitas Layanan, Kecepatan dan Kemudahan Terhadap Kepuasan Nasabah Gen Z Dalam Menggunakan *Mobile Banking* Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo Soetta. *Skripsi*. 2024. Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, Pembimbing: Dr. Luhur Prasetyo, M.E.I.

Kata Kunci: Kualitas Layanan, Kecepatan, Kemudahan dan Kepuasan Nasabah

Kepuasan pelanggan menjadi indikator utama dalam penilaian sejauh mana bank dapat memenuhi harapan dan kebutuhan nasabah. Salah satu hal yang dapat membedakan suatu bank dengan bank lainnya adalah peningkatan kualitas layanan, dengan kecepatannya serta kemudahan penggunaan yang dirasakan nasabah. Nasabah yang puas akan cenderung setia dan berpotensi menjadi agen promosi positif melalui rekomendasi kepada orang lain. Diera 4.0 ditandai dengan perkembangan yang luar biasa dibidang industri perbankan. Generasi Z yang ketergantungan pada teknologi, tidak ingin menghabiskan waktu yang lama dalam bertransaksi. Layanan perbankan yang responsif, tanpa hambatan yang mudah diakses menjadi kunci untuk memenuhi ekspektasi Gen Z.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji dan menganalisis pengaruh kualitas layanan, kecepatan, dan kemudahan terhadap kepuasan nasabah Gen Z BSI KCP Ponorogo Soetta secara parsial dan simultan. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan data primer. Sampel yang digunakan sebanyak 100 responden dengan menggunakan teknik pengambilan sampel *nonprobability* sampling dengan cara sampling insidental dimana teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan. Pengumpulan data menggunakan metode angket. Instrumen penelitian menggunakan skala likert. Metode pengolahan data menggunakan aplikasi SPSS versi 23. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji regresi linier berganda, uji t, uji F, dan uji koefisien determinasi (R^2).

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Gen Z BSI KCP Ponorogo Soetta secara parsial, variabel kecepatan dan variabel kemudahan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Gen Z BSI KCP Ponorogo Soetta secara parsial. Namun, kualitas layanan, kecepatan dan kemudahan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Gen Z BSI KCP Ponorogo Soetta secara simultan. Dari hasil pengujian R-Square sebesar 55,0% yang dapat diinterpretasikan bahwa kepuasan nasabah Gen Z BSI KCP Ponorogo Soetta dipengaruhi oleh kualitas layanan, kecepatan dan kemudahan, dan sisanya 45,0% kepuasan nasabah Gen Z BSI KCP Ponorogo Soetta dipengaruhi oleh variabel lain.



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Terakreditasi "B" Berdasarkan SK BAN-PT Nomor:2619/SK/BAN-PT/Ak-SURV/PT/XI/2016
Jl. Pramuka No. 166 Telp. (0352) 481277 Fax. (0352) 461893 Ponorogo
Website: www.iainponorogo.ac.id, email: febi@iainponorogo.ac.id

FORM D

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini menerangkan bahwa skripsi atas nama :

NO	NAMA	NIM	JURUSAN	JUDUL
1	Muhyiddin	402200169	Perbankan Syariah	PENGARUH KUALITAS LAYANAN, KECEPATAN DAN KEMUDAHAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH GEN Z DALAM MENGGUNAKAN <i>MOBILE BANKING</i> BANK SYARIAH INDONESIA KCP PONOROGO SOETTA

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

Mengesahkan,
Ketua Jurusan Perbankan Syariah

Muhadin Anri, M.S.Ak
NIP.198907102018011001

Ponorogo, 01 Maret 2024

Pembimbing



Dr. Luhur Prasetyo, M.E.I

NIP. 197801122006041002





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Puspita Jaya Desa Pintu Jenangan Ponorogo

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI
NASKAH SKRIPSI BERIKUT INI:

Judul : Pengaruh Kualitas Layanan, Kecepatan dan Kemudahan Terhadap Kepuasan Nasabah Gen Z Dalam Menggunakan *Mobile Banking* Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo Soetta
Nama : Muhyiddin
NIM : 402200169
Jurusan : Perbankan Syariah

Telah diujikan dalam sidang *Ujian Skripsi* oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo dan dapat diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana dalam bidang Ekonomi

DEWAN PENGUJI:

Ketua Sidang
Dr. Amin Wahyudi, M.E.I.
NIP. 197502072009011007

Penguji I
Dr. Shinta Maharani, M.AK.
NIP. 197905252003122002

Penguji II
Dr. Luhur Prasetyo, M.E.I.
NIP. 197801122006041002

()
()
()

Ponorogo, 07 Maret 2024



Mengesahkan,
Dekan FEBI IAIN Ponorogo
Prof. Dr. H. Luthfi Hadi Aminuddin, M. Ag.
NIP. 197207142000031005

PONOROGO

SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Muhyiddin

NIM : 402200169

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan : Perbankan Syariah

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Layanan, Kecepatan Dan Kemudahan Terhadap Kepuasan Nasabah Gen Z Dalam Menggunakan *Mobile Banking* Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo Soetta

Menyatakan bahwa naskah skripsi telah diperiksa dan disahkan oleh dosen pembimbing. Selanjutnya saya bersedia naskah tersebut dipublikasi oleh perpustakaan IAIN Ponorogo yang dapat diakses di etheses.iainponorogo.ac.id. Adapun isi dari keseluruhan tulisan tersebut, sepenuhnya menjadi tanggung jawab dari penulis.

Demikian pernyataan saya untuk dapat dipergunakan semestinya

Ponorogo, 07 Maret 2024

Pembuat Pernyataan,



Muhyiddin

NIM 402200079

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Muhyiddin

NIM : 402200169

Jurusan : Perbankan Syariah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul :

**“PENGARUH KUALITAS LAYANAN, KECEPATAN DAN KEMUDAHAN
TERHADAP KEPUASAN NASABAH GEN Z DALAM MENGGUNAKAN
MOBILE BANKING BANK SYARIAH INDONESIA KCP PONOROGO
SOETTA”**

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

Ponorogo, 01 Maret 2024

Pembuat Pernyataan,



Muhyiddin

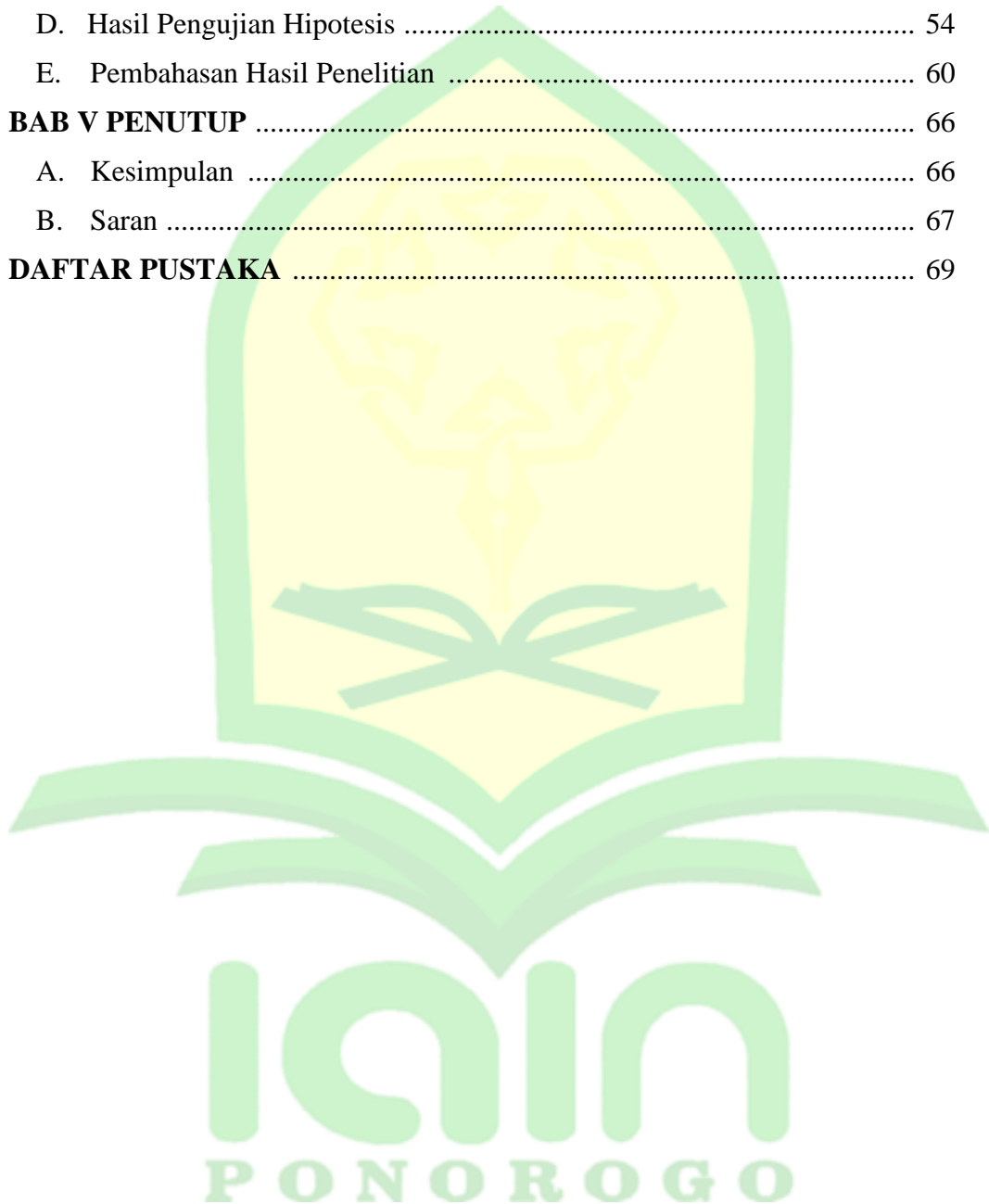
NIM 402200169

P O N O R O G O

DAFTAR ISI

COVER	i
ABSTRAK	ii
LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iv
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	8
E. Sistematika Pembahasan	8
BAB II LANDASAN TEORI	10
A. Deskripsi Teori	10
B. Kajian Pustaka	20
C. Kerangka Pemikiran	28
D. Hipotesis	29
BAB III METODE PENELITIAN	32
A. Rancangan Penelitian	32
B. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	32
C. Lokasi dan Waktu Penelitian	34
D. Populasi Dan Sampel	34
E. Jenis dan Sumber Data	36
F. Metode Pengumpulan Data	36
G. Instrumen Penelitian	37
H. Validitas Dan Realibilitas Instrumen	39
I. Teknik Pengolahan Dan Analisis Data	40

BAB IV PEMBAHASAN DAN ANALISIS DATA	45
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	45
B. Hasil Pengujian Instrumen	48
C. Analisis Deskriptif Responden	51
D. Hasil Pengujian Hipotesis	54
E. Pembahasan Hasil Penelitian	60
BAB V PENUTUP	66
A. Kesimpulan	66
B. Saran	67
DAFTAR PUSTAKA	69



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Studi Penelitian Terdahulu	20
Tabel 3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	32
Tabel 3.2 Tingkat Penilaian Skala Likert	38
Tabel 3.3 Kisi-kisi Instrumen Penelitian	39
Tabel 4.1 Struktur Organisasi BSI Ponorogo Soetta	48
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Layanan	49
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Variabel Kecepatan	49
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Variabel Kemudahan	50
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Kepuasan Nasabah Gen Z	50
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas	51
Tabel 4.7 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	51
Tabel 4.8 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	52
Tabel 4.9 Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	52
Tabel 4.10 Hasil Uji Normalitas	54
Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinieritas	55
Tabel 4.12 Hasil Uji Heteroskedastisitas	55
Tabel 4.13 Model Regresi dan Hasil Uji T	56
Tabel 4.14 Hasil Uji F	58
Tabel 4.15 Hasil Uji Koefisien Determinasi R^2	59

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir..... 28



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Persaingan bisnis dalam dunia perbankan semakin ketat baik di pasar domestik maupun internasional.¹ Memahami semakin ketatnya persaingan di dunia perbankan, banyak Bank menawarkan produk yang hampir sama. Kepuasan nasabah menjadi indikator utama dalam penilaian sejauh mana Bank dapat memenuhi harapan dan kebutuhan nasabahnya. Salah satu hal yang dapat membedakan suatu bank dengan bank lainnya ialah peningkatan kualitas layanannya, dengan kecepatan serta kemudahan penggunaan yang dirasakan oleh nasabah. Nasabah yang puas cenderung setia dan berpotensi menjadi agen promosi positif melalui rekomendasi kepada orang lain. Sebaliknya, ketidakpuasan nasabah dapat berakibat pada penurunan jumlah nasabah. Diera perubahan industri 4.0 di tandai dengan perkembangan yang luar biasa di bidang industri perbankan menjadi salah satu faktor pendukung keberhasilan khususnya di bidang industri perbankan. Seiring dengan meningkatnya permintaan akan penggunaan teknologi ini diperbankan memberikan layanan terbaik, kecepatan disemua aspek layanan dan kemudahan dalam penggunaan *Mobile Banking* yang bisa meningkatkan kepuasan nasabah.²

Dalam rangka memanfaatkan teknologi untuk memberikan layanan yang terbaik kepada nasabah, Bank meluncurkan media layanan perbankan berbasis IT, *mobile banking (M-Banking)*. Layanan *M-Banking* memberikan nasabah kesempatan untuk melakukan transaksi perbankan menggunakan perangkat seluler. Menggunakan layanan *Mobile Banking* di telepon seluler, nasabah dapat melakukan transaksi atau kegiatan layanan dengan lebih mudah tanpa batasan spasial dan temporal. Layanan *Mobile Banking* ingin menawarkan

¹ Fandy Tjiptono, *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*, 3 (Andi, 2020), <https://repo.pelitabangsa.ac.id/xmlui/handle/123456789/8166>.

² M. Fahrul Husni et al., 'Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kemudahan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Syariah Indonesia. TBK Regional Office X Makassar', *JURSIMA (Jurnal Sistem Informasi Dan Manajemen)* 11, no. 2 (2023): 242–56.

kenyamanan dan manfaat kepada nasabah dalam mengakses Bank tanpa harus datang langsung ke bank.³

Sebagai Bank Syariah baru, Bank Syariah Indonesia (BSI) berhasil meraih pengakuan sebagai digital *Brand of the Year* 2019. Jaminan yang diberikan BSI telah membuktikan bahwa layanan digital marketing yang ditawarkan pada nasabah telah memberikan manfaat bagi mereka sebagai nasabah BSI. Pada tanggal 31 Desember 2022, jumlah menggunakan layanan seluler BSI adalah 4,81 juta pengguna Noa, yang mewakili 39% dari total tahun 2021. Berdasarkan data, terlihat bahwa layanan *mobile banking* yang ditawarkan oleh bank secara signifikan meningkatkan kehidupan masyarakat umum, yang biasanya perlu mengunjungi bank hanya dengan menggunakan aplikasi mereka. Kemajuan teknologi yang memudahkan transaksi membuat perbankan semakin mudah diakses melalui tersedianya layanan *Mobile Banking*.⁴

Philip Kotler menyatakan bahwa kepuasan konsumen dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya: kualitas produk atau layanan, kecepatan, dan kemudahan.⁵ Salah satu faktor terpenting dalam situasi persaingan adalah kemampuan organisasi untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Kunci sukses dan keunggulan bersaing perusahaan akan menjadi kunci pelanggan tidak dalam jangka pendek tetapi jangka panjang. Karena dampaknya yang signifikan terhadap kelangsungan bisnis perbankan tertentu, nasabah memiliki peran penting dalam sebuah perusahaan. Melalui kuatnya hubungan yang terjalin antara bank dan nasabah, pada akhirnya akan membawa dampak positif yang menguntungkan bank, yaitu kepuasan nasabah.⁶

Layanan dalam dunia perbankan secara online menjadi pengalaman yang dinikmati nasabah dengan menggunakan *Mobile Banking*, dimana kebutuhan layanan tanpa batasan spasial dan temporal dan ketika layanan *Mobile Banking* memenuhi harapan nasabah maka menjadi bagian yang sangat penting dalam

³ Aditya Wardhana, 'Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking (M-Banking) Terhadap Kepuasan Nasabah Di Indonesia [Effect of Mobile Banking (M-Banking) Service Quality on Customer Satisfaction in Indonesia]', *DeReMa (Development Research of Management): Jurnal Manajemen* 10, no. 2 (2015): 273–84.

⁴ 'Laporan Keuangan Tahunan Bsi per 31 2022', Bing, accessed 25 February 2024, https://ir.bankbsi.co.id/annual_reports.html.

⁵ Philip Kotler and G. Armstrong, *Marketing Management, Analysis, Planning, Implementation, and Control*, Philip Kotler (London: Prentice-Hall International, 1994).

⁶ Philip Kotler et al., *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, vol. 1, 12 (Jakarta: Erlangga, 2008).

kehidupan sehari-hari nasabah maka akan meningkatkan kepuasan nasabah terhadap menggunakan layanan berbasis teknologi. Ditambah lagi sekarang generasi Z maupun masyarakat Indonesia yang telah mengalami ketergantungan pada teknologi, dimana generasi sekarang tidak ingin menghabiskan waktu yang lama untuk melakukan transaksi atau mendapatkan informasi. Layanan perbankan yang responsif, tanpa hambatan, dan mudah diakses menjadi kunci untuk memenuhi ekspektasi generasi Z.⁷

Semakin tinggi kualitas layanan yang dirasakan akan semakin tinggi tingkat kepuasan nasabah, kualitas layanan sebagai tolak ukur atau penilaian sedunia yang sejalan dengan keunggulan suatu pelayanan tertentu, sedangkan kepuasan nasabah merupakan hasil penilaian tersebut. Kualitas layanan harus dimulai dengan kebutuhan nasabah dan diakhiri dengan perspektif pelanggan. Setiap organisasi yang menggunakan layanan perbankan akan memberikan penilaian kualitas layanan yang berbeda-beda; kualitas layanan yang diberikan oleh bank merupakan pertimbangan utama bank.⁸

Faktanya, nasabah tidak mendapatkan kepuasan yang diharapkan dari segi unsur layanan, hal tersebut ditentukan dari hasil wawancara yang dilakukan pada Khoirul Latifah yang mengatakan bahwa dia puas menggunakan layanan produk Bank Syariah Indonesia karena sesuai syariah dan lengkap sesuai dengan kebutuhan sehari-hari. Tetapi akhir-akhir ini BSI *Mobile* sering mengalami gangguan atau *error*, seperti: "Permintaan tidak dapat diproses", "Permintaan waktu habis", atau bahkan aplikasi tiba-tiba keluar otomatis. Hal tersebut jelas mengganggu pengguna.⁹ Jika layanan atau produk yang diberikan perusahaan memuaskan, maka hal itu akan mendorong nasabah menjadi percaya, senang dan nyaman yang kemudian nasabah akan puas, nasabah yang puas cenderung tetap setia, melakukan transaksi lebih lanjut, dan memberikan rekomendasi positif kepada orang lain. Sebaliknya jika layanan

⁷ Dodie Tricahyono, 'Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik (E-Servqual) Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna Mobile Banking (Studi Kasus Pada BRI Unit Jatiwaringin Cabang Kramat Jati Jakarta Timur Tahun 2014)', *eProceedings of Management* 1, no. 3 (2019),

⁸ Ratna Dewi, 'Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah', *JURNAL Ekonomika* 5 (2021): 170–82.

⁹ Khoirul Latifah, *Wawancara*, 26 November 2023.

yang didapatkan nasabah tidak bagus justru akan mendorong nasabah membuat tidak percaya, tidak senang, dan tidak nyaman kemudian nasabah tidak puas.

Dalam sebuah penelitian yang dilakukan oleh Lestari *et al.*,¹⁰ Rita *et al.*,¹¹ dan Siswadi *et al.*¹² yang menunjukkan kualitas layanan *Mobile Banking* berdampak signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia. Hal ini bertentangan terhadap penelitian yang dilakukan oleh Yusuf *et al.*,¹³ Fanriza and Iskandar,¹⁴ dan Miswanto and Angelia¹⁵ menunjukkan variabel kualitas layanan tidak berpengaruh signifikan kepada kepuasan pengguna.

Banyak faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah, salah satunya adalah kecepatan. Kecepatan ialah suatu kemampuan lembaga perbankan untuk memberikan layanan secara efisien dan responsif kepada nasabah. Konsumen atau pelanggan mempunyai kebutuhan/permintaan yang lebih kompleks dari penyedia layanan telepon seluler (*Mobile Banking*). Salah satu aspek yang perlu dipenuhi adalah kecepatan *server* sistem *Mobile Banking*.¹⁶

Kemudian faktor kecepatan yang dapat dilihat dari hasil wawancara nasabah Muhammad Khusnul Maab mengatakan puas dengan kecepatan transaksi *Mobile Banking* BSI dan ia sudah melakukan beberapa transaksi seperti transfer dana, pembayaran tagihan, atau cek saldo dapat dilakukan dengan cepat dan tanpa hambatan. Namun setelah aplikasi *M-banking* di *update* menjadi semakin lemot untuk melakukan transaksi bahkan sekedar cek

¹⁰ Devi Lestari, Finantyo Eddy Wibowo, and Ahmad Muti, 'Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia', *Journal of Student Development Informatics Management (JoSDIM)* 3, no. 2 (2023): 185–98.

¹¹ Paulo Rita, Tiago Oliveira, and Almira Farisa, 'The Impact of E-Service Quality and Customer Satisfaction on Customer Behavior in Online Shopping', *Heliyon* 5, no. 10 (2019), [https://www.cell.com/heliyon/pdf/S2405-8440\(19\)36350-9.pdf](https://www.cell.com/heliyon/pdf/S2405-8440(19)36350-9.pdf).

¹² Fery Siswadi, Muharam Hari, and Hannan Sufrin, 'Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan', *Jurnal Pustakawan Indonesia* 18, no. 1 (2019): 42–53.

¹³ Mochamad Yusuf, Muhammad Aris Syafi'i, and Tamamudin Tammamudin, 'Pengaruh Citra Merek, Kualitas Layanan, Dan Digital Banking Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening Pada PT Bank Syariah Indonesia', *ISLAMIC BUSINESS and FINANCE* 4, no. 1 (2023): 68–91.

¹⁴ Mirzan Fanriza and Dadang Iskandar, 'Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Galery Smartfren Soekarno Hatta Bandung', *eProceedings of Management* 1, no. 3 (2014).

¹⁵ Miswanto Miswanto and Yessi Ria Angelia, 'The Influence of Service Quality and Store Atmosphere on Customer Satisfaction', *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan* 19, no. 2 (2019): 106–11.

¹⁶ Maria Kumalasanti and Eni Dwi Susliyanti, 'Pengaruh Pelayanan Mobile Banking terhadap Kepuasan Nasabah Perbankan di Yogyakarta', *JURNAL MANEKSI* 11, no. 2 (2022).

menu saldo.¹⁷ Nasabah akan merasa puas dan nyaman apabila aplikasi BSI *Mobile* dioperasikan dengan serba cepat dan tidak lemot apalagi setelah aplikasi mengalami pembaruan seharusnya kinerja aplikasi semakin meningkat.

Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Kumalasanti and Susliyanti,¹⁸ Ling *et al.*,¹⁹ dan Ahmad Munawir²⁰ yang menunjukkan bahwa variabel kecepatan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini bertolak belakang terhadap penelitian dilakukan oleh Nurdin *et al.*,²¹ Metty *et al.*,²² dan Fatonah *et al.*²³ yang menunjukkan bahwa variabel kecepatan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Faktor penting lain yang mendukung kepuasan konsumen adalah kemudahan. Kemudahan mengacu pada kemampuan untuk membeli atau memanfaatkan suatu produk atau layanan dengan lebih mudah dan cepat. Untuk mempertahankan keunggulan kompetitif dan memastikan kualitas proses pemberian pinjaman, bank-bank di Indonesia harus memiliki stabilitas keuangan yang kuat. Dalam hal ini, pelanggan adalah prioritas utama perusahaan dan patut menjadi pertimbangan. Oleh karena itu, pengelolaan nasabah akan menghambat penjualan produk dan layanan bank serta menurunkan profitabilitas bank.²⁴

¹⁷ Muhammad Khusnul Maab, *Wawancara*, 26 November 2023.

¹⁸ Maria Kumalasanti and Eni Dwi Susliyanti, 'Pengaruh Pelayanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Di Yogyakarta', *Jurnal Maneksi* 11, no. 2 (2022): 416–26.

¹⁹ Goh Mei Ling *et al.*, 'Understanding Customer Satisfaction of Internet Banking: A Case Study in Malacca', *Procedia Economics and Finance* 37 (2016): 80–85.

²⁰ Ahmad Munawir, 'Pengaruh Kecepatan Transaksi Terhadap Kepuasan Pelanggan PT Marga Mandala Sakti', *Jurnal Simasi : Jurnal Ilmiah Sistem Informasi* 1, no. 10 (1 June 2021): 26–33.

²¹ Nurdin Nurdin *et al.*, 'Pengaruh Pelayanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Palu)', *Jurnal Ilmu Perbankan dan Keuangan Syariah* 2, no. 1 (22 June 2020): 87–104.

²² Adrian Metty, Irvan Trang, and Rudie Y. Lumantow, 'Pengaruh Disiplin Kerja, Kecepatan Dan Ketanggepan Kerja Berista Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen Pada Coffee Shop Kopi Dari Hati Di Marisa', *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi* 10, no. 1 (2022): 1955–64.

²³ Siti Fatonah, Tulus Haryono, and Pramesty Wahyu Istyansingih, 'A Study of Service Speed and Servicescape as a Basic Strategy to Improve Loyalty by Evaluating Customer Satisfaction at PT. Bank Mandiri Persero (Solo Branch)', *Ekulilibrium: Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi* 16, no. 2 (2021): 190–97.

²⁴ Imas Antika Suci Ramadhani, 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kelengkapan Fasilitas Terhadap Kepuasan Nasabah Dan Emosional Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Bank BRI Syariah Cabang Madiun)' (Skripsi, Ponorogo, IAIN Ponorogo, 2019), <http://etheses.iainponorogo.ac.id/id/eprint/6113>.

Selanjutnya mengenai faktor kemudahan yang dapat dilihat dari hasil wawancara nasabah, Meliana Viska Antari menyatakan nyaman dengan kemudahan penggunaan aplikasi BSI *Mobile* karena memudahkannya dalam bertransaksi atau bahkan membuka rekening secara *online*, menghilangkan kebutuhan untuk mengunjungi bank. Akan tetapi kurang puas dalam pengoperasiannya karena terkadang kesalahan terjadi. Hal ini nasabah mengalami masalah dalam menyelesaikan proses validasi wajah yang belum selesai dan tentu diulang dari awal lagi.²⁵ Nasabah akan menjadi lebih puas jika itu relatif sederhana, menyenangkan, dan praktis dalam memperoleh pelayanan; melainkan, hal tersebut akan tidak menjadi lebih puas jika sulit, tidak menyenangkan, dan tidak praktis dalam memperoleh layanan.

Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Husni *et al.*,²⁶ Ghifary,²⁷ dan Sari and Oswari²⁸ yang menunjukkan bahwa kemudahan *Mobile Banking* berdampak positif serta signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh Putri,²⁹ Marasabessy,³⁰ dan Sauw *et al.*³¹ menunjukkan kemudahan *Mobile Banking* tidak berdampak signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Layanan, Kecepatan dan Kemudahan Terhadap Kepuasan Nasabah Gen Z Dalam Menggunakan *Mobile Banking* Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo Soetta”. Penelitian ini

²⁵ Meliana Viska Antari, *Wawancara*, 26 November 2023.

²⁶ Husni *et al.*, ‘Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kemudahan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Syariah Indonesia. TBK Regional Office X Makassar’.

²⁷ Faizal Ghifary, ‘Pengaruh Kemudahan Penggunaan Dan Kualitas Antarmuka Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna Mobile Banking’ (PhD Thesis, Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2022), <https://eprints.ums.ac.id/id/eprint/103598>.

²⁸ Nandya Eka Sari and Teddy Oswari, ‘Pengaruh Kemudahan, Kepercayaan, Dan Keamanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian Pada Toko Online Tokopedia’, *Creative Research Management Journal* 3, no. 2 (2020): 34–46.

²⁹ Feby Widia Putri, ‘Pengaruh Efektivitas, Kemudahan Dan Keamanan Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bertransaksi Menggunakan Mobile Banking Bank Syariah Indonesia’ (PhD Thesis, Jakarta, UIN Syarif Hidayatullah, 2022).

³⁰ Masalah Marasabessy, ‘Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Dan e-Service Quality Terhadap Minat Berkelanjutan Menggunakan e-Wallet Di Kota Jayapura Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi’ (PhD Thesis, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, 2023), <http://etheses.uin-malang.ac.id/51291/>.

³¹ Oktovianus Sauw *et al.*, ‘Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna Mobile Banking’, *Jurnal Manajemen Perbankan Keuangan Nitro* 6, no. 1 (2023): 39–53.

akan berfokus pada pengaruh kualitas layanan, kecepatan dan kemudahan dalam menggunakan *Mobile Banking* Bank Syariah Indonesia terhadap kepuasan nasabah Gen Z KCP Ponorogo Soetta.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas layanan mempengaruhi kepuasan nasabah Gen Z Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Ponorogo?
2. Apakah kecepatan mempengaruhi kepuasan nasabah Gen Z Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Ponorogo?
3. Apakah kemudahan mempengaruhi kepuasan nasabah Gen Z Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Ponorogo?
4. Apakah kualitas layanan, kecepatan dan kemudahan secara simultan mempengaruhi kepuasan nasabah Gen Z Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Ponorogo?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian yang ingin dicapai adalah:

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah Gen Z Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Ponorogo.
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh kecepatan terhadap kepuasan nasabah Gen Z Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Ponorogo.
3. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh kemudahan terhadap kepuasan nasabah Gen Z Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Ponorogo.
4. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh kualitas layanan, kecepatan, dan kemudahan secara simultan terhadap kepuasan nasabah Gen Z Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Ponorogo.

D. Manfaat Penelitian

Dengan permasalahan yang dijelaskan sebelumnya, penulis ingin mengajukan beberapa manfaat terkait penelitian ini diantaranya adalah:

1. Manfaat Teoritis

Temuan ini diharapkan dapat membantu pembaca memperoleh pemahaman dan pemahaman yang lebih mendalam tentang perbankan syariah dan juga membantu dalam mengidentifikasi referensi yang relevan untuk penyelidikan berikutnya.

2. Manfaat Praktis

Bisa digolongkan menjadi petunjuk baku maupun input oleh BSI KCP Ponorogo Soetta untuk meningkatkan kepuasan nasabah. Ini juga merupakan sumber informasi mengenai dampak kualitas layanan, kecepatan, dan kemudahan penggunaan mobile banking terhadap ekspektasi Gen Z baik bagi konsumen individu maupun kolektif.

E. Sistematika Pembahasan

Hasil penelitian yang tertata secara sistematis bisa diperoleh dengan menggunakan sistem manajemen pembelajaran untuk membantu penulis serta pembaca mempelajari pokok bahasan penelitian yang akan datang. Terdiri dari lima pertanyaan dasar yang akan dibahas sepanjang penelitian yang akan dilakukan, setiap pertanyaan dibagi lagi menjadi beberapa sub pertanyaan. Sistem pembelajaran penelitian yang akan dilakukan ialah sebagai berikut:

1. BAB I : PENDAHULUAN

Bab satu yang terdiri latar belakang, rumusan masalah, tujuan masalah, manfaat serta sistematika dari pembahasan. Bab pendahuluan ini menjelaskan tentang bagaimana latar belakang judul ditulis berupa fenomena nasabah perbankan syariah pada saat ini sehingga dilakukannya penelitian kepada nasabah perbankan syariah.

2. BAB II : LANDASAN TEORI

Bab dua berisi landasan teori berisi tentang kepuasan nasabah, kualitas layanan, kecepatan, kemudahan dan mobile banking. Di dalamnya juga memuat hasil penelitian-penelitian terdahulu, kerangka penelitian dan hipotesis-hipotesis yang diambil dari gagasan-gagasan tersebut.

3. BAB III : METODE PENELITIAN

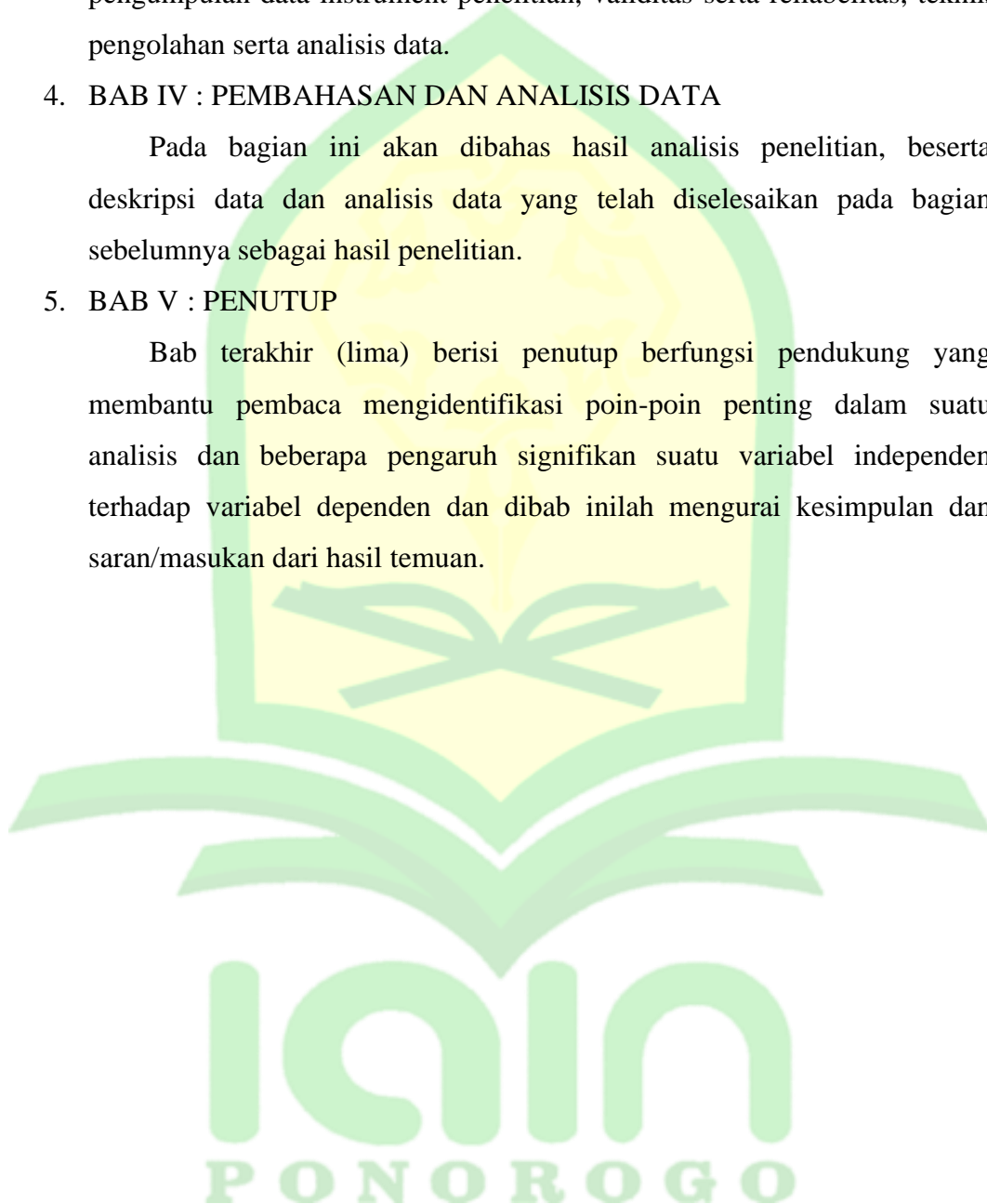
Bab tiga berisi metode penelitian yang terdiri dari rancangan penelitian, variabel serta definisi operasional penelitian, lokasi serta periode penelitian, populasi serta sampel, jenis serta sumber data, metode pengumpulan data instrument penelitian, validitas serta reliabelitas, teknik pengolahan serta analisis data.

4. BAB IV : PEMBAHASAN DAN ANALISIS DATA

Pada bagian ini akan dibahas hasil analisis penelitian, beserta deskripsi data dan analisis data yang telah diselesaikan pada bagian sebelumnya sebagai hasil penelitian.

5. BAB V : PENUTUP

Bab terakhir (lima) berisi penutup berfungsi pendukung yang membantu pembaca mengidentifikasi poin-poin penting dalam suatu analisis dan beberapa pengaruh signifikan suatu variabel independen terhadap variabel dependen dan dibab inilah mengurai kesimpulan dan saran/masukan dari hasil temuan.



BAB II

LANDASAN TEORI

A. Deskripsi Teori

1. Kepuasan Nasabah

a. Pengertian Kepuasan Nasabah

Kepuasan merupakan perasaan senang atau kecewa yang dirasakan seseorang terhadap kinerja sebenarnya suatu produk relatif terhadap kinerja yang diharapkan. Kepuasan konsumen juga dapat diartikan sebagai keadaan dimana produk yang disediakan oleh produsen memenuhi harapan yang diinginkan konsumen. Apabila produk yang diciptakan atau diberikan kepada konsumen tidak memenuhi harapan konsumen, maka konsumen akan kecewa atau tidak puas terhadap perusahaan tersebut. Jadi sebaliknya, ketika suatu produk memenuhi harapan konsumen dan konsumen puas dengan produk yang disediakan, maka keinginan untuk membeli produk kembali meningkat.¹

Menurut Kotler dan Keller kepuasan adalah suatu perasaan yang tercipta dari perbandingan antara hasil dan persepsi dari penguasaan produk oleh konsumen yang akan menimbulkan perasaan senang atau kecewa.² Kepuasan merupakan fungsi perbedaan antara kinerja yang dirasakan dan harapan. Jika kinerja tidak sesuai harapan, pelanggan tidak akan puas. Jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan akan puas. Ketika kinerja melebihi harapan, pelanggan akan sangat puas, senang atau bahagia.³

b. Faktor-faktor Kepuasan Nasabah

Secara umum motivasi masyarakat (pelanggan) dalam mengkonsumsi suatu produk dipengaruhi oleh faktor ekonomi produk tersebut. Selain itu, masyarakat (pelanggan) juga termotivasi oleh beberapa faktor, seperti:

¹ Etta Mamang Sangadji, *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*, 1st ed., 1 (Yogyakarta: Andi, 2013).

² Philip Kotler and Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, 13th ed., 1 (Bandung: Katalog Libray & Knowledge Center Telkom Universty, 2010).

³ Murti Sumarni, 'Manajemen Pemasaran Bank', *Yogyakarta: Liberty*, 2011, 226.

- 1) Produk
Layanan produk yang baik dan memenuhi selera serta harapan konsumen.
- 2) Harga
Harga merupakan bagian yang melekat pada produk yang mencerminkan seberapa besar kualitas produk tersebut.
- 3) Promosi
Usaha mengkomunikasikan manfaat produk dan jasa tersebut pada konsumen sasaran.
- 4) Lokasi
Tempat merupakan bagian dari atribut perusahaan yang berupa lokasi perusahaan dan konsumen atau nasabah.
- 5) Kecepatan
Kecepatan merupakan faktor pendukung karena apabila perusahaan mampu menyediakan kebutuhan pelanggan dengan serba cepat dan efisien maka akan menciptakan pengalaman positif yang mendukung pelanggan tetap terus menggunakan produk perusahaan yang ditawarkan.
- 6) Kemudahan
Kemudahan merupakan bagian dari produk perusahaan yang ditawarkan kepada pelanggan. Sebuah pengalaman yang mudah dalam berinteraksi dengan suatu produk dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.
- 7) 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.⁴

⁴ Kotler and Armstrong, *Marketing Management, Analysis, Planning, Implementation, and Control*, Philip Kotler.

8) Suasana

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

c. Indikator Kepuasan Nasabah

Adapun indikator-indikator kepuasan pelanggan menurut Fandy Tjiptono, pengukuran kepuasan dapat dilakukan sebagai berikut:

1) Kepuasan Pelanggan Keseluruhan

Cara termudah untuk mengukur kepuasan pelanggan adalah dengan menanyakan langsung kepada pelanggan seberapa puas mereka terhadap produk atau layanan tertentu. Proses pengukuran biasanya terdiri dari dua bagian. Pertama, mengukur kepuasan pelanggan terhadap produk dan layanan perusahaan. Kedua, tingkat kepuasan pelanggan secara keseluruhan dinilai dan dibandingkan dengan produk dan layanan pesaing.

2) Konfirmasi Harapan

Berdasarkan sesuai atau tidak sesuainya harapan pelanggan dengan kinerja aktual produk atau jasa perusahaan pada sejumlah atribut atau dimensi penting.

3) Minat Beli Ulang

Adanya keinginan dari pelanggan untuk melakukan pembelian ulang terhadap produk terkait.

4) Kesiediaan Untuk Merekomendasikan

Kesiediaan pelanggan dalam merekomendasikan produk atau jasa perusahaan yang telah dirasakan kepada orang lain seperti keluarga atau teman.

5) Ketidakpuasan Pelanggan

Beberapa macam aspek yang sering ditelaah guna mengetahui ketidakpuasan pelanggan, seperti komplain, pengembalian produk, biaya garansi, penarikan kembali dari pasar, dan konsumen yang beralih ke pesaing.⁶

⁵ Kotler and Armstrong.

⁶ Fandy Tjiptono, 'Pemasaran Jasa', Yogyakarta: Andi Offset, 2014, 368.

2. Kualitas Layanan

a. Pengertian Kualitas Layanan

Menurut Tsoukatos dan Rand, kualitas layanan merupakan kesan pelanggan terhadap keunggulan layanan korporat dibandingkan layanan pesaing.⁷ Konsumen akan memiliki persepsi positif apabila penyedia jasa memenuhi atau melebihi apa yang diharapkan konsumen.⁸ Menurut Pollack, kualitas layanan terdiri dari tiga aspek: kualitas hasil layanan, kualitas interaksi layanan, dan kualitas lingkungan fisik.⁹

Menurut Suryani, kualitas layanan adalah suatu kemampuan dalam membuat dan memberikan produk berupa barang atau jasa yang memiliki manfaat sesuai dengan harapan dan keinginan pelanggan.¹⁰ Sedangkan menurut Kotler dan Keller, mendefinisikan kualitas layanan sebagai totalitas dan karakteristik suatu produk atau jasa yang sesuai dengan kemampuan memenuhi kebutuhan konsumen disebut sebagai kualitas layanan. Definisi ini sangat jelas mengatakan bahwa penjual telah memberikan konsistensi kualitas dalam produk atau layanan untuk memenuhi kebutuhan konsumen karena konsep ini secara khusus berpusat pada pelanggan dan menjadi harapan kepuasan konsumen.¹¹

Kualitas pelayanan mengacu pada tindakan yang dilakukan oleh perusahaan terhadap konsumen/pelanggan untuk memenuhi kebutuhannya. Pelayanan adalah suatu pelayanan yang dapat dilihat secara langsung oleh pelanggan. Pelayanan sendiri bertujuan untuk memberikan kepuasan dan kenyamanan kepada konsumen/pelanggan.¹²

Layanan elektronik merupakan penyedia layanan melalui internet, sehingga terbilang layanan non-komersial yang umumnya disediakan

⁷ Evangelos Tsoukatos and Graham K. Rand, 'Path Analysis of Perceived Service Quality, Satisfaction and Loyalty in Greek Insurance', *Managing Service Quality: An International Journal* 16, no. 5 (2006): 501–19.

⁸ Marco Antonio Robledo, 'Measuring and Managing Service Quality: Integrating Customer Expectations', *Managing Service Quality: An International Journal* 11, no. 1 (2001): 22–31.

⁹ Birgit Leisen Pollack, 'Linking the Hierarchical Service Quality Model to Customer Satisfaction and Loyalty', *Journal of Services Marketing* 23, no. 1 (2009): 42–50.

¹⁰ Tatik Suryani, *Manajemen Pemasaran Strategik Bank Di Era Global*, 1st ed., 1 (Jakarta: Prenada Media, 2017).

¹¹ Philip Kotler and Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*.

¹² Ririn Wulandari and Fikri Aulawi Rusmahafi, *Membidik Nasabah Bank Syariah*, 1 (Yogyakarta: Nas Media Pustaka, 2020).

oleh pemerintah.¹³ Layanan elektronik sendiri dapat didefinisikan sebagai peran layanan di dunia maya.¹⁴ Ada dua pendekatan utama untuk mempelajari layanan elektronik yaitu pertama berfokus pada antarmuka teknologi dan yang kedua generasi baru untuk layanan berbasis teknologi yang digunakan secara mandiri.¹⁵

Kualitas layanan elektronik dengan standar yang tinggi merupakan suatu cara untuk memaksimalkan manfaat dari adanya internet dan perkembangan teknologi.¹⁶ Penggunaan peralatan elektronik dalam penyelenggaraan pelayanan memberikan dampak yang sangat luar biasa, karena dengan bantuan peralatan elektronik, pelayanan dapat dilakukan dengan cara yang jauh lebih cepat, lebih efisien, dan lebih akurat. Dengan demikian *customers* akan sangat puas. *Electronic service* ini sudah lama diimplementasikan dalam pelayanan perbankan dengan adanya pelayanan *SMS banking*, *internet banking*, dan *mobile banking*.¹⁷

Layanan perbankan melalui media elektronik atau yang selanjutnya disebut perbankan elektronik adalah layanan yang memungkinkan nasabah Bank memperoleh informasi, berkomunikasi dan melakukan transaksi perbankan melalui media elektronik. Selain layanan cabang dan ATM, Bank menawarkan layanan perbankan elektronik, yang biasa dikenal dengan *e-banking*, untuk memenuhi kebutuhan melakukan transaksi perbankan. Dengan menggunakan *electronik banking*, nasabah tidak perlu lagi membuang waktu untuk mengantri di cabang bank atau ATM. Banyak transaksi perbankan kini dapat dengan mudah dilakukan kapan saja dan di mana saja melalui jaringan elektronik

¹³ Ratminto et al., *Pelayanan Prima: Pedoman Penerapan Momen Kritis Pelayanan dari A sampai Z* (UGM PRESS, 2018).

¹⁴ Roland T. Rust and Katherine N. Lemon, 'E-Service and the Consumer', *International Journal of Electronic Commerce* 5, no. 3 (1 March 2001): 85–101, <https://doi.org/10.1080/10864415.2001.11044216>.

¹⁵ Pratibha A Dabholkar, 'Consumer Evaluations of New Technology-Based Self-Service Options: An Investigation of Alternative Models of Service Quality', *International Journal of Research in Marketing* 13, no. 1 (1 February 1996): 29–51, [https://doi.org/10.1016/0167-8116\(95\)00027-5](https://doi.org/10.1016/0167-8116(95)00027-5).

¹⁶ Zhilin Yang, 'Consumer Perceptions of Service Quality in Internet-Based Electronic Commerce' (Proceedings Of Emac Conference, 2001).

¹⁷ Ratminto et al., *Pelayanan Prima*.

seperti Internet, telepon seluler, dan telepon. Misalnya mentransfer dana antar rekening atau bank, membayar tagihan, membeli charge credit, atau mengecek mutasi dan saldo rekening.¹⁸

b. Indikator Kualitas Layanan Elektronik

Menurut Suryani, indikator kualitas layanan Elektronik ada 6 yaitu:

- 1) Efisiensi (*efficiency*), yaitu kemampuan suatu bank untuk membuat atau menciptakan aplikasi dan situs yang dapat digunakan oleh nasabah dengan mudah dan sederhana.
- 2) Pemenuhan janji (*fulfillment*), yaitu kemauan bank untuk mengirimkan suatu informasi dan juga pemenuhan pesan janji nasabah.
- 3) Ketersediaan sistem beroperasi (*system availability*), yaitu suatu kapabilitas bank untuk membangun peran sistem pada aplikasi dan situs bank.
- 4) Privasi (*privacy*), yaitu kemampuan bank dalam memberikan keamanan data sehingga menimbulkan kepercayaan kepada nasabah dan terciptanya rasa terlindung, bebas dari risiko, dan munculnya keyakinan.
- 5) Jaminan/kepercayaan (*assurance/trust*), Secara spesifik, kemampuan bank dalam melayani nasabah.
- 6) Tampilan situs (*site aesthetic*), yaitu kapabilitas bank dalam mengelola dan menciptakan situs serta aplikasi yang mempunyai manifestasi menarik.¹⁹

3. Kecepatan

a. Pengertian Kecepatan

Pelanggan kini memiliki persyaratan/kebijakan yang lebih kompleks dengan penyedia layanan perbankan *online* mereka. Salah satu aspek yang harus dipenuhi adalah kecepatan sistem perbankan

¹⁸ Ikatan Bankir Indonesia, *Mengelola Kualitas Layanan Perbankan*, 1st ed., 9 (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2014).

¹⁹ Suryani, *Manajemen Pemasaran Strategik Bank Di Era Global*.

melalui ponsel.²⁰ Kecepatan atau daya tanggap aplikasi diperlukan untuk memberikan informasi yang dibutuhkan nasabah saat menggunakan Mobile Banking. Kecepatan respon menjadi salah satu faktor yang dicari pelanggan dalam menggunakan aplikasi, sehingga pelanggan dapat melakukan transaksi secara instan tanpa harus menunggu atau mengantri lama.²¹

Menurut Wen-Tsung Wu, Chie-Bein Chen dan Chiao-Chen Chang, kecepatan transaksi (sering disebut sebagai waktu respon) telah mendapat perhatian dalam konteks sistem informasi dan e-commerce karena peningkatan fokus pada efisiensi sumber daya operasional. Masyarakat di Negara maju, cenderung sangat sensitive terhadap kecepatan pelayanan. Dengan demikian, kecepatan transaksi sebagai fitur hemat waktu adalah suatu pertimbangan penting untuk kepuasan pelanggan.²²

b. Indikator Kecepatan

Menurut Poon indikator kecepatan yaitu:

- 1) *Responsiveness*, kemampuan merespon permintaan nasabah bertransaksi dengan cepat kecepatan.
- 2) Kecepatan akses, transaksi berjalan dengan baik tanpa menunggu waktu lama.
- 3) Waktu transaksi, kecepatan bertransaksi lebih cepat dibandingkan bank tradisional.
- 4) Kecepatan pemuatan halaman, waktu yang diperlukan untuk memuat halaman atau fitur tertentu di dalam aplikasi.²³

²⁰ Melfi Adela, 'Pengaruh Layanan M-Banking Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Bank Bni Syariah Kcp Rajabasa)' (Phd Thesis, IAIN Metro, 2020), <https://repository.metrouniv.ac.id/eprint/3512/>.

²¹ Nur Kholis, 'Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Bank Rakyat Indonesia Syariah Di Yogyakarta' (PhD Thesis, Yogyakarta, Universitas Islam Indonesia, 2020), <https://dspace.uui.ac.id/handle/123456789/28479>.

²² Wen-Tsung Wu, Chie-Bein Chen, and Chiao-Chen Chang, 'Examining Paid Mobile Application Customer Loyalty: The Moderating Effect of Switching Costs', *Business and Economic Research* 6, no. 2 (2016): 100–117.

²³ Poon, W. C, 'Users' Adoption of E-banking Services: The Malaysian Perspective', *Business & Industrial Marketing* 1 (2008): 59–69.

4. Kemudahan

a. Pengertian Kemudahan

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, kemudahan adalah hal yang sifatnya mudah, sesuatu yang dapat mempermudah dan memperlancar usaha. Menurut Kotler kemudahan adalah sebagai keyakinan akan kemudahan penggunaan, yaitu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa teknologi atau sistem tersebut dapat digunakan dengan mudah dan bebas dari masalah.²⁴ Menurut Handi Irawan kemudahan adalah pelanggan akan semakin puas apabila relatif mudah, nyaman, dan efisien dalam mendapatkan produk atau layanan.²⁵ Sedangkan menurut Chang kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap kegunaan yang dirasakan, sebuah kemudahan penggunaan yang baik dapat menyebabkan tingkat kepuasan.²⁶ Jika suatu produk atau jasa mudah digunakan dan petunjuknya jelas, pelanggan akan merasa bahwa produk atau jasa tersebut sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya. Dapat kita simpulkan bahwa kemudahan adalah suatu hal yang memudahkan dan mempercepat upaya kita dalam memperoleh atau menggunakan suatu produk atau jasa.

Davis menjelaskan, persepsi kemudahan merupakan persepsi seseorang yang tidak melakukan berbagai aktivitas lain ketika melakukan suatu transaksi.²⁷ Konsumen akan lebih puas terhadap suatu produk dan jasa ketika mereka dapat memperolehnya dengan relatif mudah, nyaman, dan efisien. Pelanggan yang tidak perlu mengeluarkan biaya ekstra atau membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa akan bahagia. Kemudahan bertransaksi adalah proses memperoleh suatu barang atau jasa yang diinginkan dengan melalui

²⁴ Gary Armstrong et al., *Principles of Marketing* (Pearson Australia, 2014).

²⁵ Handi Irawan, *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*, 1st ed. (Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia, 2002).

²⁶ K. Chang, 'The Influence of Factors of Online Purchase on Customer Satisfaction in Mongolian Airlines', *International Proceedings of Economics Development and Research* 57, no. 15 (2012): 80–85.

²⁷ Fred D. Davis, 'Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology', *MIS Quarterly*, 1989, 319–40.

proses yang cepat dan mudah dalam bertransaksi untuk memperolehnya.²⁸

b. Indikator Kemudahan

Menurut Handi Irawan, indikator kemudahan yaitu:

- 1) Kemudahan dalam layanan, yaitu pelanggan mendapatkan layanan yang cepat dan prosedur yang jelas. Dalam hal ini layanannya tidak berbelit-belit dan ringkas, kemudian untuk prosedurnya sesuai petunjuk dan mudah dipahami.
- 2) Kemudahan dalam mendapatkan informasi, yaitu pelanggan mengetahui setiap informasi yang dibutuhkan dari produk atau jasa tersebut. Dalam hal ini nasabah mudah untuk mencari tahu informasi tentang Bank Syariah Indonesia melalui web, iklan, ataupun promosi.
- 3) Kemudahan dalam menggunakan fasilitas yang tersedia, yaitu pelanggan mudah untuk menggunakan fasilitas yang disediakan oleh penyedia jasa. Dalam hal ini nasabah mudah untuk menggunakan fasilitas yang ada di bank.²⁹

5. *Mobile Banking*

a. Pengertian *Mobile Banking*

Layanan *mobile banking* bank syariah adalah pengembangan dari dua bentuk inovasi bank syariah sebelumnya yaitu *sms banking* dan *internet banking*. Terdapat banyak persamaan secara fungsional antara *internet banking* dan *mobile banking*. Kedua bentuk teknologi informasi perbankan ini sama-sama berbasis internet.³⁰

Layanan *mobile banking* digunakan dengan perangkat *smart phone* perangkat seperti *blackberry*, *apple*, dan HP dengan sistem operasi berbasis *android* serta *windows*. Nasabah bank syariah dapat menggunakan layanan *mobile banking* setelah mengunduh aplikasi

²⁸ Nur Jamaludin and Rohadatul A'is, 'Pengaruh Citra Merek, Kemudahan Transaksi Dan Lokasi Terhadap Keputusan Menjadi Anggota Koperasi Syariah BMT Bisma Tangerang', *Jurnal Manajemen Bisnis* 9, no. 3 (2021).

²⁹ Handi Irawan, *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*.

³⁰ Muammar Arafat Yusmad, *Aspek Hukum Perbankan Syariah Dari Teori Ke Praktik*, 2nd ed., 9 (Yogyakarta: Deepublish, 2018).

mobile banking melalui aplikasi pendukung smart phone seperti *blackberry world* dan *google play store*. Nasabah bank syariah yang menggunakan aplikasi *mobile banking* tidak dikenakan biaya pulsa HP tetapi menggunakan kuota data internet. Setelah transaksi keuangan nasabah bank syariah hendak digunakan, barulah bank syariah mengenakan *fee* atas penggunaan layanan *mobile banking* seperti biaya transfer ke rekening bank lain, *fee* pembayaran rekening air, telepon, dan *fee* pembelian pulsa HP.³¹

b. *Layanan Mobile Banking*

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

- 1) Transfer dana antar rekening atau ke bank lain.
- 2) Informasi saldo dan mutasi rekening.
- 3) Pembayaran tagihan kartu kredit, angsuran, asuransi, rekening listrik, air, telepon, TV kabel, zakat, dan lain-lain.
- 4) Pembelian tiket transportasi, token listrik, pulsa HP, kuota data, dan lain-lain.
- 5) Layanan lainnya seperti informasi notifikasi rekening dan kurs valuta asing.³²

c. *Strategi Keamanan Mobile Banking*

Hal-hal yang perlu diperhatikan untuk keamanan transaksi *mobile banking* adalah sebagai berikut:

- 1) Wajib mengamankan PIN *mobile banking*.
- 2) Bebas membuat PIN sendiri. Jika merasa diketahui oleh orang lain segera lakukan penggantian PIN.
- 3) Bila SIM Card GSM anda hilang dicuri dipindah tangankan kepada pihak lain, segera beri tahu bank terdekat atau segera telepon ke *Call Centre* bank tersebut.³³

³¹ Yusmad.

³² Yusmad.

³³ Indonesia, *Mengelola Kualitas Layanan Perbankan*.

B. Kajian Pustaka

Penelitian terdahulu adalah upaya peneliti untuk mencari perbandingan dan selanjutnya untuk menemukan inspirasi baru untuk penelitian selanjutnya, di samping itu kajian terdahulu membantu peneliti dapat memposisikan penelitian serta menunjukkan berbagai orsinalitas dari penelitian. Selain itu, untuk menghindari anggapan kesamaan dengan penelitian ini. Maka dalam kajian pustaka ini peneliti mencantumkan hasil- hasil penelitian terdahulu sebagai berikut:

Tabel 2.1
Studi Penelitian Terdahulu

No	Nama dan Judul Peneliti	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Eka Kesuma, Amri dan M.Shabri (2019). Dengan judul “Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Sulthan Hotelbanda Aceh”	Kualitas layanan dan kepercayaan baik secara simultan maupun secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Sulthan Hotel Banda Aceh. Variabel yang paling besar pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan Sulthan Hotel Banda Aceh adalah variabel kualitas layanan. ³⁴	Sama-sama memiliki salah satu variabel independent kualitas layanan dan variabel dependen kepuasan nasabah, serta sama-sama menggunakan metode pendekatan kuantitatif.	Perbedaan terletak pada variabel independen selain kualitas layanan. Perbedaan lainnya terletak pada penarikan sampel menggunakan metode <i>Purposive Sampling</i> , sedangkan penelitian peneliti menggunakan metode <i>non probability sampling</i> serta lokasi dan waktu penelitian yang berbeda.
2.	Mentari, A. D. (2019). Dengan judul “Pengaruh kesadaran, kecepatan transaksi, keamanan, manfaat yang dirasakan dengan mediasi persepsi	Variabel kesadaran mempunyai pengaruh negatif tidak signifikan terhadap adopsi m-banking BRI. Variabel kecepatan Transaksi mempunyai pengaruh positif	Sama-sama memiliki salah satu variabel independent kecepatan dan kemudahan serta sama-sama menggunakan metode pendekatan kuantitatif.	Perbedaan terletak pada variabel independen selain kecepatan dan kemudahan. Perbedaan lainnya penelitian ini meneliti semua nasabah yang menggunakan BRI

³⁴ Eka Kesuma, Amri, and M.Shabri, ‘Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Sulthan Hotelbanda Aceh’, *Jurnal Manajemen* 4, no. 4 (2019): 176–92.

	kemudahan penggunaan terhadap adopsi m-banking BRI Makassar raya”	signifikan terhadap adopsi m-banking BRI. Variabel keamanan mempunyai pengaruh positif tidak signifikan terhadap adopsi m-banking BRI. Variabel pemanfaatan penggunaan mempunyai pengaruh positif tidak signifikan terhadap adopsi m-banking BRI. Variabel pemanfaatan penggunaan yang dirasakan mempunyai pengaruh negatif tidak signifikan terhadap kemudahan penggunaan. Variabel kemudahan penggunaan mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap adopsi m-banking BRI. ³⁵		Mobile sedangkan dipenelitian saya hanya meneliti nasabah BSI Gen Z, serta lokasi dan waktu penelitian yang berbeda.
3.	Findy Meileny dan Tri Indra Wijaksana (2020). dengan judul “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan dan Kepercayaan Terhadap Tingkat	Persepsi manfaat, persepsi kemudahan, fitur layanan dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat kepuasan pelanggan Linkaja di Indonesia	Sama-sama memiliki salah satu variabel independent kemudahan dan variabel dependent kepuasan, serta sama-sama menggunakan metode pendekatan	Perbedaan terletak pada variabel independen selain kemudahan dan perbedaan lainnya terletak pada lokasi dan waktu penelitian yang berbeda.

³⁵ Andi Dewi Mentari, ‘Pengaruh Kesadaran, Kecepatan Transaksi, Keamanan, Manfaat Yang Dirasakan Dengan Mediasi Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Adopsi m-Banking BRI Makassar Raya’, *Journal of Business and Banking* 8, no. 1 (2019): 157–75.

	Kepuasan Pelanggan LinkAja di Indonesia”	baik secara parsial maupun simultan. ³⁶	kuantitatif dengan metode analisis regresi berganda.	
4.	Bayu Arie Fianto, Charissa Kezia Rahmawati, Indri Supriani (2021). Dengan judul “ <i>Mobile banking services quality and its impact on customer satisfaction of Indonesian Islamic banks</i> ”	Dimensi sistem aplikasi merupakan faktor yang paling signifikan mempengaruhi kepuasan nasabah pada perbankan syariah. Dengan demikian, penelitian ini menunjukkan bahwa bank syariah Indonesia harus menawarkan kualitas mobile banking yang lebih baik dengan meningkatkan efektivitas aplikasi. Selain itu, desain antarmuka yang ramah, aplikasi mobile banking yang aman dan nyaman harus dipersiapkan dengan baik untuk menjaga dan membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan dan pelanggan potensial mereka dengan meningkatkan kepuasan mereka. ³⁷	Sama-sama memiliki salah satu variabel independent kualitas layanan dan variabel dependent kepuasan, serta sama-sama menggunakan metode pendekatan kuantitatif dengan metode analisis regresi berganda.	Perbedaan terletak pada variabel independen selain kualitas layanan, serta lokasi dan waktu penelitian yang berbeda.
5.	Jamaludin, N dan A'is, R (2021). Dengan judul “Pengaruh Citra Merek, Kemudahan	Citra merek tidak mendukung terhadap keputusan menjadi anggota Koperasi Syariah	Sama-sama memiliki salah satu variabel independent kemudahan dan	Perbedaan terletak pada variabel independen selain kemudahan. Perbedaan lainnya

³⁶ Findy Meileny and Tri Indra Wijaksana, ‘Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Linkaja Di Indonesia’, *Jurnal Ecodemica* 4, no. 2 (2020): 201–2.

³⁷ Bayu Arie Fianto, Charissa Kezia Rahmawati, and Indri Supriani, ‘*Mobile Banking Services Quality and Its Impact on Customer Satisfaction of Indonesian Islamic Banks*’, *Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Islam* 7, no. 1 (2021): 59–76.

	Transaksi dan Lokasi Terhadap Keputusan Menjadi Anggota Koperasi Syariah BMT Bisma Tangerang”	BMT BISMA. Kemudahan transaksi mendukung keputusan menjadi anggota Koperasi Syariah BMT BISMA. Lokasi mendukung keputusan menjadi anggota Koperasi Syariah BMT BISMA. ³⁸	variabel dependen kepuasan nasabah, serta sama-sama menggunakan metode pendekatan kuantitatif.	terletak pada lokasi, responden penelitian yang dilakukan dan waktu penelitian yang berbeda dan variabel dependent selain kepuasan nasabah. Perbedaan lainnya terletak pada lokasi, responden penelitian yang dilakukan dan waktu penelitian yang berbeda.
6.	Lau, S., & Pradana, M. N. R. (2021). Dengan judul “Pengaruh keamanan, kecepatan transaksi dan kenyamanan terhadap penggunaan mobile payment”	Variabel keamanan berpengaruh signifikan terhadap penggunaan mobile payment, variabel kecepatan transaksi tidak berpengaruh signifikan terhadap penggunaan mobile payment dan variabel kenyamanan berpengaruh signifikan terhadap penggunaan mobile payment. ³⁹	Sama-sama memiliki salah satu variabel independent kecepatan, serta sama-sama menggunakan metode pendekatan kuantitatif.	Perbedaan terletak pada variabel independen selain kecepatan. Perbedaan lainnya terletak pada lokasi, responden penelitian yang dilakukan dan waktu penelitian yang berbeda.
7.	Vina Yolanda, Riduan Mas’u,dan Shofia Mauizotun Hasanah (2022). Dengan judul “Pengaruh Teknologi Keuangan dan Kualitas Layanan Digital Terhadap Kepuasan Nasabah Pada	Teknologi keuangan dan kualitas layanan digital secara parsial dan simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. ⁴⁰	Sama-sama memiliki variabel independent kualitas layanan dan variabel dependen kepuasan nasabah, serta sama-sama menggunakan metode pendekatan kuantitatif dengan metode analisis	Perbedaan terletak pada variabel independen selain kualitas layanan, serta lokasi dan waktu penelitian yang berbeda.

³⁸ Jamaludin and A’is, ‘Pengaruh Citra Merek, Kemudahan Transaksi Dan Lokasi Terhadap Keputusan Menjadi Anggota Koperasi Syariah BMT Bisma Tangerang’.

³⁹ Sally Lau and Mochammad Nugraha Reza Pradana, ‘Pengaruh Keamanan, Kecepatan Transaksi Dan Kenyamanan Terhadap Penggunaan Mobile Payment’, *KINERJA* 18, no. 2 (2021): 288–95.

⁴⁰ Vina Yolanda, Riduan Mas’ud, and Shofia Mauizotun Hasanah, ‘Pengaruh Teknologi Keuangan Dan Kualitas Layanan Digital Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Syariah Indonesia KCP Masbagik’, *IQTISHADUNA* 13, no. 1 (2022): 63–83.

	Bank Syariah Indonesia KCP Masbagik”		regresi berganda.	
8.	Melisa Virjina Inkiriwang, Imelda Wellin Juliana Ogi, dan Woran Djemly (2022). Dengan judul “Pengaruh Digital Marketing, Kualitas Produk, dan Emosional Terhadap Kepuasan Konsumen <i>Pinky Kitty Shop</i> Tandano.”	Digital marketing dan kualitas produk secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan emosional secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan. Kemudian digital marketing, kualitas produk, dan emosional secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen <i>Pinky Kitty Shop</i> . ⁴¹	Sama-sama memiliki salah satu variabel independent kualitas layanan dan variabel dependent kepuasan, serta sama-sama menggunakan metode pendekatan kuantitatif dengan metode analisis regresi berganda.	Perbedaan terletak pada variabel independen selain kualitas layanan, serta lokasi dan waktu penelitian yang berbeda.
9.	Devi Lestari, Finantyo Eddy Wibowo dan Ahmad Muti (2023). Dengan judul “Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia”	Kualitas layanan Mobile Banking berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. ⁴²	Sama-sama memiliki salah satu variabel independent kualitas layanan dan variabel dependen kepuasan nasabah, serta sama-sama menggunakan metode pendekatan kuantitatif.	Perbedaan terletak pada variabel independen selain kualitas layanan dan variabel dependent selain kepuasan nasabah. Perbedaan lainnya terletak pada analisis data menggunakan regresi linier berganda, sedangkan penelitian peneliti analisis regresi sederhana serta lokasi dan waktu penelitian yang berbeda.
10.	Maria Kumalasanti dan Eni Dwi	Terdapat pengaruh kecepatan,	Sama-sama memiliki salah satu	Perbedaan terletak pada variabel

⁴¹ Melisa Virjina Inkiriwang, Imelda Wellin Juliana Ogi, and Djemly Woran, ‘Pengaruh Digital Marketing, Kualitas Produk Dan Emosional Terhadap Kepuasan Konsumen Pinky Kitty Shop Tondano’, *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi* 10, no. 3 (2022): 587–96.

⁴² Lestari, Wibowo, and Muti, ‘Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia’.

	Susliyanti (2023). Dengan judul “Pengaruh Pelayanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Perbankan di Yogyakarta”	keamanan, akurasi data, dan kepercayaan secara simultan terhadap kepuasan nasabah, terdapat pengaruh kecepatan secara parsial terhadap kepuasan nasabah, terdapat pengaruh keamanan secara parsial terhadap kepuasan nasabah, terdapat pengaruh akurasi data secara parsial terhadap kepuasan nasabah dan terdapat pengaruh kepercayaan secara parsial terhadap kepuasan nasabah. ⁴³	variabel independent kecepatan dan variabel dependen kepuasan nasabah, serta sama-sama menggunakan metode pendekatan kuantitatif.	independen selain kecepatan dan variabel dependen selain kepuasan nasabah. Perbedaan lainnya penelitian ini menggunakan dua variabel dependen sedangkan dipenelitian saya menggunakan satu variabel dependen serta lokasi dan waktu penelitian yang berbeda.
11.	M. Fahrul Husni, Ramlah, Budhi Krisnanto, Muhammad Rizal dan Mirna (2023). Dengan judul “Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kemudahan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Pt. Bank Syariah Indonesia. Tbk Regional Office X Makassar”	Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah, kemudahan Mobile Banking berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah, kualitas layanan dan kemudahan Mobile Banking berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah. ⁴⁴	Sama-sama memiliki salah satu variabel independent kualitas layanan serta kemudahan dan variabel dependen kepuasan nasabah, serta sama-sama menggunakan metode pendekatan kuantitatif.	Perbedaan terletak pada variabel independen selain kualitas layanan serta kemudahan. Perbedaan lainnya penelitian ini meneliti semua nasabah yang menggunakan BSI Mobile sedangkan dipenelitian saya hanya meneliti nasabah Gen Z, serta lokasi dan waktu penelitian yang berbeda.
12.	Khusna, K. M., dan Khoiriawati, N (2023). Dengan judul “Pengaruh Fitur Layanan, Kemudahan dan	variabel fitur pelayanan tidak memiliki dampak pada kepuasan pengguna, variabel kemudahan dan	Sama-sama memiliki salah satu variabel independent kualitas layanan serta kemudahan	Perbedaan terletak pada variabel independen selain kualitas layanan serta kemudahan. Perbedaan lainnya

⁴³ Kumalasanti and Susliyanti, ‘Pengaruh Pelayanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Di Yogyakarta’.

⁴⁴ Husni et al., ‘Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kemudahan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Syariah Indonesia. TBK Regional Office X Makasar’.

	Efisiensi terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi Muamalat DIN.”	efisiensi memiliki dampak yang positif dan signifikan pada tingkat kepuasan pengguna. ⁴⁵	dan variabel dependen kepuasan nasabah, serta sama-sama menggunakan metode pendekatan kuantitatif.	terletak pada lokasi dan waktu penelitian yang berbeda.
13.	Rahmah dan Aulia Shobibatur (2023). Dengan judul “Pengaruh Kecepatan, Kemudahan dan Fitur Produk Layanan BSI Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah”	Variabel kecepatan memberikan pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah menggunakan mobile banking, variabel kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan menggunakan mobile banking BSI dan variabel fitur produk layanan BSI mobile banking berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan dalam menggunakan mobile banking BSI. ⁴⁶	Sama-sama memiliki salah satu variabel independent kecepatan serta kemudahan dan variabel dependen kepuasan nasabah, serta sama-sama menggunakan metode pendekatan kuantitatif.	Perbedaan terletak pada variabel independen selain kecepatan serta kemudahan. Perbedaan lainnya terletak pada lokasi, dan waktu penelitian yang berbeda.
14.	Niken Ayu Wulandari dan Yunaita Rahmawati (2023). Dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk Dan Biaya Administrasi Tabungan Easy Wadiah Terhadap Kepuasan	Secara parsial kualitas produk tabungan easy wadiah berpengaruh terhadap kepuasan karyawan SDIT Qurrota A’yun Ponorogo sebagai nasabah Bank Syariah Indonesia dan biaya administrasi tabungan	Sama-sama memiliki salah satu variabel independent kualitas produk atau layanan. Serta sama- sama menggunakan Metode pendekatan kuantitatif.	Terletak pada variabel dependent selain kualitas layanan, serta lokasi, responden dan waktu penelitian yang berbeda.

⁴⁵ Khasinta Mazaya Khusna and Novi Khoiriawati, ‘Pengaruh Fitur Layanan, Kemudahan dan Efisiensi terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi Muamalat DIN’, *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah* 5, no. 6 (1 May 2023): 2749–66.

⁴⁶ Aulia Shobibatur Rahmah, ‘Pengaruh Kecepatan, Kemudahan dan Fitur Produk Layanan BSI Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah’ (PhD Thesis, Semarang, UIN Wali Songo, 2023).

	Karyawan Pada Bank Syariah Indonesia (Studi Pada Karyawan SDIT Qurrota A'yun Ponorogo)”	easy wadiah tidak berpengaruh terhadap kepuasan karyawan SDIT Qurrota A'yun Ponorogo sebagai nasabah Bank Syariah Indonesia; sedangkan secara simultan kualitas produk dan biaya administrasi tabungan easy wadiah berpengaruh terhadap kepuasan karyawan SDIT Qurrota A'yun Ponorogo sebagai nasabah Bank Syariah Indonesia. ⁴⁷		
15.	Susanto, S., Wahyudi, F., Bangun, S., Nurdiani, T. W., dan Purnomo, H (2023). Dengan judul <i>“Analysis of The Influence of Service Quality on Customer Satisfaction and Its Impact on Reuse Intention of Mobile Banking Payment in E-Commerce Transactions”</i>	Tingkat layanan mobile banking secara langsung mempengaruhi minat pembelian kembali. Efektivitas layanan mobile banking secara langsung mempengaruhi seberapa puas pelanggan. Minat pembelian kembali secara langsung dipengaruhi oleh kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan memiliki dampak langsung pada minat pembelian kembali melalui kualitas layanan mobile banking. Minat pelanggan	Sama-sama memiliki salah satu variabel independent kualitas layanan dan variabel dependent kepuasan, serta sama-sama menggunakan metode pendekatan kuantitatif dengan metode analisis regresi berganda.	Perbedaan terletak pada variabel independen selain kualitas layanan dan variabel dependent selain kepuasan nasabah. Perbedaan lainnya terletak pada lokasi dan waktu penelitian yang berbeda.

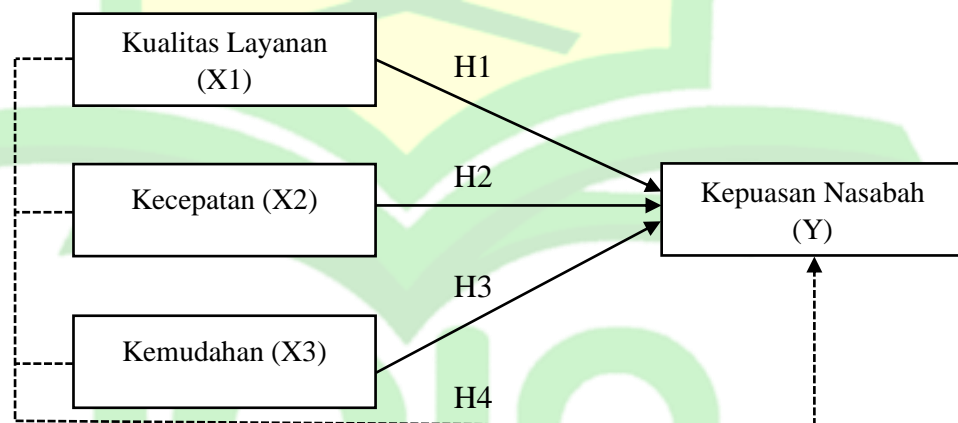
⁴⁷ Niken Ayu Wulandari and Yunaita Rahmawati, ‘Pengaruh Kualitas Produk Dan Biaya Administrasi Tabungan Easy Wadiah Terhadap Kepuasan Karyawan Pada Bank Syariah Indonesia’, *Wadiah Jurnal Perbankan SYARIAH* 7, no. 2 (2023): 192–214.

		untuk kembali membeli aplikasi mobile untuk layanan pembayaran <i>e-commerce</i> dipengaruhi oleh kualitas layanan. ⁴⁸		
--	--	---	--	--

Dari 15 penelitian yang relevan tersebut, peneliti dapat memberikan deskripsi perbedaan dengan permasalahan yang akan diteliti saat ini. Perbedaan penelitian saat ini dengan penelitian terdahulu terletak pada teori, studi kasus, variabel, populasi dan subjek penelitian yang digunakan untuk melakukan penelitian mengenai pengaruh kualitas layanan, kecepatan dan kemudahan terhadap kepuasan nasabah Gen Z BSI *Mobile* KCP Ponorogo Soetta.

C. Kerangka Pemikiran

Kerangka berpikir merupakan suatu model konseptual yang menunjukkan bagaimana suatu teori berhubungan dengan berbagai unsur yang telah diidentifikasi sebagai persoalan penting.⁴⁹ Model kerangka berpikir dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 2.1 Kerangka Berpikir Penelitian

Keterangan:

→ : Pengaruh secara parsial

⁴⁸ Susanto Susanto et al., 'Analysis of The Influence of Service Quality on Customer Satisfaction and Its Impact on Reuse Intention of Mobile Banking Payment in E-Commerce Transactions', *MALCOM: Indonesian Journal of Machine Learning and Computer Science* 3, no. 2 (2023): 274–80.

⁴⁹ Arif Rachman et al., *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*, 1st ed. (Karawang: Saba Jaya Publisher, 2016).

-----> : Pengaruh secara simultan

Berdasarkan landasan teori dan telaah pustaka di atas, maka dapat diajukan kerangka pemikiran penelitian sebagai berikut:

- 1) Jika kualitas layanan baik, maka tingkat kepuasan nasabah tinggi.
- 2) Jika kecepatan baik, maka tingkat kepuasan nasabah tinggi.
- 3) Jika kemudahan baik, maka tingkat kepuasan nasabah tinggi.
- 4) Jika kualitas layanan, kecepatan, dan kemudahan bersama-sama baik, maka tingkat kepuasan nasabah tinggi.

Kerangka berpikir di atas menjelaskan bahwa terdapat pengaruh antara kualitas layanan, kecepatan, dan kemudahan terhadap kepuasan nasabah secara parsial maupun simultan. Variabel yang dipengaruhi yaitu kepuasan nasabah (Y) dan variabel yang mempengaruhi variabel terkait yaitu kualitas layanan (X1), kecepatan (X2) dan kemudahan (X3).

D. Hipotesis

Hipotesis penelitian adalah jawaban atau dugaan sementara terhadap rumusan masalah penelitian dan harus diuji kebenarannya lewat pengumpulan data-data dan penganalisisan data penelitian.⁵⁰ Hal ini dianggap bersifat sementara, karena jawaban yang diberikan hanya berdasarkan teori yang relevan dan belum berdasarkan fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Oleh karena itu, hipotesis tetap dapat dirumuskan bukan sebagai jawaban empiris, melainkan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian.⁵¹ Adapun hipotesis yang diajukan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1. Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah

Menurut Suryani, kualitas layanan adalah suatu kemampuan dalam membuat dan memberikan produk berupa barang atau jasa yang memiliki manfaat sesuai dengan harapan dan keinginan pelanggan. Apabila layanan ataupun produk yang nasabah dapatkan baik maka akan mendorong suasana hati menjadi bangga, senang, percaya diri, dan nyaman yang

⁵⁰ Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar Offset, 2003).

⁵¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2019).

kemudian nasabah akan puas.⁵² Hal ini didukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Devi Lestari, Finantyo Eddy Wibowo dan Ahmad Muti yang menyatakan bahwa Kualitas Layanan *Mobile Banking* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah, sehingga hipotesis penelitian ini adalah:

Ha1: Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

H01: Kualitas Layanan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

2. Pengaruh kecepatan terhadap kepuasan nasabah

Menurut Aisyah, kecepatan adalah kemampuan memberikan pelayanan secara cepat, yang mencakup waktu respons sistem, kecepatan proses transaksi, dan ketersediaan layanan. Kecepatan respon menjadi salah satu faktor yang dicari pelanggan dalam menggunakan aplikasi, melakukan transaksi secara instan tanpa harus menunggu atau mengantri lama yang kemudian pelanggan akan merasakan puas.⁵³ Didukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Maria Kumalasanti dan Eni Dwi Susliyanti yang menyatakan bahwa kecepatan *Mobile Banking* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Sehingga hipotesis penelitian ini adalah:

Ha2: Kecepatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

H02: Kecepatan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

3. Pengaruh kemudahan terhadap kepuasan nasabah

Menurut Handi Irawan kemudahan adalah Kemudahan adalah sesuatu yang dapat mempermudah dan memperlancar usaha dalam mendapatkan atau menggunakan suatu produk atau jasa. Nasabah akan semakin puas apabila relatif mudah, nyaman, dan efisien dalam mendapatkan produk

⁵² Suryani, *Manajemen Pemasaran Strategik Bank Di Era Global*.

⁵³ Kholis, 'Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Bank Rakyat Indonesia Syariah Di Yogyakarta'.

atau pelayanan.⁵⁴ Didukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh M. Fahrul Husni, Ramlah, Budhi Krisnanto, Muhammad Rizal dan Mirna yang menyatakan bahwa kemudahan *Mobile Banking* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Sehingga hipotesis penelitian ini adalah:

Ha3: Kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

H03: Kemudahan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

4. Pengaruh kualitas layanan, kecepatan, dan kemudahan secara simultan terhadap kepuasan nasabah

Menurut Kotler dan Keller, kepuasan adalah suatu perasaan yang tercipta dari perbandingan antara hasil dan persepsi dari penggunaan produk oleh konsumen yang akan menimbulkan perasaan senang atau kecewa. Faktor yang menentukan kepuasan pelanggan yang harus diperhatikan oleh perusahaan yaitu kualitas produk, kualitas layanan, harga, kemudahan, lingkungan, pelayanan, dan kecepatan respon perusahaan terhadap keluhan pelanggan.⁵⁵ Oleh sebab itu dalam penelitian ini diharapkan dengan meningkatnya kualitas layanan, kecepatan, dan kemudahan secara simultan maka akan meningkatkan pula kepuasan nasabah. Sehingga hipotesis penelitian ini adalah:

Ha4: Kualitas layanan, kecepatan, dan kemudahan berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap kepuasan nasabah.

H04: Kualitas layanan, kecepatan, dan kemudahan tidak berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap kepuasan nasabah.

⁵⁴ Handi Irawan, *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*.

⁵⁵ Philip Kotler and Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*.

BAB III METODE PENELITIAN

A. Rencana Penelitian

Rancangan penelitian ialah panduan untuk mengumpulkan dan melakukan analisis data dengan sistematis serta memiliki arah supaya penelitian ini bisa dilaksanakan dengan efisien sesuai tujuan. Pendekatan yang dipakai pada penelitian ini ialah pendekatan kuantitatif yakni guna meneliti angka pada populasi tertentu, pengumpulan data memakai instrument penelitian, analisisnya bersifat statistik, yang bertujuan menguji hipotesis yang ditetapkan.¹

B. Variabel Penelitian dan Operasional Variabel

1. Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah suatu topik tertentu yang telah dipelajari secara menyeluruh oleh peneliti untuk memperoleh informasi mengenai topik yang dibahas, setelah itu diambil suatu kesimpulan. Terdapat variabel independen dan dependen dalam penelitian ini. Dalam penelitian ini variabel independen meliputi kualitas pelayanan (X1), kecepatan (X2), dan kemudahan (X3). Sedangkan variabel dependennya adalah kepuasan nasabah (Y).

2. Definisi Operasional Variabel

Dalam penelitian ini didapat dengan metode pengumpulan data primer yang bersumber dari kuisioner pada nasabah Gen Z Bank Syariah Indonesia Cabang Ponorogo. Tabel 3.1 berikut akan menjelaskan tentang definisi operasional dalam penelitian ini adalah:

Tabel 3.1
Variabel Operasional dan Definisi Operasional

No	Variabel	Definisi	Indikator	Sumber
1.	Kepuasan Nasabah (Y)	Kepuasan nasabah adalah evaluasi setelah pembelian dimana alternatif yang dipilih paling	a. Kepuasan nasabah keseluruhan. b. Konfirmasi harapan c. Minat pembelian Ulang. d. Kesiediaan untuk	Tjiptono, 2014.

¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan Tindakan*, 16th ed. (Bandung: Alfabeta, 2013).

		tidak memberikan hasil (outcome) sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan dapat timbul jika hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan pelanggan.	merekomendasikan. e. Ketidakpuasan nasabah. ²	
2.	Kualitas Layanan (X1)	Kualitas Layanan adalah suatu kemampuan dalam membuat dan memberikan produk berupa barang atau jasa yang memiliki manfaat sesuai dengan harapan dan keinginan pelanggan.	a. Efisiensi b. Pemenuhan janji c. Ketersediaan sistem beroperasi d. Privasi e. Jaminan/kepercayaan f. Tampilan situs. ³	Suryani, 2017.
3.	Kecepatan (X2)	Kecepatan adalah kemampuan memberikan pelayanan secara cepat.	a. Responsiveness. b. Kecepatan akses. c. Waktu transaksi. d. Kecepatan pemuatan halaman. ⁴	Poon, W. C, 2008
4.	Kemudahan (X3)	Kemudahan yaitu pelanggan akan semakin puas apabila relatif mudah, nyaman, dan efisien dalam mendapatkan produk atau layanan.	a. Kemudahan dalam layanan. b. Kemudahan dalam mendapatkan informasi. c. Kemudahan dalam menggunakan fasilitas yang tersedia. ⁵	Handi Irawan, 2002.

² Fandy Tjiptono, 'Pemasaran Jasa'.

³ Suryani, *Manajemen Pemasaran Strategik Bank Di Era Global*.

⁴ Poon, W. C, 'Users' Adoption of E-banking Services: The Malaysian Perspective'.

⁵ Handi Irawan, *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*.

C. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi yang dipakai untuk mendapatkan informasi terkait data yang dibutuhkan didasarkan pertimbangan tertentu. Penelitian ini dilaksanakan pada Nasabah Gen Z Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Ponorogo. Alasannya dikarenakan dalam penelitian ini mempunyai sumber data serta objek yang sesuai dengan penelitian yang akan dilaksanakan dan secara geografis BSI KCP Ponorogo Soetta berada dalam lingkungan persaingan antar industri perbankan yang cukup tinggi, sehingga BSI perlu meningkatkan layanan, kecepatan akses dan kemudahan masyarakat dalam bertransaksi dan melakukan pembiayaan dengan prinsip-prinsip syariah. Selain itu BSI dapat menawarkan solusi yang lebih sesuai dengan nilai-nilai keuangan Islam, dengan demikian prinsip-prinsip syariah dapat memberikan keunggulan kompetitif yang berbeda dalam memberikan layanan perbankan syariah kepada masyarakat.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi ialah wilayah general terdiri dari objek yang memiliki kualitas serta ciri tertentu yang di implementasikan peneliti supaya dipelajari lalu diambil kesimpulan. Sedangkan sampel merupakan sebagian dari jumlah serta ciri yang dimiliki populasi.⁶

Populasi juga bisa didefinisikan dengan semua elemen yang jadi perhatian pada sebuah penelitian. Populasi pada penelitian ini yaitu semua nasabah Gen Z yang telah memakai BSI *Mobile*.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik populasi. Apabila jumlah populasi besar dan peneliti tidak mampu mempelajari segala sesuatu yang ada pada populasi tersebut, misalnya karena terpuruknya dana, waktu, dan tenaga, maka peneliti mungkin akan menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut. Apapun yang dipelajari dari percobaan ini akan dapat diterapkan untuk populasi.⁷

⁶ Eri Barlian, *Metodologi Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif*, 2nd ed., 5 (Padang: Sukabina Press, 2016).

⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan Tindakan*.

Oleh karena itu, jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini ditentukan dengan menggunakan metode *Cochran*, yang diperlukan karena ukuran sampel tidak diketahui atau tidak dapat diandalkan.

Berikut adalah rumus metode *Cochran* yaitu:

$$n = \frac{a^2}{(Z_2)^2 \cdot p \cdot q} \cdot e^2$$

Penjelasan :

n : Ukuran sampel.

z : harga kurva normal sampling 5% dengan nilai 1,96

p : peluang betul 50%=0,5

q : peluang salah 50%=0,5

e : tingkat kesalahan sampel (sampling error)10%.

Dalam penelitian ini nilai p diasumsikan 0,5 dan berarti q juga sama dengan 0,5 yang berasal dari 1-0,5. Dengan tingkat kepercayaan 0,90 atau 90%, maka $e = 0,1$, asumsi ini memberikan margin of error (e) sebesar 10% (0,1) dan nilai $Z = 1,96$.⁸

Berdasarkan rumus tersebut, maka perhitungannya adalah sebagai berikut:

$$N = \frac{(1,96)^2 \cdot 0,5 \cdot 0,5}{(0,1)^2} = 96,04$$

Dengan perhitungan tersebut jumlah sampel yang diperoleh peneliti adalah 96,04 diperluas menjadi 100 tanggapa/responden. Besar sampel dibatasi sebanyak 100 responden dengan alasan apabila salah satu kuesioner berisi data tidak sepenuhnya akurat, maka sisa dari kuisisioner dapat digunakan dengan jawaban yang lebih akurat. Jumlah tanggapan/responden yang kurang lebih 100 sudah mewakili.

Teknik pemilihan sampel dalam penelitian ini disebut *nonprobability sampling*, yaitu teknik yang tidak memberikan kesempatan atau kerugian

⁸ Sugiyono.

yang sama kepada setiap individu atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.⁹ Dalam penelitian ini digunakan sampling insidental. Sampling insidental merupakan teknik pengambilan sampel berdasarkan bukti-bukti, artinya siapapun yang bersedia ikut serta dalam suatu penyidikan dapat dijadikan sampel apabila subjeknya dianggap cocok sebagai sumber informasi.¹⁰ Dalam penelitian ini teknik pengambilan sampel dilakukan dengan berbasis formulir elektronik (*Google Form*) dan manual. Penggunaan formulir elektronik membantu meningkatkan efisiensi dalam proses pengumpulan data. Sehingga data yang dikumpulkan bisa diakses otomatis dan disimpan kedalam format yang mudah diakses. Sedangkan untuk pengambilan data secara manual supaya peneliti bisa berinteraksi secara langsung dengan responden dan peneliti bisa menjelaskan pertanyaan dengan baik kepada responden, yang mungkin sulit untuk dilakukan di formulir elektronik (*Goggle Form*).

E. Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini bertujuan untuk menggali data dan menguji apakah ada terkait pengaruh kualitas layanan, kecepatan dan kemudahan terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan *Mobile Banking* BSI. Menurut sifatnya, jenis penelitian ini termasuk penelitian kuantitatif. Sedangkan sumber data penelitian ini menurut cara memperolehnya berdasarkan data primer. Data primer ini diperoleh dari responden melalui kuisisioner (angket).¹¹ Data primer dalam penelitian ini adalah kuisisioner yang dibagikan kepada responden sebanyak 100 nasabah BSI KCP Ponorogo Soetta yang pernah menggunakan *BSI Mobile*.

F. Teknik Pengumpulan Data

Bagian terpenting dari penelitian adalah pengumpulan data karena tujuan penelitian adalah mengumpulkan informasi. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket.

⁹ Sugiyono.

¹⁰ Sugiyono.

¹¹ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, III (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2010).

Kuesioner atau angket adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan pertanyaan atau pernyataan terstruktur kepada responden untuk dijawab. Angket digunakan bila jumlah responden di wilayah yang jauh cukup tinggi dan konsisten. Ketika terjadi percakapan terus menerus antara responden dan peneliti, akan diketahui keadaan yang sesuai sehingga memungkinkan responden memberikan data yang tepat waktu dan obyektif.¹²

Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner jenis Likert dengan empat pilihan jawaban yaitu sangat setuju, setuju, tidak setuju, dan sangat tidak setuju. Kuisisioner ini mengumpulkan informasi mengenai pengaruh kualitas layanan, kecepatan, dan kemudahan terhadap kepuasan nasabah.

G. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian ialah alat digunakan mengukur fenomena alam yang diamati, termasuk fenomena sosial. Semua fenomena ini disebut sebagai penelitian variabel spesifik.¹³ Pengumpulan data penelitian ini menggunakan kuesioner untuk mengumpulkan informasi kualitas layanan, kecepatan dan kemudan dalam kaitannya dengan kepuasan pelanggan di BSI KCP Ponorogo Soetta.

Instrumen penelitian menggunakan skala likert. Skala Likert merupakan ukuran yang bisa dipergunakan untuk menilai persepsi seseorang atau sekelompok orang terhadap fenomena sosial.¹⁴ Instrumen kuesioner dirancang dengan menawarkan pilihan jawaban alternatif untuk setiap pernyataan. Pengukuran ini menggunakan skala likert yang dikonversikan ke dalam empat alternatif respon, ada dua bentuk skala likert yaitu pernyataan *positif* dengan nilai 4 (SS), 3 (S), 2 (TS), 1 (STS) dan pernyataan *negatif* dengan nilai 1 (SS), 2 (S), 3 (TS), 4 (STS) berikut adalah jawaban dikaitkan dengan nilai berupa angka yaitu:¹⁵

¹² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan Tindakan*.

¹³ Sugiyono.

¹⁴ Sugiyono.

¹⁵ Sutrisno Hadi, *Analisis Butir Untuk Instrumen Angket, Tes, Dan Skala Nilai*, 3 (Yogyakarta: FP UGM, 1991).

Tabel 3.2
Tingkat Penilaian Skala Likert

No	Keterangan	Nilai	
		Positif	Negatif
1.	Sangat setuju (SS)	4	1
2.	Setuju (S)	3	2
3.	Tidak setuju (TS)	2	3
4.	Sangat tidak setuju (STS)	1	4

Dalam penelitian tersebut diputuskan untuk menggunakan empat variasi skala Likert untuk mengatasi kelemahan skala level karena alasan:

1. *Undecided* memiliki makna mentalitas yang samar-samar yang dapat digambarkan sebagai tidak mampu memberikan kejelasan atau jawaban (menurut konsepnya bisa dikatakan netral, bukan setuju, tidak setuju pun, atau interogatif).
2. Jika narasumber menggunakan skala likert 5 jawaban maka akan memberikan jawaban netral yang mengurangi jumlah data penelitian yang dikumpulkan dan mempersempit jumlah informasi yang diperoleh dari narasumber.

Kisi-kisi instrumen dari variabel kualitas layanan, kecepatan, kemudahan serta kepuasan nasabah kemudian dijelaskan dalam keterangan pernyataan yang berkaitan dengan variabel tersebut. Kisi-kisi instrumen variabel kualitas layanan, kecepatan dan kemudahan serta kepuasan nasabah adalah sebagai berikut:¹⁶

¹⁶ Farida Agus Setiawati, Djemari Mardapi, and Saifuddin Azwar, 'Penskalaan Teori Klasik Instrumen Multiple Intelligences Tipe Thurstone Dan Likert', *Jurnal Penelitian Dan Evaluasi Pendidikan* 17, no. 2 (2013): 259–74.

Tabel 3.3
Kisi-kisi instrumen penelitian

No	Variabel	Item	Jumlah
1.	Kualitas layanan (X1):		12
	a. Efisiensi	1,2	
	b. Pemenuhan janji	3,4	
	c. Kesiadaan sistem beroperasi	5,6	
	d. Privasi	7,8	
	e. Jaminan/kepercayaan	9,10	
	f. Tampilan situs	11,12	
2.	Kecepatan (X2):		8
	a. Responsiveness	1,2	
	b. Kecepatan akses	3,4	
	c. Waktu transaksi	5,6	
	d. Kecepatan pemuatan halaman	7,8	
3.	Kemudahan (X3):		6
	a. Kemudahan dalam layanan	1,2	
	b. Kemudahan dalam mendapatkan informasi	3,4	
	c. Kemudahan dalam menggunakan fasilitas yang tersedia	5,6	
4.	Kepuasan nasabah (Y):		10
	a. Kepuasan nasabah keseluruhan	1,2	
	b. Konfirmasi harapan		
	c. Minat pembelian ulang	3,4	
	d. Kesiadaan untuk merekomendasikan	5,6 7,8	
	e. Ketidakpuasan nasabah	9,10	
Jumlah soal			36

H. Validitas dan Reliabilitas Instrumen

1. Validitas

Uji validitas adalah alat untuk mengukur sah atau valid dan tidaknya suatu kuesioner. Kuesioner dianggap valid jika pertanyaan di atas mampu memberikan informasi suatu yang akan diukur oleh kuisisioner. Kualifikasi uji validitas adalah:

- a. Apabila $r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$, kuesioner dikatakan valid.
- b. Apabila $r\text{-hitung} < r\text{-tabel}$, kuesioner dikatakan tidak valid.¹⁷

¹⁷ Andhita Dessy Wulansari, *Aplikasi Statistika Parametrik Dalam Penelitian*, 1st ed., 2 (Yogyakarta: Pustaka Felicha, 2016), <http://repository.iainponorogo.ac.id/1391/>.

Jika ada pertanyaan yang tidak memenuhi kualifikasi kelayakan (tidak valid), maka akan dikeluarkan dari survei. Hasil r -hitung dibandingkan dengan r table dimana $df = N-2$ dengan taraf signifikan 5%.¹⁸

Selain itu penelitian ini menggunakan validitas isi. Validitas isi dicapai melalui *convenience sampling*, yaitu. dengan item-item yang dipertanyakan yang secara akurat mencerminkan materi yang dipelajari. Salah satu kelemahan pemeriksaan validitas ini adalah sasaran penelitian harus dilakukan secara subjektif, berdasarkan pengamatan peneliti. Artinya objek peneliti kurang memahami pertanyaan diajukan peneliti, oleh karena itu diperlukan konsistensi dari segi semua materi dan sampel pertanyaan yang representatif.¹⁹

2. Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan alat yang digunakan untuk mengukur kuesioner yang merupakan indikator variabel. Suatu survei dianggap dapat diandalkan jika jawaban responden terhadap pernyataan tersebut stabil atau konsisten sepanjang waktu, dengan nilai $\alpha > 0,60$ (reliabel).²⁰

I. Teknik Pengolahan dan Analisis Data

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan aplikasi SPSS'23. Sedangkan analisis data yang digunakan analisis kuantitatif dengan menggunakan teknik analisis statistik. Analisis data adalah proses yang dilakukan setelah data responden atau data yang dikumpulkan sebelumnya sudah terkumpul. Langkah-langkah dalam analisis data terdiri dari metabelasi data dari seluruh variabel responden, mengelompokkan data menurut variabel dan jenis responden, menjawab rumusan masalah, melaporkan dan menghitung ulang data setiap variabel yang diteliti untuk usulan pengujian sebuah hipotesis.²¹

¹⁸ Wulansari.

¹⁹ Kumba Digdowiseiso, *Metodologi Penelitian Ekonomi Dan Bisnis* (Jakarta: Lembaga Penerbitan Universitas Nasional (LPU-UNAS), 2017).

²⁰ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*, 1st ed., 1 (Yogyakarta: Pustaka baru press, 2019).

²¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan Tindakan*.

1. Uji Asumsi Klasik

Tujuan dari uji asumsi klasik ialah untuk memberi gambaran bagaimana pola regresi yang diamati memiliki pola yang pasti dan konsisten. Sebelum melakukan regresi linier berganda sebaiknya dilakukan uji asumsi klasik dengan menggunakan uji normalitas, heteroskedastisitas, dan multikolinieritas.²²

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah kedua variabel dalam model regresi, yaitu variabel terikat dan variabel bebas, berdistribusi normal atau tidak, dilakukan uji normalitas.²³ Uji normalitas dapat diuji dengan model Kolmogorov - Smirnov (K-S) dengan kualifikasi sebagai berikut:²⁴

- 1) Apabila nilai $K-S > 0,05$ data berdistribusi normal.
- 2) Apabila $K-S < 0,05$ data tidak terdistribusi normal.

Hipotesisnya adalah:

H_0 : Data berdistribusi normal.

H_1 : Data tidak berdistribusi normal.

b. Uji Heteroskedastisitas

Tujuan dari uji heteroskedastisitas adalah untuk mengetahui ada tidaknya varian ketidaksamaan dari sisa penelitian yang satu dengan penelitian yang lain; apabila variansi tersebut berbeda dengan penelitian lain maka penelitian tersebut dikatakan heteroskedastisitas.

Kualifikasi uji heteroskedastisitas adalah:²⁵

- 1) Apabila nilai signifikan (p-value) semua independen $> 0,05$ tidak terjadi heteroskedastisitas.
- 2) Jika nilai signifikan (p-value) semua independen $< 0,05$ terjadi heteroskedastisitas.

Hipotesisnya adalah:

²² Sugiyono.

²³ Danang Sunyoto, *Praktik SPSS untuk kasus*, 1st ed., 1 (Yogyakarta: nuha medika, 2011).

²⁴ Retno Widyaningrum, 'Statistika', *Yogyakarta: Pustaka Felicha*, 2015, 204–8.

²⁵ Imam Ghozali, 'Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS', 2006.

H₀ : Tidak terjadi heteroskedastisitas (varian residual homogen).

H₁ : Terjadi heteroskedastisitas (varian residual tidak homogen).

c. Uji Multikolinieritas

Tujuan dari uji regresi multilinear untuk mengetahui apakah korelasi variabel independen dicapai oleh model regresi tertentu. Model regresi yang baik apabila tidak terdapat korelasi antara variabel independen. Untuk memahami adanya beberapa liner dalam suatu model regresi, hal ini dapat dilihat dengan membandingkan *variance inflation fktor* (VIF) dan koefisien toleransi. Toleransi mengurangi variabilitas pada variabel dependen yang kurang dipahami dan tidak bisa dijelaskan variabel dependen. Kriteria berikut digunakan dalam analisis regresi multikolinieritas:²⁶

- 1) Apabila nilai VIF $\leq 10,00$ tidak terjadi multikolinieritas.
- 2) Apabila nilai VIF $\geq 10,00$ terjadi multikolinieritas.
- 3) Apabila nilai toleransi $\geq 0,10$ tidak terjadi multikolinieritas.
- 4) Apabila nilai toleransi $\leq 0,10$ terjadi multikolinieritas.

2. Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda ialah alat yang digunakan untuk menebak seruan di masa depan berdasarkan data masa lampau atau untuk mempengaruhi pengaruh satu atau lebih variabel independen. Penelitian ini memakai analisis linier berganda bakal menguji pengaruh signifikan dan gabungan kualitas layanan, kecepatan, serta kemudahan terhadap kepuasan pelanggan Gen Z. Model penguraian regresinya adalah berikut:²⁷

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

Penjelasan :

Y : Kepuasan nasabah

α : Konstanta

β_1 : Koefisien kualitas layanan

²⁶ Imam Ghozali, 'Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23', 2016, http://digilib.itbwigalumajang.ac.id/index.php?p=show_detail&id=2775.

²⁷ Wulansari, *Aplikasi Statistika Parametrik Dalam Penelitian*.

- β_2 : Koefisien kecepatan
- β_3 : Koefisien kemudahan
- X1 : Kualitas layanan
- X2 : Kecepatan
- X3 : Kemudahan
- e : Standar error

3. Pengujian Hipotesis

a. Uji t (Uji Secara Parsial)

Uji signifikan nilai t digunakan untuk menguji secara terpisah pengaruh variabel independen pada variabel dependen. Penelitian ini diuji pada taraf Sig 5% apakah hipotesis pada temuan ini didukung atau tidak.²⁸ Berikut adalah dasar pengambilan keputusan:

- 1) Apabila $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ artinya variabel independent mempunyai pengaruh positif serta signifikan terhadap variabel dependen.
- 2) Apabila $t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$ artinya variabel independent tidak berpengaruh positif serta signifikan terhadap variabel dependen.

Kesimpulannya:

- 1) Nilai Sig $> 0,05$ maka H_a ditolak dan H_o diterima.
- 2) Nilai Sig $< 0,05$ maka H_a diterima dan H_o ditolak.

b. Uji F (Uji Secara Simultan)

Tujuan uji F-statistik adalah untuk menunjukkan apakah seluruh variabel independen dalam model memiliki pengaruh yang secara bersama-sama pada variabel dependen. Berikut adalah dasar pengambilan keputusan:²⁹

- 1) Apabila $F\text{-hitung} > F\text{-tabel}$ maka H_a diterima dan H_o ditolak artinya variabel independen secara serentak berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen.

²⁸ Ghazali, 'Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS'.

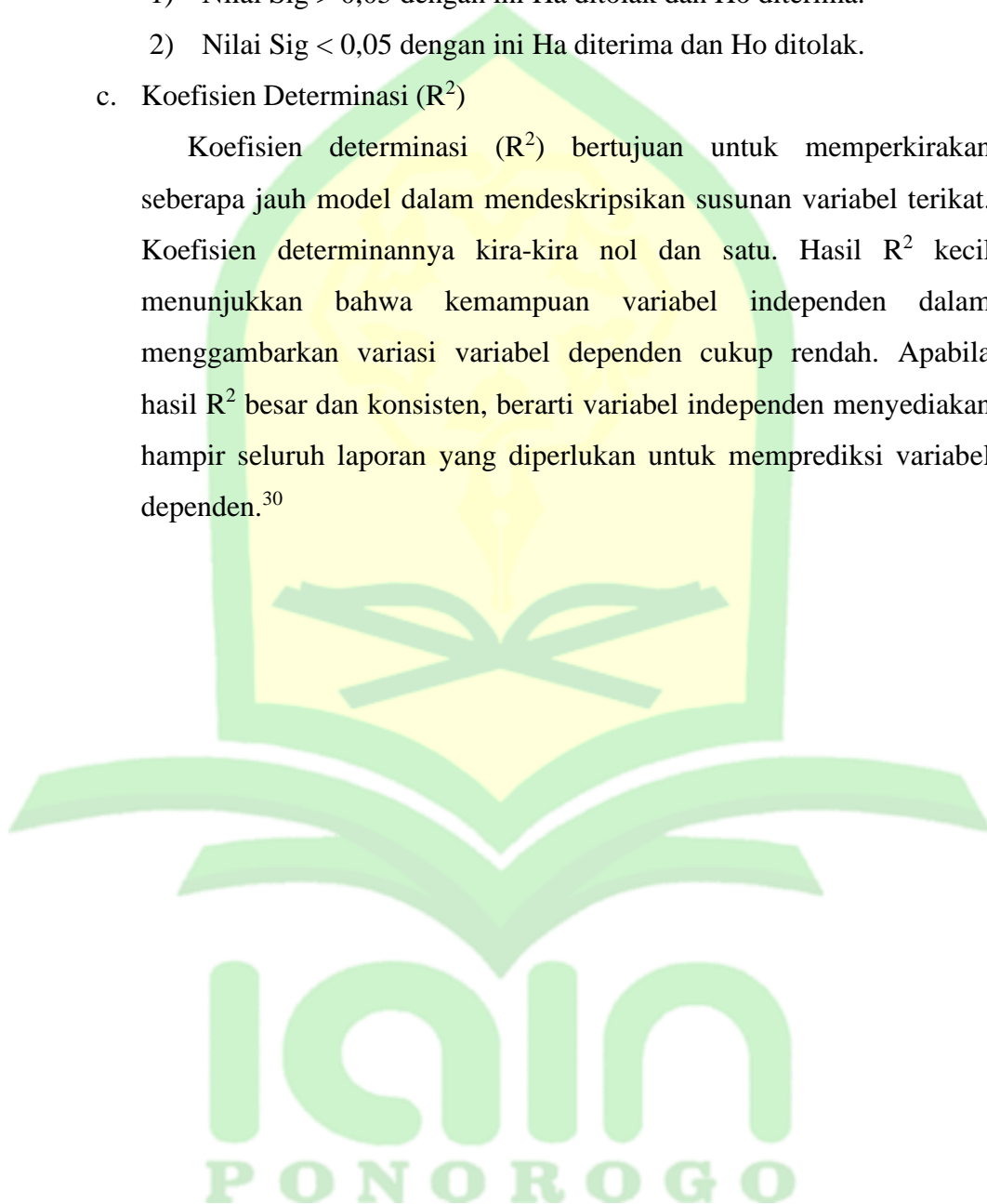
²⁹ Ghazali, 'Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23'.

- 2) Apabila $F\text{-hitung} < F\text{-tabel}$ maka H_a ditolak dan H_o diterima artinya variabel independen secara serentak tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen.

Kesimpulannya:

- 1) Nilai $\text{Sig} > 0,05$ dengan ini H_a ditolak dan H_o diterima.
 - 2) Nilai $\text{Sig} < 0,05$ dengan ini H_a diterima dan H_o ditolak.
- c. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) bertujuan untuk memperkirakan seberapa jauh model dalam mendeskripsikan susunan variabel terikat. Koefisien determinannya kira-kira nol dan satu. Hasil R^2 kecil menunjukkan bahwa kemampuan variabel independen dalam menggambarkan variasi variabel dependen cukup rendah. Apabila hasil R^2 besar dan konsisten, berarti variabel independen menyediakan hampir seluruh laporan yang diperlukan untuk memprediksi variabel dependen.³⁰



³⁰ Ghozali.

BAB IV

PEMBAHASAN DAN ANALISIS DATA

A. Gambaran Umum Obyek Penelitian

1. Sejarah Berdirinya BSI KCP Ponorogo Soetta

Sebagai populasi Islam terbanyak di dunia, berpotensi berperan memimpin perusahaan perbankan syariah. Meningkatnya masyarakat terhadap kesadaran isu-isu etika dan hubungan yang kuat dengan pemangku kepentingan hal ini merupakan faktor penting dalam pembangunan ekosistem perusahaan yang beretika di Indonesia. Salah satunya Perbankan Syariah.¹

Perbankan Syariah memiliki peran sangat penting sebagai penggerak seluruh urusan perekonomian dalam ekosistem industri halal. Selama tiga dekade terakhir, sektor perbankan syariah Indonesia mengalami perkembangan serta kemajuan yang signifikan. Tren positif dari masa ke masa dengan pembaruan produk, peningkatan kualitas layanan, dan perluasan jaringan. Bahkan, berani melakukan aksi korporasi. Berbeda dari perbankan syariah yang memiliki Bank BUMN yakni BSM, BNI Syariah, dan BRI Syariah.²

Secara umum BSI dikirirkan menggunakan surat yang dipahami oleh OJK. Dokumen yang ditulis dengan nomor SR-tiga/PB.1/2021 membahas izin *marger* PT BSM & PT BNI Syariah ke PT Bank BRI Syariah Tbk dan izin perubahan nama. Menggunakan izin usaha PT Bank BRI Syariah Tbk sebagai izin usaha atas nama PT Bank Syariah Indonesia Tbk (BSI) sebagai Bank hasil *marger*. Keluarganya surat dari OJK, BSI secara bertahap diturunkan guna menjalankan operasional bank yang berpegang pada prinsip syariah dan pembentuknya antar bank.³

BSI KCP Ponorogo Soetta adalah bisnis yang beroperasi di bawah naungan bank syariah, menyediakan pendanaan, keuangan mikro, dan layanan konsumen, serta menyetujui pinjaman yang dilakukan di Kota

¹ LinkedIn, 'PT Bank Syariah Indonesia Tbk', accessed 20 February 2024, <https://id.linkedin.com/company/bank-syariah-indonesia>.

² LinkedIn.

³ Luhur Prasetyo, 'Perkembangan Bank Syariah Pasca UU 21 Tahun 2018', *Jurnal Al Tahrir* 12, no. 1 (2012).

Ponorogo secara syariah. Salah satu dari sedikit bursa syariah yang beroperasi di bidang perekonomian, BSI KCP Ponorogo Soetta diatur oleh amanah pedoman Dewan Pengawas Syariah (DPS). BSI KCP Ponorogo Soetta merupakan lembaga pemerintah di lingkungan Kementerian Perdagangan Luar Negeri. Selaku Biro Penukaran Syariah Kota Ponorogo. Saat ini BSI KCP Ponorogo Soetta dipimpin oleh 25 orang pegawai yang terbaik di bidangnya, dengan panitia yang didedikasikan untuk meluncurkan proyek-proyek kehidupan Islami. Setiap individu harus profesional dalam memulai pekerjaannya dan juga harus fokus dalam memulai misi utama Bank Syariah Indonesia.

BSI KCP Ponorogo Soetta diluncurkan 1 Februari 2021, bertepatan dengan hari jadi 19 Januari 1442 H, BSI Kantor Cabang Pembantu Ponorogo Soetta merupakan entitas yang terdiri dari Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah. Sebelum penggabungan ketiga bank tersebut, BSI KCP Ponorogo Soetta adalah BSM KCP Ponorogo didirikan 22 Desember 2010. Perjanjian ini mengatur keunggulan keempat bank syariah tersebut sehingga dapat memberikan layanan yang lengkap, suku bunga yang murah, serta kapasitas pemrosesan yang lebih baik. Didukung sinergi perusahaan utama (Mandiri, BNI, dan BRI) lewat kementerian BUMN, BSI memiliki posisi yang baik untuk berkembang dalam skala global.⁴

Ikatan Bank Syariah ketiga tersebut di atas merupakan upaya untuk mengakhiri utang Bank Syariah diharapkan menjadi sumber energi baru untuk pembangunan perekonomian yang menyeluruh dan menunjang kebahagiaan masyarakat setempat. Berdirinya bank syariah di Indonesia sebagai bukti standar modern, global, dan beretika perbankan syariah di tanah air (Rahmatan Lil'Aalamiin).⁵

⁴ Bank Syariah Indonesia, accessed 20 February 2024, https://ir.bankbsi.co.id/corporate_history.html.

⁵ Bank Syariah Indonesia, 'Tentang Kami - Informasi Perusahaan | Bank Syariah Indonesia', accessed 20 February 2024, <https://www.bankbsi.co.id/company-information/tentang-kami>.

2. Letak Geografis

Berlokasi di Jalan Soekarno Hatta No. 2B, Bangunsari, Kecamatan Ponorogo, Kabupaten Ponorogo, Jawa Timur, merupakan BSI KCP Ponorogo. Secara letak BSI KCP Ponorogo Soetta diuntungkan karena yang strategis di tengah kota Ponorogo. Memungkinkan masyarakat setempat, termasuk masyarakat pedesaan, untuk memanfaatkan barang dan jasa yang disediakan BSI KCP Ponorogo Soetta.

3. Visi dan Misi

a. Visi

10 bank syariah teratas di dunia diperingkat sebagai 10 bank syariah teratas di seluruh dunia berdasarkan kapitalisasi pasar selama periode lima tahun.

b. Misi

- 1) Memberikan akses terhadap sistem perbankan syariah di Indonesia (melayani > 20 jt rumah tangga seta termasuk dalam 5 bank teratas berdasarkan aset (500+T) serta nilai buku (50T) pada tahun 2025).
- 2) Mendirikan bank besar yang menawarkan return terbaik kepada investor (5 bank tersukses di Indonesia memiliki return on equity (ROE) 18% dan return on capital (PB>2) yang tinggi.
- 3) Menjadi perusahaan talenta dengan kinerja terbaik dan berkembang di Indonesia (Pengusaha dengan standar tinggi yang mengangkat masyarakat dan menunjukkan komitmen terhadap pengembangan kehidupan pekerja berdasarkan aktivitas yang berhubungan dengan pekerjaan).⁶

⁶ Bank Syariah Indonesia.

4. Struktur Organisasi BSI KCP Ponorogo Soetta

Tabel 4.1

Struktur Organisasi BSI KCP Ponorogo Soetta

Jabatan	Nama
Manajer cabang	Muh. Hasbi Kamaruddin
Bisnis Konsumen	Dyah Ayu Prabandari
Staf Bisnis Konsumen	Irma Novitasari
Manajer Hubungan Mikro & Pemimpin Tim	Arif Mufida
Staf Pendanaan & Transaksi	Ahmad Susanto
Petugas Penjualan Gadai	Afrida Asna Rufiani
Manajer Operasi & Layanan Cabang	Noviana Putri N
Staf Operasional	Siti Nur Aisyah
Perwakilan Layanan Pelanggan	Annisa Izzatul Ulya
Kasir	Novita Anggraini
Penilaian Gadai	Yuli Jumiarti

Sumber: Devi Mariska (peserta magang BSI Ponorogo Soetta), 2024

B. Hasil Pengujian Instrumen (Validitas dan Reliabilitas)

Pengecekan uji validitas serta reliabilitas dilakukan menggunakan *software* SPSS²³. Berikut uji hasil validitas serta reliabilitas instrumen yang dilakukan terhadap 100 responden nasabah Gen Z BSI Ponorogo:

1. Validitas

Analisis validitas merupakan analisis yang mengukur valid atau tidaknya data. Suatu alat ukur dikatakan efektif apabila dapat mengukur apa yang ingin diukur oleh alat tersebut. Validitas merupakan ukuran derajat validitas dan validitas suatu instrumen. Suatu instrumen dianggap valid apabila mewakili secara akurat data variabel-variabel yang diteliti.⁷ Dalam pengukuran ini sampel uji validitas diambil sebanyak 100 orang dengan melihat signifikansi pada hasil pengujian yang dilakukan pada SPSS. Kriteria uji validitas dikatakan valid jika $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ ($t\text{-hitung} > 0,1966$). Hasil uji validitas masing-masing indikator dijelaskan pada tabel berikut ini:

⁷ Wulansari, *Aplikasi Statistika Parametrik Dalam Penelitian*.

Tabel 4.2
Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Layanan

Item Pertanyaan	r-tabel	r-hitung	Keterangan
X1.1	0,1966	0,565	Valid
X1.2	0,1966	0,555	Valid
X1.3	0,1966	0,608	Valid
X1.4	0,1966	0,683	Valid
X1.5	0,1966	0,727	Valid
X1.6	0,1966	0,573	Valid
X1.7	0,1966	0,737	Valid
X1.8	0,1966	0,698	Valid
X1.9	0,1966	0,578	Valid
X1.10	0,1966	0,613	Valid
X1.11	0,1966	0,765	Valid
X1.12	0,1966	0,702	Valid

Sumber: Data primer diolah SPSS'23, 2024

Dari Tabel 4.2 diketahui bahwa dari 12 pernyataan pada variabel kualitas layanan diketahui nilai r-hitung $>$ 0,1966 sehingga seluruh pertanyaan pada variabel kualitas layanan valid. Sehingga dengan demikian, pernyataan ini dapat digunakan sebagai alat untuk menganalisis variabel kualitas layanan.

Tabel 4.3
Hasil Uji Validitas Variabel Kecepatan

Item Pertanyaan	r-tabel	r-hitung	Keterangan
X2.1	0,1966	0,431	Valid
X2.2	0,1966	0,645	Valid
X2.3	0,1966	0,654	Valid
X2.4	0,1966	0,690	Valid
X2.5	0,1966	0,542	Valid
X2.6	0,1966	0,734	Valid
X2.7	0,1966	0,466	Valid
X2.8	0,1966	0,745	Valid

Sumber: Data primer diolah SPSS'23, 2024

Dari tabel 4.3 bahwa 8 dari pernyataan pada variabel kecepatan diketahui nilai r-hitung $>$ 0,1966 sehingga seluruh pertanyaan pada variabel kecepatan valid. Dengan demikian, pernyataan ini bisa digunakan sebagai alat untuk menganalisis variabel kecepatan.

Tabel 4.4
Hasil Uji Validitas Variabel Kemudahan

Item Pertanyaan	r-tabel	r-hitung	Keterangan
X3.1	0,1966	0,520	Valid
X3.2	0,1966	0,795	Valid
X3.3	0,1966	0,592	Valid
X3.4	0,1966	0,667	Valid
X3.5	0,1966	0,534	Valid
X3.6	0,1966	0,650	Valid

Sumber: Data primer diolah SPSS'23, 2024

Dari tabel 4.4 bahwa 6 dari pernyataan pada variabel kemudahan diketahui nilai r-hitung $> 0,1966$ sehingga seluruh pertanyaan pada variabel kemudahan valid. Dengan demikian, pernyataan ini bisa digunakan sebagai alat untuk menganalisis variabel kemudahan.

Tabel 4.5
Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Nasabah

Item Pertanyaan	r-tabel	r-hitung	Keterangan
Y1.1	0,1966	0,612	Valid
Y1.2	0,1966	0,700	Valid
Y1.3	0,1966	0,401	Valid
Y1.4	0,1966	0,302	Valid
Y1.5	0,1966	0,594	Valid
Y1.6	0,1966	0,624	Valid
Y1.7	0,1966	0,657	Valid
Y1.8	0,1966	0,716	Valid
Y1.9	0,1966	0,578	Valid
Y1.10	0,1966	0,277	Valid

Sumber: Data primer diolah SPSS'23, 2024

Dari tabel 4.5 diketahui bahwa 10 dari pernyataan pada variabel kepuasan pelanggan diketahui nilai r-hitung $> 0,1966$ sehingga seluruh pertanyaan pada variabel kepuasan nasabah valid. Dengan demikian, pernyataan ini bisa digunakan sebagai alat untuk menganalisis variabel kepuasan nasabah.

2. Reliabilitas

Tujuan dari reliabilitas adalah untuk memahami seberapa konsisten hasil pengukuran. Uji reliabilitas dapat dilakukan menggunakan metode estimasi koefisien alpha *Cronbach's*, yaitu mengklasifikasikan instrumen

penelitian dapat diandalkan jika hasil *cronbach's*-nya $> 0,06$. Namun koefisien reliabilitasnya bisa dilihat pada tabel 4.6.

Tabel 4.6
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Alfa Cronbach	Nilai Silang	Keputusan
Kualitas Layanan	0,869	0,6	Reliabel
Kecepatan	0,774	0,6	Reliabel
Kemudahan	0,695	0,6	Reliabel
Kepuasan Nasabah	0,772	0,6	Reliabel

Sumber: Data primer diolah SPSS'23, 2024

Dari Tabel 4.6 bisa dilihat bahwa seluruh item per-nyata yang dinyatakan reliabel karena koefisien *cronbach's* alpha masing-masing variabel lebih dari 0,06. Selanjutnya yang instrument miliki bisa digunakan sebagai instrument pengumpulan data.

C. Analisis Deskriptif Responden

Responden dalam penelitian ini ialah Gen Z BSI Ponorogo, dengan jumlah sampel kurang lebih 100. Pengelompokan data dilakukan dengan mengirimkan kuesioner pada responden yang ditemukan. Hal ini dimaksudkan agar bisa efektif sehingga mampu menjelaskan dengan jelas setiap pertanyaan yang ada pada kuesioner. Maka diperoleh deskripsi data dari penelitian yang sudah selesai ialah berikut:

1. Deskripsi responden berdasarkan jenis kelamin

Data mengenai jenis kelamin responden yang digunakan untuk mengidentifikasi subjek penelitian di BSI Ponorogo dibagi 2 kategori:

Tabel 4.7
Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Volume	Persentase
Laki-Laki	32	32%
Perempuan	68	68%
Total	100	100%

Sumber: Data primer, 2024

Dari Tabel 4.7 dapat dilihat bahwa 100 dari nasabah Gen Z BSI KCP Ponorogo Soetta, sebanyak 32 responden memiliki persentase sebesar 32% laki-laki dan 68 responden memiliki persentase sebesar 68% perempuan.

2. Deskripsi responden berdasarkan usia

Dalam penelitian ini, usia responden yang memenuhi kriteria kuisisioner dibagi menjadi dua kategori:

Tabel 4.8
Deskripsi Responden Berdasarkan Usia

Usia	Volume	Persentase
17 – 19 tahun	12	12%
20 – 25 tahun	88	88%
Total	100	100%

Sumber: Data primer, 2024

Tabel 4.8 menunjukkan mayoritas responden Gen Z BSI Kcp Ponorogo Soetta berusia antara 20 hingga 25 tahun (delapan puluh delapan persen), dan yang berusia 17 sampai 19 tahun berjumlah (dua belas persen).

3. Deskripsi responden berdasarkan pendidikan terakhir

Dalam penelitian ini, informasi terkini mengenai pendidikan responden BSI Ponorogo yang menjawab kuisisioner dikategorikan jadi lima bagian yaitu:

Tabel 4.9
Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Pendidikan Terakhir	Volume	Persentase
SD	0	0%
SMP	3	3%
SMA	75	75%
Diploma 1/2/3	3	3%
Sarjana 1/2/3	19	19%
Total	100	100%

Sumber: Data primer, 2024

Pada tabel 4.9 terlihat persentase responden tertinggi berada pada kategori SMA (75%), disusul kategori S1/S2/S3 (19%), kategori D1/D2/D3 (3%) , kategori SMP (3%), dan kategori terakhir pada kategori SD sebesar 0%.

4. Deskripsi Kualitatif

a. Variabel Kualitas Layanan

Variabel kualitas layanan diukur dengan menggunakan indikator efisiensi, pemenuhan janji, ketersediaan sistem beroperasi, privasi, jaminan/kepercayaan dan tampilan situs. Dengan perolehan sekor

masing-masing yaitu efisiensi sebesar 638 skor total, pemenuhan janji sebesar 645 skor total, ketersediaan sistem beroperasi sebesar 637 total skor, privasi sebesar 674 skor total, jaminan/kepercayaan sebesar 629 skor total dan tampilan situs sebesar 606 skor total. Berdasarkan hasil tersebut diperoleh rata-rata skor total 638,16. Sehingga dapat disimpulkan bahwa indikator yang terendah adalah tampilan situs dan yang tertinggi adalah privasi. Dengan demikian indikator variabel kualitas layanan yang paling berpengaruh adalah privasi.

b. Variabel Kecepatan

Variabel kecepatan diukur dengan menggunakan indikator responsiveness, kecepatan akses, waktu transaksi dan kecepatan pemuatan halaman. Dengan perolehan skor masing-masing yaitu responsiveness sebesar 578 skor total, kecepatan akses sebesar 605 skor total, waktu transaksi sebesar 622 skor total dan kecepatan pemuatan halaman sebesar 593 skor total. Berdasarkan hasil tersebut diperoleh rata-rata skor total 599,5. Sehingga dapat disimpulkan bahwa indikator yang terendah adalah responsiveness dan yang tertinggi adalah waktu transaksi. Dengan demikian indikator variabel kecepatan yang paling berpengaruh adalah waktu transaksi.

c. Variabel Kemudahan

Variabel kemudahan diukur dengan menggunakan indikator kemudahan dalam layanan, kemudahan dalam mendapatkan informasi dan kemudahan dalam menggunakan fasilitas yang tersedia. Dengan perolehan skor masing-masing yaitu kemudahan dalam layanan sebesar 630, kemudahan dalam mendapatkan informasi sebesar 600 dan kemudahan dalam menggunakan fasilitas yang tersedia sebesar 615. Berdasarkan hasil tersebut diperoleh rata-rata skor total 615. Sehingga dapat disimpulkan bahwa indikator yang terendah adalah kemudahan dalam mendapatkan informasi dan yang tertinggi adalah kemudahan dalam layanan. Dengan demikian indikator variabel kemudahan yang paling berpengaruh adalah kemudahan dalam layanan.

d. Variabel Kepuasan Nasabah

Variabel kepuasan nasabah diukur menggunakan indikator kepuasan pelanggan keseluruhan, konfirmasi harapan, minat pembelian ulang, kesediaan untuk merekomendasikan, dan ketidakpuasan nasabah. Dengan perolehan skor masing-masing yaitu kepuasan pelanggan keseluruhan sebesar 635 skor total, konfirmasi harapan sebesar 597 skor total, minat pembelian ulang sebesar 607 skor total, kesediaan untuk merekomendasikan sebesar 655 skor total, dan ketidakpuasan pelanggan sebesar 578 skor total. Berdasarkan hasil tersebut diperoleh rata-rata skor total sebesar 614,4. Sehingga dapat disimpulkan bahwa indikator yang terendah adalah ketidakpuasan pelanggan dan yang tertinggi adalah kesediaan untuk merekomendasikan. Dengan demikian indikator variabel kepuasan nasabah yang paling berpengaruh adalah indikator kesediaan untuk merekomendasikan.

D. Hasil Pengujian Hipotesis

1. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan uji statistik yang menguji beberapa model regresi yang baik. Sebelum memulai analisis, terlebih dahulu perlu menguji beberapa asumsi klasik seperti berikut:

a. Uji Normalitas

Tabel 4.10

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

			Unstandardized Residual
N			100
Normal	Mean		.0000000
Parameters ^{a,b}	Std. Deviation		2.54406945
Most Extreme	Absolute		.100
Differences	Positive		.081
	Negative		-.100
Test Statistic			.100
Asymp. Sig. (2-tailed)			.015 ^c
Monte Carlo	Sig.		.254 ^d
Sig. (2-tailed)	99% Confidence Interval	Lower Bound	.242
		Upper Bound	.265

Sumber: Data Primer diolah SPSS'23, 2024

Pada tabel 4.10, Uji One-Sample Kolmogrov-Smirnov dilakukan dengan menggunakan nilai Asymp.Sig (2-tailed). Metode Monte Carlo merupakan metode pengujian normalitas data melalui pengembangan sistematis yang menggunakan bilangan acak. Tujuan dari Monte Carlo adalah untuk melihat sebaran data yang diambil sampelnya dari sampel dengan nilai yang dianggap acak atau terlalu ekstrim. Tabel tersebut menunjukkan nilai signifikansi dengan menggunakan Monte Carlo Sig (2-tailed) sebesar $0,265 > 0,05$ yang menunjukkan bahwa error atau residual berdistribusi normal. Sehingga penelitian dalam uji normalitas ini terpenuhi.

b. Uji Multikolinieritas

Tabel 4.11
Uji Multikolinieritas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
Kualitas Layanan	.470	2.129
Kecepatan	.368	2.720
Kemudahan	.346	2.889

Sumber: Data Primer diolah SPSS'23, 2024

Pada tabel 4.11 dapat diketahui bahwa variabel VIF kualitas layanan (x1) sebesar $2,129 < 10$ dan toleransinya sebesar $0,470 > 0,1$, variabel VIF kecepatan (x2) sebesar $2,720 < 10$ dan toleransinya sebesar $0,368 > 0,1$, dan variabel VIF kemudahan (x3) sebesar $2,889 < 10$ dan toleransinya sebesar $0,346 > 0,1$. Dengan demikian model regresi berganda bebas dari multikolinieritas sehingga asumsi non multikolinieritas terpenuhi.

c. Uji Heteroskedastisitas

Tabel 4.12
Uji Heteroskedastisitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-1.032	1.413		-.730	.467
Kualitas Layanan	.074	.049	.219	1.507	.135
Kecepatan	-.001	.085	-.003	-.017	.986
Kemudahan	.002	.114	.003	.018	.985

Sumber: Data Primer diolah SPSS'23, 2024

Dari tabel 4.12 penelitian dengan menggunakan glejster uji menunjukkan bahwa tingkat signifikansi ketiga variabel tersebut lebih besar dari 0,05 maka menunjukkan tidak terjadi heteroskedastisitas.

2. Analisis Regresi Linier Berganda

a. Model Regresi

Tabel 4.13
Model Regresi dan Hasil Uji t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	8.652	2.084		4.153	.000
Kualitas Layanan	.139	.073	.190	1.906	.060
Kecepatan	.352	.125	.318	2.814	.006
Kemudahan	.448	.168	.311	2.671	.009

Sumber: Data Primer diolah SPSS'23, 2024

Dari uji hasil regresi linier berganda, tabel 4.13 menyajikan kualitas, kecepatan, dan kemudahan terhadap kepuasan nasabah Gen Z BSI KCP Ponorogo Soetta sebagai berikut:

$$Y = 8,652 + 0,139 X_1 + 0,352 X_2 + 0,448 X_3 + error$$

Keterangan:

- 1) Konstanta (b₀)

Nilai konstantanya adalah 8,652. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan BSI KCP Ponorogo Soetta Generasi Z meningkat sebesar 8652 ketika variabel independen tidak ada atau nol.

2) Konstanta untuk Variabel Kualitas Layanan

B1 nilai koefisien regresi X_1 0,139 yang menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah, artinya kenaikan satu satuan pada masing-masing variabel kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan nasabah sebesar 0,139 dengan asumsi variabel lain tetap atau konstan.

3) Konstanta untuk Variabel Kecepatan

B2 nilai koefisien regresi X_2 0,352 yang menunjukkan bahwa variabel kecepatan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah, artinya kenaikan satu satuan pada masing-masing variabel kecepatan mempengaruhi kepuasan nasabah sebesar 0,352 dengan asumsi variabel lain tetap atau konstan.

4) Konstanta untuk Variabel Kemudahan

B3 nilai koefisien regresi X_3 0,448 yang menunjukkan bahwa variabel kemudahan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah, artinya kenaikan satu satuan pada masing-masing variabel kemudahan mempengaruhi kepuasan nasabah sebesar 0,448 dengan asumsi variabel lain tetap atau konstan.

b. Uji t

Uji t digunakan untuk menguji secara parsial antara pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, apabila $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$, maka variabel independen berpengaruh positif serta signifikan terhadap variabel dependen. Kesimpulannya, apabila nilai signifikan $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hipotesis yang diuji pada uji t adalah sebagai berikut:

- 1) Pengaruh kualitas layanan (X_1) terhadap kepuasan nasabah Gen Z BSI KCP Ponorogo Soetta (Y), maka hipotesis yang diujikan adalah berikut:

Ha1: Kualitas Layanan berpengaruh positif serta signifikan terhadap kepuasan nasabah Gen Z BSI Ponorogo.

H01: Kualitas Layanan tidak berpengaruh positif serta signifikan terhadap kepuasan nasabah Gen Z BSI Ponorogo.

Pada tabel 4.13, kita dapat amati bahwa nilai signifikansi X1 terhadap Y 0,060, yang $> 0,05$. Artinya H01 diterima sehingga disimpulkan tidak terdapat pengaruh kualitas pelayanan pada nasabah Gen Z BSI Ponorogo.

- 2) Pengaruh kecepatan (X2) terhadap kepuasan nasabah Gen Z BSI KCP Ponorogo Soetta (Y), maka hipotesis yang akan diujikan adalah berikut:

Ha2: Kecepatan berpengaruh positif serta signifikan terhadap kepuasan nasabah Gen Z BSI Ponorogo.

H02: Kecepatan tidak berpengaruh positif serta signifikan terhadap kepuasan nasabah Gen Z BSI Ponorogo.

Dapat dilihat dari tabel 4.13, kita dapat mengamati bahwa nilai signifikansi X2 terhadap Y 0,006, yaitu $< 0,05$. Artinya Ha2 diterima sehingga menunjukkan adanya pengaruh kecepatan yang signifikan terhadap kepuasan nasabah Gen Z BSI Ponorogo.

- 3) Pengaruh kemudahan (X3) terhadap kepuasan nasabah Gen Z KCP Soetta Ponorogo (Y), maka hipotesis yang akan diujikan adalah berikut:

Ha3: Kemudahan berpengaruh positif serta signifikan terhadap kepuasan nasabah Gen Z BSI Ponorogo.

H03: Kemudahan tidak berpengaruh positif serta signifikan terhadap kepuasan nasabah Gen Z BSI Ponorogo.

Dari tabel 4.13, kita bisa mengamati nilai dari signifikansi X3 terhadap Y 0,009, yaitu $< 0,05$. Artinya Ha3 diterima sehingga menunjukkan adanya pengaruh kemudahan yang signifikan terhadap kepuasan nasabah Gen Z BSI Ponorogo.

c. Uji F

Uji F digunakan sebagai gambaran variabel bebas yaitu kualitas pelayanan, kecepatan, serta kemudahan penggunaan secara simultan mempengaruhi variabel terikat yaitu kepuasan nasabah Gen Z BSI KCP Ponorogo Soetta. Namun nilai uji F bisa dilihat pada tabel 4.14.

Tabel 4.14
Hasil Uji F

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	783.683	3	261.228	39.138	.000 ^b
Residual	640.757	96	6.675		
Total	1424.440	99			

Sumber : Data primer diolah SPSS'23, 2024

H04 : Terdapat pengaruh kualitas layanan, kecepatan serta kemudan secara simultan terhadap kepuasan nasabah Gen Z BSI Ponorogo.

H04 : Tidak terdapat pengaruh kualitas layanan, kecepatan serta kemudahan secara simultan terhadap kepuasan nasabah Gen Z BSI Ponorogo.

Dari tabel 4.14 terlihat bahwa tingkat signifikansi X1 (kualitas layanan), X2 (kecepatan) dan X3 (kemudahan) terhadap Y (kepuasan nasabah) adalah sebesar 0,000 kurang dari 0,05. Artinya H04 ditolak sehingga Ha4 diterima, hal ini menunjukkan terdapat pengaruh kualitas pelayanan (X1), kecepatan (X2), serta kemudahan penggunaan (X3) terhadap kepuasan nasabah Gen Z BSI KCP Ponorogo Soetta (Y).

d. Koefisien Determinasi R²

Tabel 4.15
Hasil Pengujian Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.742 ^a	.550	.536	2.58351

Sumber : Data Primer diolah SPSS'23, 2024

Hasil tabel 4.15 menunjukkan koefisien determinasi (R²) yang disebut juga hubungan adalah sekitar 0,536%. Selain itu, KD (R

Square) menunjukkan besarnya pengaruh variabel bebas pada variabel keterikatan yaitu 0,550. Ini menunjukkan bahwa besarnya pengaruh variabel bebas pada variabel keterikatan yaitu 55,0%, dan tersisa 45,0% dipengaruhi variabel yang tidak ada dalam model. Temuan peneliti menunjukkan bahwa kualitas, kecepatan, dan kemudahan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Gen Z BSI Ponorogo.

E. Pembahasan Hasil Penelitian

Berdasarkan temuan yang dilakukan, peneliti menyimpulkan bahwa variabel kualitas layanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Gen Z KCP Soetta Ponorogo, sedangkan variabel kecepatan dan variabel kemudahan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah Gen Z KCP Soetta Ponorogo secara parsial. Namun, secara simultan variabel kualitas layanan, kecepatan dan kemudahan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Gen Z KCP Soetta Ponorogo. Selanjutnya, penelitian yang dilakukan oleh peneliti meliputi pengumpulan data untuk menjawab setiap pertanyaan penelitian dan mengembangkan hipotesis hipotesis. Hasil penelitiannya adalah sebagai berikut:

1. Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah Gen Z BSI KCP Ponorogo Soetta.

Berdasarkan hasil uji *t statistic* variabel (X1) kualitas layanan terhadap (Y) kepuasan nasabah Gen Z Kcp Soetta Ponorogo menunjukkan nilai Sig X1 terhadap Y ialah $0,060 > 0,05$ sehingga H_0 diterima, disimpulkan kualitas layanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Gen Z BSI KCP Ponorogo Soetta.

Hasil temuan diatas sejalan dengan temuan terdahulu dilakukan oleh Mochamad Yusuf, Muhammad Aris Syafi'i, dan Tamamudin Tammamudin yaitu kualitas layanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank Syariah Indonesia Cabang Pekalongan Pemuda.⁸ Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Mirzan Fanriza dan Dadang Iskandar yaitu kualitas layana tidak berpengaruh signifikan

⁸ Yusuf, Syafi'i, and Tammamudin, 'Pengaruh Citra Merek, Kualitas Layanan, Dan Digital Banking Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening Pada PT Bank Syariah Indonesia'.

terhadap kepuasan konsumen pada Galery Smartfren Soekarno Hatta Bandung.⁹ Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Miswanto dan Yessi Ria Angelia yaitu kualitas layanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan toko oleh-oleh di Yogyakarta.¹⁰

Berdasarkan penguraian peneliti, kualitas layanan seharusnya menjadi salah satu dari beberapa faktor untuk mempengaruhi kepuasan nasabah Gen Z BSI KCP Ponorogo Soetta. Namun dalam hal ini pernyataan kepuasan nasabah yang diberikan memiliki jawaban yang berbeda-beda di setiap responden. Hal ini disebabkan kemungkinan adanya beberapa faktor, seperti preferensi individual, pengalaman subjektif, atau bahkan ekspektasi yang berbeda-beda dari setiap nasabah. Selain itu, faktor-faktor eksternal seperti situasi saat bertransaksi dengan BSI *Mobile* atau interaksi dengan petugas bank juga dapat memengaruhi kepuasan nasabah. Misalnya, nasabah yang mengalami masalah gagap teknologi dalam arti nasabah kurang mengerti dengan teknologi yang ada dalam aplikasi *mobile banking* atau nasabah yang merasa tidak diperlakukan dengan ramah oleh petugas bank sehingga memberikan penilaian yang lebih rendah terhadap kualitas layanan. Namun dalam hal secara keseluruhan nasabah puas dengan aplikasi *Mobile Banking*, ini disebabkan oleh beberapa faktor seperti faktor perbandingan dengan membandingkan kualitas layanan *mobile banking* BSI dengan layanan *mobile banking* dari bank lain yang mereka gunakan sebelumnya. Meskipun kualitas layanan BSI tidak memenuhi ekspektasi mereka sepenuhnya, namun jika diukur secara keseluruhan, mereka masih merasa bahwa *mobile banking* BSI memberikan nilai yang cukup baik dibandingkan dengan pengalaman menggunakan bank sebelumnya. Hal ini terjadi dengan beberapa alasan seperti fitur yang tersedia lebih disukai nasabah dengan keunggulan berprinsip syariah dengan tidak mengenal istilah bunga, sehingga terhindar dari unsur riba, transparan dalam pembagian keuntungan dan penyaluran

⁹ Fanriza and Iskandar, 'Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Galery Smartfren Soekarno Hatta Bandung'.

¹⁰ Miswanto and Angelia, 'The Influence of Service Quality and Store Atmosphere on Customer Satisfaction'.

dana kepada nasabah maupun masyarakatnya dipastikan untuk kegiatan yang halal dan berlegal bebas dari unsur spekulatif.

2. Pengaruh kecepatan terhadap kepuasan nasabah Gen Z BSI KCP Ponorogo Soetta.

Berdasarkan hasil uji *t statistic* variabel kecepatan (X2) terhadap kepuasan nasabah Gen Z KCP Soetta Ponorogo menunjukkan bahwa nilai Sig X2 terhadap Y ialah $0.006 < 0.05$ sehingga H02 artinya bahwa terdapat pengaruh kecepatan terhadap kepuasan nasabah Gen Z BSI Ponorogo.

Hasil temuan diatas mendukung temuan sebelumnya dilakukan oleh Maria Kumalasanti dan Eni Dwi Susliyanti yaitu kecepatan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada Perbankan di Yogyakarta.¹¹ Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Goh Mei Linga, Yeo Sook Ferna, Lim Kah Boona dan Tan Seng Huata yaitu kecepatan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah di Malacca.¹² Selanjutnya oleh Ahmad Munawir yaitu kecepatan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT Marga Mandala Sakti pada Gerbang Tol Serang Timur.¹³

Hal ini juga sesuai dengan temuan penelitian peneliti yaitu kecepatan mempunyai hubungan positif serta signifikan terhadap kepuasan nasabah Gen Z BSI KCP Ponorogo Soetta. Kecepatan penggunaan BSI *Mobile* sangat berkaitan terhadap kepuasan nasabah dengan alasan apabila BSI KCP Ponorogo Soetta memperhatikan kecepatan atau daya tanggap aplikasi BSI *Mobile* diperlukan untuk memberikan suatu informasi yang dibutuhkan oleh nasabah saat menggunakan *Mobile Banking*. Kecepatan menjadi salah satu yang dicari nasabah dalam menggunakan aplikasi, sehingga nasabah dapat melakukan berbagai transaksi secara instan tanpa menunggu bahkan mengantir lama. Dengan demikian meningkatnya rasa

¹¹ Kumalasanti and Susliyanti, 'Pengaruh Pelayanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Di Yogyakarta'.

¹² Khong Sin Tan et al., 'An Evaluation of E-Banking and m-Banking Adoption Factors and Preference in Malaysia: A Case Study', *International Journal of Mobile Communications* 8, no. 5 (2010): 507, <https://doi.org/10.1504/IJMC.2010.034935>.

¹³ Ahmad Munawir, 'Pengaruh Kecepatan Transaksi Terhadap Kepuasan Pelanggan PT Marga Mandala Sakti'.

kepuasan dan kenyamanan aplikasi *BSI Mobile* yang dirasakan oleh nasabah dapat menjadi konsekuensi positif dari peningkatan kecepatan layanan sehingga nasabah semakin puas.

3. Pengaruh kemudahan terhadap kepuasan nasabah Gen Z BSI KCP Ponorogo Soetta.

Berdasarkan hasil uji *t statistic* variabel kecepatan (X3) terhadap kepuasan nasabah Gen Z BSI Ponorogo menunjukkan bahwa nilai sig X3 terhadap Y ialah $0.009 < 0.05$ sehingga H_0 artinya bahwa terdapat pengaruh kecepatan terhadap kepuasan nasabah Gen Z BSI Ponorogo.

Hasil temuan diatas mendukung temuan sebelumnya oleh M. Fahrul Husni, Ramlah, Budhi Krisnanto, Muhammad Rizal dan Mirna yaitu kemudahan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Syariah Indonesia Tbk Regional Office X Makassar.¹⁴ Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Faizal Ghifary yaitu kemudahan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada pengguna mobile banking.¹⁵ Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Nandya Eka Sari dan Teddy Oswari yaitu kemudahan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada Toko *Online Tokopedia*.¹⁶

Hal ini juga sesuai dengan temuan penelitian peneliti yaitu kemudahan mempunyai hubungan positif serta signifikan terhadap kepuasan nasabah Gen Z BSI Ponorogo. Kemudahan penggunaan bisa dikatakan mempunyai pengaruh langsung terhadap keadaan bank, karena jika BSI Ponorogo memperbaiki sistem kerja terkait pelayanan maka bank akan mempermudah nasabah dalam melakukan berbagai macam transaksi, tidak hanya melakukan transaksi saja namun nasabah mudah dalam mengakses informasi terkait promosi atau penawaran khusus dari bank, pemberian informasi terkait saldo, riwayat transaksi dan kebijakan bank di aplikasi *Mobile Banking* bersifat jelas dan mudah diakses. Dengan

¹⁴ Husni et al., 'Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kemudahan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Syariah Indonesia. TBK Regional Office X Makasar'.

¹⁵ Ghifary, 'Pengaruh Kemudahan Penggunaan Dan Kualitas Antarmuka Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna Mobile Banking'.

¹⁶ Sari and Oswari, 'Pengaruh Kemudahan, Kepercayaan, Dan Keamanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian Pada Toko *Online Tokopedia*'.

demikian, meningkatnya kemudahan dalam mendapatkan informasi, kemudahan dalam layanan dan kemudahan dalam menggunakan fasilitas yang ada di BSI KCP Ponorogo Soetta diharapkan dapat memberikan pengalaman yang memuaskan bagi para nasabah. Maka nasabah menjadi semakin puas.

4. Pengaruh kualitas layanan, Kecepatan dan Kemudahan Secara Simultan Terhadap Kepuasan Nasabah Gen Z KCP Soetta Ponorogo

Berdasarkan hasil tabel 4.16 menunjukkan secara serentak variabel kualitas layanan, kecepatan, dan kemudahan berpengaruh positif serta signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dengan demikian H_0 diterima sehingga H_1 ditolak. Hasil signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05 sehingga secara simultan (bersama-sama) kualitas layanan, kecepatan serta kemudahan berpengaruh signifikan positif terhadap kepuasan nasabah Gen Z BSI KCP Ponorogo Soetta.

Dari uji determinasi terlihat R-square 0,550 sehingga diperoleh hasil kualitas pelayanan, kecepatan dan kenyamanan secara simultan mempengaruhi kepuasan pelanggan dengan besaran 55,0%, dan sisanya sebesar 45,0% merupakan pengaruh variabel lain. Oleh karena itu, hasil pengujian menyimpulkan bahwa kualitas layanan, kecepatan dan kemudahan berpengaruh positif serta signifikan terhadap kepuasan nasabah BSI Ponorogo Generasi Z.

Berdasarkan pada teori Philip Kotler, sesuai dengan pengujian bahwa beberapa faktor penentu kepuasan konsumen dalam penelitian ini ialah: kualitas layanan, nasabah merasa puas sebab percaya, senang, dan nyaman yang kemudian nasabah akan puas, nasabah yang puas cenderung tetap setia, melakukan transaksi lebih lanjut, dan memberikan rekomendasi positif kepada orang lain sebaliknya jika layanan yang nasabah didapatkan tidak baik akan mendorong nasabah menjadi tidak percaya, tidak senang, dan tidak nyaman kemudian nasabah tidak puas. Kecepatan, nasabah merasa puas karena nyaman apabila aplikasi BSI *Mobile* dioperasikan dengan serba cepat dan tidak lemot apalagi setelah aplikasi mengalami pembaruan seharusnya kinerja aplikasi semakin meningkat. Dari segi

kemudahan penggunaan, nasabah menjadi semakin mudah jika relatif mudah, menyenangkan, dan efisien dalam memperoleh layanan; sebaliknya, nasabah tidak akan menjadi mudah jika tidak menyenangkan, susah digunakan, dan tidak efisien dalam memperoleh layanan. Dengan demikian, hasil penelitian ini sesuai terhadap teori yang dimaksud.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini menjelaskan mengenai pengaruh kualitas layanan, kecepatan, dan kemudahan terhadap kepuasan nasabah Gen Z Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Ponorogo Soetta. Dari rumusan masalah yang telah dijelaskan penulis di awal dan hasil pengujian data yang telah dilakukan sebelumnya, maka kesimpulan pada penelitian ini adalah:

1. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Gen Z Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Ponorogo Soetta

Variablel kualitas layanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Gen Z BSI KCP Ponorogo Soetta secara parsial. Hal ini ditunjukkan oleh bahwa nilai signifikansi X_1 terhadap Y adalah 0,060 lebih dari 0.05 sehingga H_{01} diterima artinya bahwa tidak terdapat pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah Gen Z BSI KCP Ponorogo Soetta.

2. Pengaruh Kecepatan Terhadap Kepuasan Nasabah Gen Z Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Ponorogo Soetta

Variabel kecepatan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah Gen Z BSI KCP Ponorogo Soetta secara parsial. Hal ini ditunjukkan bahwa nilai signifikansi X_2 terhadap Y adalah 0,006 kurang dari 0.05 sehingga H_{02} artinya bahwa terdapat pengaruh kecepatan terhadap kepuasan nasabah Gen Z BSI KCP Ponorogo Soetta.

3. Pengaruh Kemudahan Terhadap Kepuasan Nasabah Gen Z Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Ponorogo Soetta

Variabel kemudahan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah Gen Z BSI KCP Ponorogo Soetta secara parsial. Hal ini ditunjukkan bahwa nilai signifikansi X_3 terhadap Y adalah 0,009 kurang dari 0.05 sehingga H_{03} artinya bahwa terdapat pengaruh kemudahan terhadap kepuasan nasabah Gen Z BSI KCP Ponorogo Soetta.

4. Pengaruh kualitas layanan, Kecepatan dan Kemudahan Secara Simultan Terhadap Kepuasan Nasabah Gen Z KCP Soetta Ponorogo

Variabel kualitas layanan, kecepatan dan kemudahan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan nasabah Gen Z BSI KCP Ponorogo Soetta. Hal ini ditunjukkan oleh hasil signifikansi 0,000 sehingga secara simultan (bersama-sama) kualitas layanan, kecepatan dan kemudahan berpengaruh signifikan positif terhadap kepuasan nasabah Gen Z BSI KCP Ponorogo Soetta dimana besaran pengaruh variabel kualitas layanan, kecepatan dan kemudahan terhadap kepuasan nasabah Gen Z BSI KCP Ponorogo Soetta adalah sebesar 55.0% sedangkan sisanya 45.0% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam model.

B. Saran

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan di atas, maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Kualitas layanan, meski dari hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan tidak mempengaruhi kepuasan nasabah. Namun, pihak BSI KCP Ponorogo Soetta tetap terus melakukan inovasi berkelanjutan; terus mengembangkan fitur-fitur baru dan inovatif dalam aplikasi mobile banking yang tidak hanya memenuhi kebutuhan nasabah saat ini, tetapi juga dapat membangun keunggulan kompetitif bagi Bank BSI di pasar. Dengan mengambil langkah-langkah tersebut, Bank BSI dapat tetap bersaing dan meningkatkan kepuasan nasabahnya meskipun kualitas layanan mobile banking tidak memiliki dampak langsung kepada kepuasan nasabah.
2. Kecepatan, diharapkan untuk lebih meningkatkan kecepatan layanan terhadap nasabah, agar BSI *mobile* semakin meningkat dan berkembang. Dengan demikian dapat bersaing dengan teknologi perbankan lainnya.
3. Kemudahan, meskipun kemudahan pembukaan rekening BSI dan memperoleh kartu ATM *online* dengan BSI *Mobile* sudah baik, masih banyak yang perlu dilakukan untuk membuat BSI *Mobile* lebih mudah digunakan seperti pengembangan fitur, menyederhanakan proses termasuk mengurangi jumlah langkah yang perlu untuk menyelesaikan tugas tertentu dan pengembangan antarmuka pengguna yang lebih intuitif seperti perubahan dalam tata letak, warna, ikon, dan teks, sehingga pengguna

dapat dengan cepat memahami bagaimana menggunakan aplikasi *Mobile Banking* tersebut tanpa perlu belajar terlalu banyak. Selain itu, tata cara pembuatan akun BSI secara *online* maupun *offline* pun menjadi lebih mudah sehingga nasabah semakin puas dengan kemudahan yang diberikan.

4. Bagi penelitian selanjutnya diharapkan dapat menjadi sumber referensi bagi peneliti selanjutnya untuk menambah sumber referensi dan variabel lain yang berkaitan dengan kepuasan nasabah. Kami memastikan bahwa penelitian terkait kepuasan nasabah dikembangkan secara komprehensif dan lebih baik dari penelitian yang dilakukan.



DAFTAR PUSTAKA

- Adela, Melfi. 'Pengaruh Layanan M-Banking Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Bank Bni Syariah Kcp Rajabasa)'. Phd Thesis, IAIN Metro, 2020. <https://repository.metrouniv.ac.id/id/eprint/3512/>.
- Ahmad Munawir. 'Pengaruh Kecepatan Transaksi Terhadap Kepuasan Pelanggan PT Marga Mandala Sakti'. *Jurnal Simasi : Jurnal Ilmiah Sistem Informasi* 1, no. 10 (1 June 2021): 26–33.
- Arif Rachman, Yochanan, Andi Ilham Samanlangi, and Hery Purnomo. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. 1st ed. Karawang: Saba Jaya Publisher, 2016.
- Armstrong, Gary, Stewart Adam, Sara Denize, and Philip Kotler. *Principles of Marketing*. Pearson Australia, 2014.
- Bank Syariah Indonesia. 'Tentang Kami - Informasi Perusahaan | Bank Syariah Indonesia'. Accessed 20 February 2024. <https://www.bankbsi.co.id/company-information/tentang-kami>.
- . Accessed 20 February 2024. https://ir.bankbsi.co.id/corporate_history.html.
- Bing. 'Laporan Keuangan Tahunan Bsi per 31 2022'. Accessed 25 February 2024. https://ir.bankbsi.co.id/annual_reports.html.
- Chang, K. 'The Influence of Factors of Online Purchase on Customer Satisfaction in Mongolian Airlines'. *International Proceedings of Economics Development and Research* 57, no. 15 (2012): 80–85.
- Dabholkar, Pratibha A. 'Consumer Evaluations of New Technology-Based Self-Service Options: An Investigation of Alternative Models of Service Quality'. *International Journal of Research in Marketing* 13, no. 1 (1 February 1996): 29–51. [https://doi.org/10.1016/0167-8116\(95\)00027-5](https://doi.org/10.1016/0167-8116(95)00027-5).
- Danang Sunyoto. *Praktik SPSS untuk kasus*. 1st ed. 1. Yogyakarta: nuha medika, 2011.
- Davis, Fred D. 'Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology'. *MIS Quarterly*, 1989, 319–40.
- Dewi, Ratna. 'Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah'. *JURNAL Ekonomika* 5 (2021): 170–82.
- Digdowiseiso, Kumba. *Metodologi Penelitian Ekonomi Dan Bisnis*. Jakarta: Lembaga Penerbitan Universitas Nasional (LPU-UNAS), 2017.
- Eka Kesuma, Amri, and M.Shabri. 'Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Sulthan Hotelbanda Aceh'. *Jurnal Manajemen* 4, no. 4 (2015): 176–92.
- Eri Barlian. *Metodologi Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif*. 2nd ed. 5. Padang: Sukabina Press, 2016.
- Fandy Tjiptono. 'Pemasaran Jasa'. Yogyakarta: Andi Offset, 2014, 368.
- Fanriza, Mirzan, and Dadang Iskandar. 'Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Galery Smartfren Soekarno Hatta Bandung'. *eProceedings of Management* 1, no. 3 (2014).
- Fatonah, Siti, Tulus Haryono, and Pramesty Wahyu Istyaningsih. 'A Study of Service Speed and Servicescape as a Basic Strategy to Improve Loyalty by Evaluating Customer Satisfaction at PT. Bank Mandiri Persero (Solo Branch)'. *Ekuilibrum: Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi* 16, no. 2 (2021): 190–97.

- Fianto, Bayu Arie, Charissa Kezia Rahmawati, and Indri Supriani. 'Mobile Banking Services Quality and Its Impact on Customer Satisfaction of Indonesian Islamic Banks'. *Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Islam* 7, no. 1 (2021): 59–76.
- Ghifary, Faizal. 'Pengaruh Kemudahan Penggunaan Dan Kualitas Antarmuka Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna Mobile Banking'. PhD Thesis, Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2022.
- Ghozali, Imam. 'Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS', 2006.
———. 'Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23', 2016.
- Handi Irawan. *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. 1st ed. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia, 2002.
- Husni, M. Fahrul, Ramlah Ramlah, Budhi Krisnanto, Muhammad Rizal, and Mirna Mirna. 'Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kemudahan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Syariah Indonesia. TBK Regional Office X Makassar'. *JURSIMA (Jurnal Sistem Informasi Dan Manajemen)* 11, no. 2 (2023): 242–56.
- Indonesia, Ikatan Bankir. *Mengelola Kualitas Layanan Perbankan*. 1st ed. 9. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2014.
- Inkiriwang, Melisa Virginia, Imelda Wellin Juliana Ogi, and Djemly Woran. 'Pengaruh Digital Marketing, Kualitas Produk Dan Emosional Terhadap Kepuasan Konsumen Pinky Kitty Shop Tondano'. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi* 10, no. 3 (2022): 587–96.
- Jamaludin, Nur, and Rohadatul A'is. 'Pengaruh Citra Merek, Kemudahan Transaksi Dan Lokasi Terhadap Keputusan Menjadi Anggota Koperasi Syariah BMT Bisma Tangerang'. *Jurnal Manajemen Bisnis* 9, no. 3 (2021).
<https://scholar.archive.org/work/4kryi2r23ndeflcvsskahg4z7e/access/wayback/https://ojs.ekonomi-ungris.ac.id/index.php/JMBK/article/download/607/pdf>.
- Khoirul Latifah. Wawancara, 26 November 2023.
- Kholis, Nur. 'Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Bank Rakyat Indonesia Syariah Di Yogyakarta'. PhD Thesis, Universitas Islam Indonesia, 2020.
<https://dspace.uii.ac.id/handle/123456789/28479>.
- Khusna, Khasinta Mazaya, and Novi Khoiriawati. 'Pengaruh Fitur Layanan, Kemudahan dan Efisiensi terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi Muamalat DIN'. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah* 5, no. 6 (1 May 2023): 2749–66.
<https://doi.org/10.47467/alkharaj.v5i6.3625>.
- Kotler, Philip, and G. Armstrong. *Marketing Management, Analysis, Planning, Implementation, and Control, Philip Kotler*. London: Prentice-Hall International, 1994.
- Kotler, Philip, Gary Armstrong, S. E. Yati Sumiharti, and S. E. Imam Nurmawan. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Vol. 1. 12. Jakarta: Erlangga, 2008.
- Kumalasanti, Maria, and Eni Dwi Susliyanti. 'Pengaruh Pelayanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Di Yogyakarta'. *JURNAL MANEKSI* 11, no. 2 (2022): 416–26.

- Lau, Sally, and Mochammad Nugraha Reza Pradana. 'Pengaruh Keamanan, Kecepatan Transaksi Dan Kenyamanan Terhadap Penggunaan Mobile Payment'. *KINERJA* 18, no. 2 (2021): 288–95.
- Leisen Pollack, Birgit. 'Linking the Hierarchical Service Quality Model to Customer Satisfaction and Loyalty'. *Journal of Services Marketing* 23, no. 1 (2009): 42–50.
- Lestari, Devi, Finantyo Eddy Wibowo, and Ahmad Muti. 'Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia'. *Journal of Student Development Informatics Management (JoSDIM)* 3, no. 2 (2023): 185–98.
- Ling, Goh Mei, Yeo Sook Fern, Lim Kah Boon, and Tan Seng Huat. 'Understanding Customer Satisfaction of Internet Banking: A Case Study in Malacca'. *Procedia Economics and Finance* 37 (2016): 80–85.
- LingkedIn. 'PT Bank Syariah Indonesia Tbk'. Accessed 20 February 2024. <https://id.linkedin.com/company/bank-syariah-indonesia>.
- Marasabessy, Masaalah. 'Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Dan e-Service Quality Terhadap Minat Berkelanjutan Menggunakan e-Wallet Di Kota Jayapura Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi'. PhD Thesis, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, 2023. <http://etheses.uin-malang.ac.id/51291/>.
- Meileny, Findy, and Tri Indra Wijaksana. 'Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Linkaja Di Indonesia'. *Jurnal Ecodemica* 4, no. 2 (2020): 201–2.
- Meliana Viska Antari. Wawancara, 26 November 2023.
- Mentari, Andi Dewi. 'Pengaruh Kesadaran, Kecepatan Transaksi, Keamanan, Manfaat Yang Dirasakan Dengan Mediasi Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Adopsi m-Banking BRI Makassar Raya'. *Journal of Business and Banking* 8, no. 1 (2018): 157–75.
- Metty, Adrian, Irvan Trang, and Rudie Y. Lumantow. 'Pengaruh Disiplin Kerja, Kecepatan Dan Ketanggapan Kerja Berista Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen Pada Coffee Shop Kopi Dari Hati Di Marisa'. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi* 10, no. 1 (2022): 1955–64.
- Miswanto, Miswanto, and Yessi Ria Angelia. 'The Influence of Service Quality and Store Atmosphere on Customer Satisfaction'. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan* 19, no. 2 (2017): 106–11.
- Muhammad Khusnul Maab. Wawancara, 26 November 2023.
- Murti Sumarni. 'Manajemen Pemasaran Bank'. *Yogyakarta: Liberty*, 2011, 226.
- Nurdin, Nurdin, Indah Musyawah, Nurfitriani Nurfitriani, and Abdul Jalil. 'Pengaruh Pelayanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Palu)'. *Jurnal Ilmu Perbankan dan Keuangan Syariah* 2, no. 1 (22 June 2020): 87–104. <https://doi.org/10.24239/jipsya.v2i1.24.87-104>.
- Philip Kotler and Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran*. 13th ed. 1. Bandung: Katalog Libray & Knowledge Center Telkom Universty, 2010.
- Poon, W. C. 'Users' Adoption of E-banking Services: The Malaysian Perspective'. *Business & Industrial Marketing* 1 (2008): 59–69.

- Prasetyo, Luhur. 'Perkembangan Bank Syariah Pasca UU 21 Tahun 2018'. *Jurnal Al Tahrir* 12, no. 1 (2012).
- Putri, Feby Widia. 'Pengaruh Efektivitas, Kemudahan Dan Keamanan Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bertransaksi Menggunakan Mobile Banking Bank Syariah Indonesia'. PhD Thesis, UIN Syarif Hidayatullah, 2022.
- Rahmah, Aulia Shobibatur. 'Pengaruh Kecepatan, Kemudahan dan Fitur Produk Layanan BSI Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah'. PhD Thesis, UIN Wali Songo, 2023.
- Ramadhani, Imas Antika Suci. 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kelengkapan Fasilitas Terhadap Kepuasan Nasabah Dan Emosional Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Bank BRI Syariah Cabang Madiun)'. Skripsi, IAIN Ponorogo, 2019.
- Ratminto, Fidyah Shabrina, Rima Ranintya Yusuf, Lutfi Untung Angga Laksana, Sri Wahyuni, and Susi Apriyanti. *Pelayanan Prima: Pedoman Penerapan Momen Kritis Pelayanan dari A sampai Z*. UGM PRESS, 2018.
- Ririn Wulandari and Fikri Aulawi Rusmahafi. *Membidik Nasabah Bank Syariah*. 1. Yogyakarta: Nas Media Pustaka, 2020.
- Rita, Paulo, Tiago Oliveira, and Almira Farisa. 'The Impact of E-Service Quality and Customer Satisfaction on Customer Behavior in Online Shopping'. *Heliyon* 5, no. 10 (2019). [https://www.cell.com/heliyon/pdf/S2405-8440\(19\)36350-9.pdf](https://www.cell.com/heliyon/pdf/S2405-8440(19)36350-9.pdf).
- Robledo, Marco Antonio. 'Measuring and Managing Service Quality: Integrating Customer Expectations'. *Managing Service Quality: An International Journal* 11, no. 1 (2001): 22–31.
- Rust, Roland T., and Katherine N. Lemon. 'E-Service and the Consumer'. *International Journal of Electronic Commerce* 5, no. 3 (1 March 2001): 85–101. <https://doi.org/10.1080/10864415.2001.11044216>.
- Saifuddin Azwar. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar Offset, 2003.
- Sangadji, Etta Mamang. *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. 1st ed. 1. Yogyakarta: Andi, 2013.
- Sari, Nandya Eka, and Teddy Oswari. 'Pengaruh Kemudahan, Kepercayaan, Dan Keamanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian Pada Toko Online Tokopedia'. *Creative Research Management Journal* 3, no. 2 (2020): 34–46.
- Sauw, Oktovianus, Renny Mointi, A. Syahrul Makkuradde, and Angdy Ayu Mustika. 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna Mobile Banking'. *Jurnal Manajemen Perbankan Keuangan Nitro* 6, no. 1 (2023): 39–53.
- Setiawati, Farida Agus, Djemari Mardapi, and Saifuddin Azwar. 'Penskalaan Teori Klasik Instrumen Multiple Intelligences Tipe Thurstone Dan Likert'. *Jurnal Penelitian Dan Evaluasi Pendidikan* 17, no. 2 (2013): 259–74.
- Siswadi, Fery, Muharam Hari, and Hannan Sufrin. 'Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan'. *Jurnal Pustakawan Indonesia* 18, no. 1 (2019): 42–53.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2019.
- . *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan Tindakan*. 16th ed. Bandung: Alfabeta, 2013.

- Suharsimi Arikunto. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Lll. Jakarta: PT Rineka Cipta, 2010.
- Sujarweni, V. Wiratna. *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. 1st ed. 1. Yogyakarta: Pustaka baru press, 2019.
- Suryani, Tatik. *Manajemen Pemasaran Strategik Bank Di Era Global*. 1st ed. 1. Jakarta: Prenada Media, 2017.
- Susanto, Susanto, Farid Wahyudi, Swasta Bangun, Tanti Widia Nurdiani, and Hery Purnomo. 'Analysis of The Influence of Service Quality on Customer Satisfaction and Its Impact on Reuse Intention of Mobile Banking Payment in E-Commerce Transactions'. *MALCOM: Indonesian Journal of Machine Learning and Computer Science* 3, no. 2 (2023): 274–80.
- Sutrisno Hadi. *Analisis Butir Untuk Instrumen Angket, Tes, Dan Skala Nilai*. 3. Yogyakarta: FP UGM, 1991.
- Tan, Khong Sin, Siong Choy Chong, Pik Lian Loh, and Binshan Lin. 'An Evaluation of E-Banking and m-Banking Adoption Factors and Preference in Malaysia: A Case Study'. *International Journal of Mobile Communications* 8, no. 5 (2010): 507. <https://doi.org/10.1504/IJMC.2010.034935>.
- Tjiptono, Fandy. *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. 3. Andi, 2020. <https://repo.pelitabangsa.ac.id/xmlui/handle/123456789/8166>.
- Tricahyono, Dodie. 'Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik (E-Servqual) Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna Mobile Banking (Studi Kasus Pada BRI Unit Jatiwaringin Cabang Kramat Jati Jakarta Timur Tahun 2014)'. *eProceedings of Management* 1, no. 3 (2014).
- Tsoukatos, Evangelos, and Graham K. Rand. 'Path Analysis of Perceived Service Quality, Satisfaction and Loyalty in Greek Insurance'. *Managing Service Quality: An International Journal* 16, no. 5 (2006): 501–19.
- Wardhana, Aditya. 'Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking (M-Banking) Terhadap Kepuasan Nasabah Di Indonesia [Effect of Mobile Banking (M-Banking) Service Quality on Customer Satisfaction in Indonesia]'. *DeReMa (Development Research of Management): Jurnal Manajemen* 10, no. 2 (2015): 273–84.
- Widyaningrum, Retno. 'Statistika'. *Yogyakarta: Pustaka Felicha*, 2015, 204–8.
- Wu, Wen-Tsung, Chie-Bein Chen, and Chiao-Chen Chang. 'Examining Paid Mobile Application Customer Loyalty: The Moderating Effect of Switching Costs'. *Business and Economic Research* 6, no. 2 (2016): 100–117.
- Wulandari, Niken Ayu, and Yunaita Rahmawati. 'Pengaruh Kualitas Produk Dan Biaya Administrasi Tabungan Easy Wadiah Terhadap Kepuasan Karyawan Pada Bank Syariah Indonesia'. *Wadiah Jurnal Perbankan SYARIAH* 7, no. 2 (2023): 192–214.
- Wulansari, Andhita Dessy. *Aplikasi Statistika Parametrik Dalam Penelitian*. 1st ed. 2. Yogyakarta: Pustaka Felicha, 2016.
- Yang, Zhilin. 'Consumer Perceptions of Service Quality in Internet-Based Electronic Commerce'. *Proceedings Of Emac Conference*, 2001.
- Yolanda, Vina, Riduan Mas'ud, and Shofia Mauizotun Hasanah. 'Pengaruh Teknologi Keuangan Dan Kualitas Layanan Digital Terhadap Kepuasan

- Nasabah Pada Bank Syariah Indonesia KCP Masbagik'. *IQTISHADUNA* 13, no. 1 (2022): 63–83.
- Yusmad, Muammar Arafat. *Aspek Hukum Perbankan Syariah Dari Teori Ke Praktik*. 2nd ed. 9. Yogyakarta: Deepublish, 2018.
- Yusuf, Mochamad, Muhammad Aris Syafi'i, and Tamamudin Tammamudin. 'Pengaruh Citra Merek, Kualitas Layanan, Dan Digital Banking Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening Pada PT Bank Syariah Indonesia'. *ISLAMIC BUSINESS and FINANCE* 4, no. 1 (2023): 68–91.

