

**PENGARUH KEPERCAYAAN DAN KEMUDAHAN
TERHADAP KEPUASAN NASABAH DALAM
MENGUNAKAN *MOBILE BANKING***

(Studi Pada BSI KCP Ponorogo Cokroaminoto)

SKRIPSI



Oleh :

Herlina Fatimah

NIM. 210815154

**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH
IAIN
PONOROGO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO

2022

ABSTRAK

Fatimah, Herlina. 2022. Pengaruh Kepercayaan dan Kemudahan Terhadap Kepuasan Nasabah dalam Menggunakan *Mobile Banking* Studi Pada Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo Cokroaminoto. Skripsi, Jurusan Perbankan Syariah (PS) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Ponorogo. Pembimbing Yunaita Rahmawati, SE., M.Si., Ak

Kata Kunci : Kepuasan Nasabah, *Mobile banking*

Kepuasan nasabah merupakan salah satu faktor keberhasilan dalam memberikan pelayanan terbaik sebuah bank. Teknologi *mobile banking* merupakan salah satu jenis pelayanan yang diberikan Bank Syariah Indonesia (BSI) kepada nasabahnya agar dapat melakukan transaksi perbankan kapan saja dan dimana saja tanpa harus datang ke bank Menurut teori nasabah yang merasa puas biasanya tetap setia dalam jangka waktu yang lama dan akan membicarakan hal-hal baik tentang perusahaan dan produk kepada orang lain. Karena kepuasan nasabah merupakan aspek penting untuk mempertahankan citra perusahaan di masyarakat luas aplikasi *mobile banking* memang sangat mudah digunakan akan tetapi ada beberapa nasabah kurang puas sebagai pengguna *mobile banking*

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kepercayaan dan kemudahan terhadap kepuasan nasabah. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik pengumpulan data diperoleh dari kuesioner yang dibagikan kepada responden yaitu nasabah pengguna *mobile banking* BSI KCP Ponorogo Cokroaminoto yang berjumlah 99 responden. Metode analisis data menggunakan uji asumsi klasik, uji regresi sederhana, uji regresi linier berganda, serta uji hipotesis yang terdiri dari uji t dan uji f.

Hasil dari penelitian ini kepercayaan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah ditunjukkan dengan hasil pengujian dengan nilai t_{hitung} 2,580 dan nilai signifikansi (Sig) uji t sebesar 0,11 maka dapat disimpulkan H1 atau hipotesis pertama diterima. Kemudahan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah ditunjukkan dengan hasil pengujian dengan nilai nilai t_{hitung} 1,468 dan nilai (Sig) uji t sebesar 0,145 maka disimpulkan bahwa H1 ditolak.

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

Skripsi atas nama saudara:

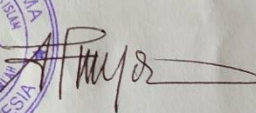
Nama : Herlina Fatimah
NIM : 210815154
Jurusan/Prodi : Perbankan Syariah
Judul : Pengaruh Kepercayaan dan Kemudahan Terhadap Kepuasan Nasabah dalam Menggunakan *Mobile Banking* (Studi Pada BSI KCP Ponorogo Cokroaminoto)

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji dalam ujian Munaqasah.

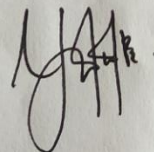
Ponorogo, 9 Mei 2022

Mengetahui,
Kajur/Kaprodi




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

Menyetujui,
Pembimbing



Yunaita Rahmawati, M.Si,Ak
NIP. 198406042019032012

PONOROGO



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 Kepercayaan dan Kemudahan Terhadap Kepuasan Nasabah dalam Menggunakan *Mobile Banking* (Studi Pada BSI KCP Ponorogo Cokroaminoto)
Nama : Herlina Fatimah
NIM : 210815154
Jurusan : Perbankan Syariah

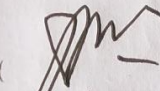
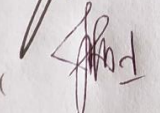
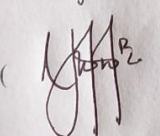
Telah diujikan dalam sidang *Ujian Skripsi* oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo dan dapat diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana dalam bidang Ekonomi Syariah.

DEWAN PENGUJI:

Ketua Sidang :
Dr. H. Luthfi Hadi Aminuddin, M.Ag.
NIP. 197207142000031005

Penguji I :
Yulia Anggraini, M.M.
NIDN. 2004078302

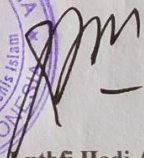
Penguji II :
Yunaita Rahmawati, SE.M.Si.Ak.
NIP. 198406042019032012

()
()
()

Ponorogo, 13 Juni 2022

Mengesahkan,
Dekan FEBI IAIN Ponorogo




Dr. H. Luthfi Hadi Aminuddin, M. Ag.
NIP. 197207142000031005

SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI

Yang Bertanda tangan di bawah ini:

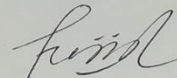
Nama : Herlina Fatimah
NIM : 210815154
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul Skripsi/Tesis : Pengaruh Kepercayaan dan Kemudahan Terhadap Kepuasan Nasabah dalam Menggunakan Mobile Banking (Studi Pada BSI KCP Ponorogo Cokroaminoto)

Menyatakan bahwa naskah skripsi / tesis telah diperiksa dan disahkan oleh dosen pembimbing. Selanjutnya saya bersedia naskah tersebut dipublikasikan 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, 14 Juni 2022

Penulis



Herlina Fatimah

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Herlina Fatimah

NIM : 210815154

Jurusan : Perbankan Syariah

Menyatakan bahwa penelitian yang berjudul :

PENGARUH KEPERCAYAAN DAN KEMUDAHAN TERHADAP
KEPUASAN NASABAH DALAM MENGGUNAKAN MOBILE BANKING
(STUDI PADA BSI KCP PONOROGO COKROAMINOTO)

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

Ponorogo, 12 Mei 2022

Pembuat Pernyataan,



Herlina Fatimah

210815154

DAFTAR ISI

COVER	i
ABSTRAK	ii
LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iv
SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	vi
DAFTAR ISI	vii
BAB I. PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian.....	6
E. Sistematika Pembahasan	6
BAB II. LANDASAN TEORI	
A. Deskripsi Teori.....	10
1. Sejarah Perbankan Syariah di Indonesia	10
2. Kepuasan.....	12
a. Pengertian Kepuasan	12
b. Indikator Kepuasan.....	16
3. Kepercayaan	17
a. Pengertian Kepercayaan.....	17

b. Indikator Kepercayaan	19
4. Kemudahan	20
a. Pengertian Kemudahan	20
b. Indikator Kemudahan	22
B. Kajian Pustaka	24
C. Kerangka Pemikiran.....	33
D. Hipotesis	34
 BAB III. METODE PENELITIAN	
A. Rancangan Penelitian	38
B. Variabel Penelitian	38
C. Lokasi dan Periode Penelitian	39
D. Populasi dan Sampel	39
1. Populasi	39
2. Sampel	40
3. Teknik Sampling	40
E. Jenis dan Sumber Data	42
F. Metode Pengumpulan Data	42
G. Instrumen Penelitian.....	43
1. Uji Instrumen	44
a. Uji Validitas	44
b. Uji Reliabilitas.....	46
2. Uji Asumsi Klasik	47
a. Uji Normalitas	47

b. Uji Heteroskedastisitas	47
c. Uji Multikolinieritas	49
d. Uji Linieritas	50
3. Uji Regresi Sederhana	50
4. Uji Regresi Berganda	51
5. Uji Hipotesis	51
a. Uji t	51
b. Uji F	53
 BAB IV. PEMBAHASAN DAN ANALISA DATA	
A. Gambaran Umum Obyek Penelitian	55
B. Hasil Pengujian Instrumen (Validitas dan Reliabilitas)	61
C. Hasil Pengujian Deskriptif	64
D. Hasil Pengujian Hipotesis	66
E. Pembahasan	76
 BAB V. PENUTUP	
A. Kesimpulan	80
B. Saran / rekomendasi	81
DAFTAR PUSTAKA	83



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kepuasan adalah penilaian pasca konsumsi bahwa suatu yang dipilih bekerja sebaik yang diharapkan.¹ Kepuasan nasabah dalam dunia perbankan memiliki peranan yang penting, nasabah yang puas biasanya tetap setia dalam jangka waktu yang lama dan akan membicarakan hal-hal baik tentang perusahaan dan produk kepada orang lain. Sehingga kepuasan nasabah merupakan keberhasilan suatu bank itu sendiri, ketika nasabah merasa puas akan pelayanan yang diberikan oleh bank maka bank telah berhasil melayani nasabah dengan baik.²

Secara umum, kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan senang seseorang yang muncul ketika membandingkan hasil kinerja yang dipersepsikan terhadap ekspektasi mereka. Jika hasil tidak memenuhi ekspektasi maka nasabah tidak akan puas, sedangkan kinerja atau hasil melebihi ekspektasi maka nasabah akan merasa puas atau senang. Penilaian nasabah atas kinerja produk tergantung pada banyak faktor terutama mengenai loyalitas yang dimiliki nasabah kepada sebuah produk yang digunakan. Nasabah sering membuat persepsi yang lebih

¹ Danang Sunyoto, *Perilaku Konsumen dan Pemasaran*, (Yogyakarta: Center of Academic Publishing Service, 2015),115

² Asri cahya Mandiri dkk, "Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah dalam Menggunakan BRI *Mobile* (BRIMO)", *Jurnal Akuntansi Keuangan dan Perbankan*, Vol.8 No.1, 1426.2

menyenangkan tentang sebuah produk yang sudah mereka anggap positif atau baik.³

Kepercayaan adalah pemikiran deskriptif yang dimiliki seseorang mengenai sesuatu. Karena keyakinan ini menyusun citra produk dan merek yang mempengaruhi tingkah laku membeli.⁴ Kepercayaan didefinisikan juga sebagai indikator keadaan psikologis yang mengarah pada keyakinan dalam melakukan transaksi perbankan di internet, menjaga kepentingan transaksi nasabah, menjaga komitmen dalam melayani nasabah, dan memberikan manfaat pada penggunaannya.⁵

Kemudahan adalah seberapa jauh seseorang yakin akan terbebas dari usaha apabila menggunakan suatu teknologi.⁶ Kemudahan adalah sebuah teknologi yang diartikan sebagai suatu ukuran dimana seseorang percaya bahwa komputer/*internet banking* bisa dengan mudah dipahami dan digunakan sehingga nasabah tidak harus memerlukan usaha yang keras dalam menggunakannya. Kemudahan penggunaan *mobile banking* adalah suatu derajat dimana seseorang percaya bahwa dengan menggunakan sebuah teknologi akan membuat seseorang percaya bahwa sistem informasi mudah digunakan maka seseorang akan

³ Philip Kotler, Manajemen Pemasaran, (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2008), 139.

⁴ Ratih Hurriyati, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, (Bandung: ALFABETA, 2015), 102.

⁵ Setyo Ferry Wibowo dkk, "Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan E-Money Card", *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, Vol.6, (2015), 445.

⁶ Jogiyanto, Sistem Informasi Keperilakuan, (Yogyakarta : Andi Offset, 2007), 129.

menggunakannya.⁷ Sementara, kemudahan penggunaan merupakan keyakinan seseorang dalam penggunaan teknologi atau sistem informasi dapat dengan mudah dan tidak memerlukan usaha keras dari pemakainya untuk bisa menggunakannya. Oleh karena itu, berdasarkan studi yang dilakukan dapat dikatakan bahwa dalam mengembangkan sebuah teknologi informasi perlu dipertimbangkan konstruk persepsi kemudahan dalam penggunaan dari pengguna teknologi informasi tersebut.⁸

Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa nasabah pengguna *mobile banking* Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Ponorogo Cokroaminoto atau bisa disingkat menjadi BSI KCP Ponorogo Cokroaminoto, faktanya ada beberapa keluhan yang disampaikan oleh nasabah. Wawancara pertama dilakukan dengan narasumber yang bernama Riska mengatakan kurang puas saat menggunakan *mobile banking*. Menurut Riska *mobile banking* BSI KCP Ponorogo Cokroaminoto sangat memudahkan ketika akan digunakan kapan saja dan dimana saja, tetapi pada saat akan melakukan transaksi terkadang pemberitahuan atau notifikasi tidak *real time* atau ada selisih waktu dengan terjadinya transaksi.⁹

Hasil wawancara selanjutnya dengan nasabah pengguna *mobile banking* BSI KCP Ponorogo Cokroaminoto yang bernama Rhesma.

⁷ Mukhtisar, "Pengaruh Efisiensi, Keamanan dan Kemudahan Terhadap Minat Nasabah Bertransaksi Menggunakan *Mobile Banking*", *Global Journal of Islamic Banking and Finance*, Vol.3, 64.

⁸ Dimas Ernomo Putra, "Pengaruh Kemudahan Terhadap Kemanfaatan, Minat dan Penggunaan *E-Commerce*", *Jurnal Administrasi Bisnis Universitas Brawijaya*, Vol.21 (2015), 3.

⁹ Riska Khoirun Nisa', *Wawancara*, 15 November 2021.

Menurut Rhesma *mobile banking* mudah digunakan maupun dioperasikan, selain hal tersebut banyak menu-menu pilihan yang dapat digunakan dalam aplikasi *mobile banking*. Namun Rhesma merasa tidak puas karena terkadang terkendala dengan koneksi internet sehingga Rhesma lebih memilih datang langsung ke bank dan melakukan transaksi secara langsung.¹⁰

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Diana Sintya menunjukkan bahwa melalui data *statistic SPSS 16 for windows* diketahui bahwa variabel kepercayaan nasabah memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah dari nilai t hitung lebih besar dari t tabel 2,073. Untuk variabel kualitas layanan, t hitung yang di dapat sebesar 2,739. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah. Sedangkan pada hasil uji simultan kedua variabel secara bersama sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah dengan F hitung sebesar 6,014.¹¹

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Nabila Aulia Zahra menunjukkan bahwa variabel Kemudahan Penggunaan berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna *Mobile Banking* Bank Syariah Mandiri. Dengan demikian dapat diartikan bahwa adanya unsur kemudahan penggunaan dalam menggunakan sebuah website sangat membantu pengguna sehingga dapat merasakan kepuasan dari pemakaian

¹⁰ Rhesma Nur , *Wawancara*, 15 November 2021.

¹¹ Diana Sintya, "Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Layanan *Mobile Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah dalam Bertransaksi di Bank Syariah," *Skripsi* (Lampung: UIN Raden Intan, 2020).

sistem tersebut. Dengan penggunaan dan cara pengoperasian yang mudah nasabah dapat memaksimalkan penggunaan suatu sistem dan merasakan manfaatnya tanpa perlu usaha yang lebih.¹²

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Melfi Adelia menunjukkan bahwa variabel kemudahan penggunaan layanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dengan nilai signifikansi 0,277 diatas 0,05. Besarnya pengaruh layanan *mobile banking* terhadap kepuasan nasabah sebesar 49,8%. Hasil analisis regresi linear berganda diperoleh persamaan : $Y = 5,200 + -0,048 X1 + 0,019 X2 + 0,430 X3 + 0.282 X4 + e$. dengan demikian H0 ditolak dan Ha diterima, maka dapat dikatakan bahwa variabel layanan *m-banking* yang meliputi kemudahan penggunaan layanan, secara signifikan terhadap kepuasan nasabah. Maka semakin tinggi kualitas layanan *mobile banking* maka semakin meningkat kepuasan nasabah pada Bank BNI Syariah KCP Rajabasa.¹³

Apabila nasabah merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh bank maka akan mampu meningkatkan kepercayaan terhadap bank, meningkatkan citra bank dan juga nasabah, meningkatkan nilai jual suatu produk, meningkatkan angka nasabah baru, meningkatkan loyalitas nasabah terhadap bank.). Jika nasabah selalu merasa pelayanan yang diberikan oleh bank melebihi harapannya, artinya kecil kemungkinan nasabah beralih ke bank lain. Nasabah akan cenderung menggunakan

¹² Nabila Aulia Zahra, "Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna *Mobile Banking (M-banking)* Bank Syariah Mandiri, "Skripsi (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2021),112

¹³ Melfi Adelia, "Pengaruh Layanan *M-Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Bank BNI Syariah KCP Rajabasa)", *Skripsi* (Metro :UIN Metro, 2020).

kembali bank yang mampu memberikan pelayanan yang memuaskan dan biasanya akan mempromosikan pelayanan yang didapatkan kepada calon nasabah lain.¹⁴

Berdasarkan uraian di atas diketahui bahwa terdapat perbedaan antara teori dan hasil wawancara, maka diperlukan penelitian lebih lanjut. Oleh karenanya, peneliti terdorong untuk membahas dan menguji teori dengan melakukan penelitian yang berjudul "Pengaruh Kepercayaan dan Kemudahan Terhadap Kepuasan Nasabah dalam Menggunakan *Mobile Banking* (Pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Ponorogo Cokroaminoto)".

B. Rumusan Masalah

- a. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan *mobile banking* BSI KCP Ponorogo Cokroaminoto?
- b. Apakah kemudahan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan *mobile banking* BSI KCP Ponorogo Cokroaminoto?
- c. Apakah kepercayaan dan kemudahan secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan *mobile banking* BSI KCP Ponorogo Cokroaminoto?

¹⁴ Hoskin, Jim, *Word Of Mouth* (Research: Principals And Applications, The Journal Of Advertising Research. ARF).

C. Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan *mobile banking* BSI KCP Ponorogo Cokroaminoto
- b. Untuk mengetahui pengaruh kemudahan terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan *mobile banking* BSI KCP Ponorogo Cokroaminoto
- c. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan dan kemudahan secara simultan terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan *mobile banking* BSI KCP Ponorogo Cokroaminoto.

D. Manfaat Penelitian

- a. Teoritis
Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah teori dalam bidang ilmu perbankan syariah, khususnya untuk jenis penelitian kuantitatif berkaitan dengan pengaruh kepercayaan, kemudahan dan kepuasan dalam menggunakan *mobile banking* BSI KCP Ponorogo Cokroaminoto pada penulisan penelitian ini.
- b. Praktisi
Bagi Pihak Bank BSI KCP Ponorogo Cokroaminoto
Dapat meningkatkan kepuasan nasabah dan juga sebagai bahan acuan evaluasi dimasa yang akan datang dan akan diketahui faktor mana yang paling dominan dari faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah.

E. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan merupakan tata cara, metode atau urutan untuk menyelesaikan sebuah penelitian yang didalamnya terkandung pendahuluan, teori, metode penelitian, dan juga hasil pembahasan penelitian. Metode pembahasan ini bertujuan agar penyusunan penelitian dapat sesuai dengan yang diharapkan serta mempermudah pembahasan dalam setiap babnya. Berikut sistematika pembahasan penelitian ini.

BAB I: PENDAHULUAN

Bab ini berisikan uraian dari latar belakang masalah tentang kepercayaan dan kemudahan yang dapat mempengaruhi kepuasan nasabah. Sehingga dapat disimpulkan dari latar belakang kepuasan nasabah, fakta yang terjadi di lapangan dan hasil dari penelitian terdahulu terdapat kesenjangan antara teori dan fakta yang terjadi di lapangan sehingga peneliti dapat menemukan rumusan masalah dan juga tujuan masalah.

BAB II: LANDASAN TEORI, PENELITIAN TERDAHULU, KERANGKA BERPIKIR, DAN HIPOTESIS.

Pada bab ini menjelaskan tentang landasan teori yang meliputi teori kepuasan, teori kepercayaan, dan teori kemudahan. Menjelaskan apa saja indikator-indikator dari ketiga variabel penelitian. Kajian penelitian terdahulu apa saja persamaan dan perbedaannya dan juga hasil dari penelitian terdahulu. Kerangka berfikir berisi tentang bagaimana pola

berfikir peneliti bagaimana hubungan variabel dan hipotesis yang merupakan dugaan sementara peneliti.

BAB III: METODE PENELITIAN

Pada bab ini peneliti membahas metode penelitian yang di lakukan pada bank BSI KCP Ponorogo Cokroaminoto. Sedangkan variabel penelitian yang di gunakan adalah variabel kepuasan (Y), variabel kepercayaan (X_1), variabel kemudahan (X_2).

BAB IV: HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menjelaskan gambaran dan deskripsi umum objek penelitian, analisis data pengujian hipotesis serta pembahasan yang sesuai dengan rumusan masalah yang telah dirumuskan sebelumnya.

BAB V: PENUTUP

Pada bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran atas penelitian yang telah dibuat dengan sesuai rumusan masalah yang telah diteliti dan dibahas hasilnya.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Deskripsi Teori

Teori-teori yang akan dijelaskan dibawah ini merupakan dasar dalam mengerjakan hipotesis sebagai landasan dalam penelitian. Dalam penelitian ini menggunakan teori kepuasan, teori kepercayaan, teori kemudahan.

1. Sejarah Perbankan Syariah di Indonesia

Diantara ajaran islam yang mengatur kehidupan manusia adalah aspek ekonomi (*muamalah, iqtishodiyah*). Ajaran islam tentang ekonomi cukup banyak, baik dalam Al-quran, sunnah, ijtiha para ulama maupun praktik-praktik bisnis dalam sejarah. Salah satu bentuk kegiatan ekonomi dan keuangan yang berkembang saat ini adalah perbankan. Perbankan adalah suatu lembaga yang melaksanakan tiga fungsi utama, yaitu menerima simpanan uang, meminjamkan uang dan jasa pengiriman uang.¹⁵

Gagasan mengenai bank yang menggunakan sistem bagi hasil telah muncul sejak lama, ditandai dengan banyaknya pemikir-pemikir muslim yang menulis tentang keberadaan bank syariah, misalnya Anwar Qureshi (1946), Naiem Siddiqi (1948), dan Mahmud Ahmad (1952). Kemudian uraian yang lebih terperinci tentang gagasan itu ditulis oleh Mawdudi (1961). Tonggak pergerakan lembaga keuangan

¹⁵ Andrianto, Manajemen Bank Syariah (Surabaya : CV. Penerbit Qiara Media, 2019), 3.

modern berdasar landasan Islam dimulai dengan didirikannya sebuah *local saving* atau bank yang beroperasi tanpa bunga di desa Mit Ghamir, di tepi Sungai Nil, Mesir pada tahun 1969 oleh Dr. Abdul Hamid An-Naggar (Ahmad An-Naggar, 1985). Setelah beroperasi beberapa tahun, badan usaha ini kemudian tutup karena masalah manajemen. Bank lokal ini telah mengilhami diadakannya konferensi ekonomi Islam pertama di Mekah pada tahun 1975. Sebagai tindak lanjut rekomendasi dari konferensi tersebut, dua tahun kemudian (pada tahun 1977), lahirlah Islamic Development Bank (IDB) yang kemudian diikuti oleh pendirian lembaga-lembaga keuangan Islam di berbagai negara, termasuk negara-negara bukan anggota OKI (Organisasi Kerja Sama Islam), seperti Filipina, Inggris, Australia, Amerika Serikat, dan Rusia.¹⁶

Kata bank itu sendiri berasal dari bahasa Latin *banco* yang artinya bangku atau meja. Pada abad ke-12 kata *banco* merujuk pada meja, counter atau tempat penukaran uang (*money changer*). Dengan demikian, fungsi dasar bank adalah menyediakan tempat untuk menitipkan uang dengan aman dan menyediakan alat pembayaran untuk membeli barang dan jasa.¹⁷ Bank syariah bukan sekedar bank bebas bunga, tetapi juga memiliki orientasi pencapaian kesejahteraan.

¹⁶ Gita Danupranata, Buku Ajar Manajemen Perbankan Syariah (Jakarta : Salemba Empat, 2013),32.

¹⁷ Andri Soemitra, Bank dan Lembaga Keuangan Syariah (Jakarta: Kencana Prenadamedia Group,2009),62.

Secara fundamental terdapat beberapa karakteristik bank syariah:

- a. Penghapusan riba
- b. Pelayanan kepada kepentingan publik dan merealisasikan sasaran sosio-ekonomi Islam.
- c. Bank syariah bersifat universal yang merupakan gabungan dari bank komersial dan bank investasi.
- d. Bagi hasil cenderung mempererat hubungan antara bank syariah dan pengusaha.

2. Kepuasan Nasabah

a. Pengertian Kepuasan

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk atau hasil terhadap ekspektasi mereka. Konsumen sering membentuk persepsi yang lebih menyenangkan tentang sebuah produk dengan merek yang sudah mereka anggap positif.¹⁸ Konsumen yang puas terhadap produk dan jasa pelayanan cenderung untuk membeli kembali produk dan menggunakan kembali jasa pada saat kebutuhan yang sama muncul kembali dikemudian hari. Hal ini berarti kepuasan merupakan faktor kunci bagi konsumen dalam melakukan pembelian ulang yang merupakan porsi terbesar dari volume penjualan perusahaan.¹⁹

¹⁸ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2008),138.

¹⁹ Meithiana Indrasari, *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*, (Surabaya: Unitomo Press, 2019),82-83.

Kepuasan pelanggan merupakan suatu keadaan dimana kebutuhan, keinginan, dan harapan pelanggan dapat terpenuhi melalui produk yang dikonsumsi. Pelanggan akan merasa puas jika jasa dan layanan yang diberikan perusahaan sesuai dengan ekspektasinya. Perusahaan harus berusaha menjadikan kepuasan menjadi sebuah loyalitas pelanggan.²⁰

Penilaian konsumen terhadap kinerja produk dipengaruhi banyak faktor, salah satunya adalah seberapa dekat hubungan pelanggan dengan produk tersebut. Konsumen biasanya akan mempunyai penilaian yang lebih positif terhadap produk atau merek yang mereka sukai. Pada perusahaan kepuasan dan loyalitas pelanggan menjadi sangat penting untuk meningkatkan keuntungan sehingga perusahaan dapat selalu menjaga hubungan baik dengan pelanggan. Pengukuran kepuasan konsumen ini juga merupakan elemen penting dalam menyediakan pelayanan yang lebih baik, efisien dan efektif.

Menurut Zeithmal dan Bitner dalam buku perilaku konsumen yang ditulis oleh Anang Firmansyah mengemukakan bahwa kepuasan adalah konsep yang jauh lebih luas dari hanya sekadar penilaian kualitas pelayanan, namun juga dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang dapat dijelaskan sebagai berikut:

²⁰ Rudi Irwansyah, *Perilaku Konsumen*, (Bandung: Widina Bhakti Persada, 2021), 241.

- 1) Kualitas pelayanan atau jasa, yaitu konsumen akan merasa puas apabila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan.
- 2) Kualitas produk, yaitu konsumen akan merasa puas apabila hasil mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.
- 3) Harga, yaitu produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada konsumen.
- 4) Faktor situasi, yaitu keadaan atau kondisi yang dialami oleh konsumen.
- 5) Faktor pribadi dari konsumen, yaitu karakteristik konsumen yang mencakup kebutuhan pribadi.²¹

Menurut Phillip Kotler dalam buku Manajemen Pemasaran, pengukuran tingkat kepuasan konsumen dapat dilakukan dengan cara.²²

- 1) Sistem keluhan dan saran, sebuah perusahaan yang berfokus pada pelanggan akan mempermudah pelanggannya untuk memberikan saran, pendapat dan keluhan mereka. Media yang digunakan meliputi kotak saran yang diletakkan di tempat-tempat strategis, saluran telepon khusus dan sebagainya. Tetapi metode ini cenderung pasif, sehingga

²¹ Anang Firmansyah, *Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: Deepublish, 2018), 134

²² Rahmawati, *Manajemen Pemasaran*, (Samarinda: Mulawarman University Press, 2016), 21.

sulit mendapatkan gambaran lengkap kepuasan dan tidak kepuasan. Tidak semua pelanggan yang tidak puas akan menyampaikan keluhannya. Bisa saja langsung tidak menjadi pelanggan lagi dan beralih ke perusahaan lain.

2) Survey Kepuasan Pelanggan, perusahaan tidak dapat menggunakan tingkat keluhan sebagai ukuran kepuasan pelanggan. Perusahaan yang responsif mengukur kepuasan pelanggan dengan mengadakan survei berkala, yaitu mengirimkan daftar pertanyaan atau menelpon secara acak dari pelanggan untuk mengetahui perasaan mereka terhadap berbagai kinerja perusahaan. Selain itu juga dapat ditanyakan kinerja dari perusahaan saingannya.

3) Pelanggan Bayangan (*ghost shopping*), salah satu cara yang dilaksanakan dengan memperkerjakan beberapa orang (*ghost shopper*) untuk berperan sebagai pelanggan potensial produk perusahaan dan pesaing. Lalu *ghost shopper* itu menyampaikan temuan-temuannya mengenai kekuatan dan kelemahan produk perusahaan pesaing sesuai pengalaman mereka dalam pembelian produk-produk tersebut.

4) Analisis Pelanggan yang Beralih, pihak perusahaan berusaha menghubungi para pelanggannya yang sudah berhenti menjadi pelanggan atau beralih ke perusahaan lain, untuk memperoleh informasi dalam pengambilan kebijakan

selanjutnya untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.²³

b. Indikator Kepuasan menurut Irawan

1) Perasaan puas (puas akan produk dan pelayanannya)

Yaitu ungkapan perasaan puas atau tidak puas dari pelanggan saat menerima pelayanan yang baik dan produk yang berkualitas dari perusahaan.

2) Selalu membeli produk

Yaitu pelanggan akan tetap memakai dan terus membeli suatu produk apabila tercapainya harapan yang mereka inginkan.

3) Akan merekomendasikan kepada orang lain

Yaitu pelanggan yang merasa puas setelah memakai suatu produk atau jasa akan menceritakannya kepada orang lain serta mampu menciptakan pelanggan baru bagi suatu perusahaan.

4) Terpenuhinya harapan pelanggan setelah membeli produk

Yaitu sesuai atau tidaknya kualitas suatu produk atau jasa pasca pembelian suatu produk dengan harapan yang diinginkan pelanggan.²⁴

²³ Ibid.,22

²⁴ Ahmad, Bambang Pambudi, "Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Keamanan dan Ketersediaan Fitur Terhadap Minat Ulang Nasaba Bank Dalam Menggunakan Internet Banking", *Jurnal Studi Manajemen*, 01, (2014), 12.

c. Dimensi Kepuasan

Dimensi kepuasan pelanggan ini diukur dengan indikator kepuasan pelanggan Hawkins dan Lonney dikutip dalam buku Tjiptono, yaitu kesesuaian pelayanan dengan yang diharapkan merupakan tingkat kesesuaian antara kinerja produk yang diharapkan oleh pelanggan dengan yang dirasakan oleh pelanggan, meliputi:

- 1) Pelayanan oleh pegawai yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan.
- 2) Fasilitas penunjang yang didapat sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan.
- 3) Minat berkunjung kembali merupakan kesediaan pelanggan untuk berkunjung kembali atau melakukan pembelian ulang terhadap produk terkait.
- 4) Kesediaan merekomendasikan Merupakan kesediaan pelanggan untuk merekomendasikan produk yang telah dirasakannya kepada teman atau keluarga.²⁵

3. Kepercayaan

a. Pengertian Kepercayaan

Kepercayaan (*belief*) adalah pemikiran deskriptif yang dimiliki oleh seseorang tentang sesuatu. Kepercayaan bisa didasarkan pada pengetahuan nyata, pendapat, atau iman dan bisa

²⁵ Ibid., 15

membawa muatan emosi maupun tidak. Pemasar tertarik pada keyakinan yang diformulasikan seseorang tentang produk dan jasa tertentu, karena kepercayaan ini membentuk citra produk dan merek yang mempengaruhi perilaku pembelian.²⁶

Kepercayaan konsumen adalah semua pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen dan semua kesimpulan yang dibuat konsumen tentang objek, atribut, dan manfaatnya. Objek dapat berupa produk, orang perusahaan dan segala sesuatu yang di mana seseorang memiliki kepercayaan dan sikap. Atribut adalah karakteristik atau fitur yang mungkin dimiliki atau tidak dimiliki objek.²⁷

Adapun pengertian yang lain yaitu kepercayaan adalah tentang keyakinan konsumen mengenai kebenaran sikap yang dimilikinya. Misalnya sikap konsumen terhadap produk yang sudah lama digunakan akan lebih tinggi dibandingkan sikap konsumn terhadap produk baru yang masih asing.²⁸

Konsep kepercayaan ini berarti bahwa nasabah percaya terhadap keandalan pihak bank dapat menjamin keamanan dan kerahasiaan akun nasabah. Keamanan berarti bahwa penggunaan itu aman, risiko hilangnya data atau informasi sangat kecil, dan risiko pencurian rendah. kerahasiaan berarti bahwa segala hal yang

²⁶ Philip Kotler, *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi ke-12*, (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2006),176.

²⁷ John Mowhen, *Perilaku Konsumen*, (Jakarta: Penerbit Erlangga,2002),312.

²⁸ Rini Dwiastuti, *Ilmu Perilaku Konsumen*, (Malang: UB Press, 2012), 68.

berkaitan dengan informasi pribadi pengguna terjamin kerahasiaannya, tidak ada pihak ketiga yang dapat mengetahuinya.

b. Terdapat empat indikator dalam variabel kepercayaan yaitu :

1) Keandalan (*Reliability*)

Keandalan merupakan kemampuan perusahaan untuk melaksanakan jasa sesuai dengan apa yang telah dijanjikan secara tepat waktu. Pentingnya dimensi ini adalah kepuasan konsumen akan menurun bila jasa yang diberikan tidak sesuai dengan yang dijanjikan.

2) Kejujuran (*Integrity*)

Kejujuran adalah ketika seseorang memegang dan menerapkan kebenaran sehingga dapat dipercaya oleh lingkungan sekitar. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa kejujuran adalah suatu pernyataan atau tindakan yang sesuai dengan faktanya sehingga dapat dipercaya dan memberikan pengaruh bagi kesuksesan seseorang atau suatu instansi/perusahaan tertentu.

3) Kepedulian (*Concern*)

Sebuah nilai terhadap sikap keberpihakan kita untuk melibatkan diri dalam persoalan, keadaan atau kondisi yang terjadi di sekitar kita.

4) Kredibilitas (*Credibility*)

Keadaan atau kondisi yang dipercaya dan bisa ipertanggung jawabkan sebagaimana mestinya.²⁹

4. Kemudahan

a. Pengertian Kemudahan

Konsumen atau nasabah menganggap suatu produk mudah digunakan, mereka akan merasakan kegunaan produk itu untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka, maka dapat disimpulkan bahwa kemudahan adalah sesuatu yang dapat mempermudah dan memperlancar usaha dalam mendapatkan atau menggunakan suatu produk.³⁰

Kemudahan adalah suatu kepercayaan tentang proses pengambilan keputusan. Jika seseorang merasa bahwa sistem informasi mudah digunakan maka seseorang akan cenderung menggunakannya. Persepsi kemudahan penggunaan memberikan indikator terhadap suatu sistem informasi (termasuk *internet banking*) yang meliputi efisiensi waktu dalam penggunaan, tampilan situsnya mudah dimengerti, menambah keterampilan dalam menggunakannya, dan mudah dipelajari.³¹

²⁹ Adelina Meokbun, “Pengaruh Keamanan, Kepercayaan, dan Ketepatan Waktu Terhadap Loyalitas Nasabah”, *Skripsi* (Yogyakarta : Universitas Sanata Dharma, 2018),18.

³⁰ Winda Oktaviani, “Pengaruh Kualitas Layanan, Emosional Pelanggan, dan Kemudahan Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Pelanggan”, *Jurnal Ilmu Manajemen*, Vol. 2 No.1, (2014),143.

³¹ Mukhtisar, “Pengaruh Efisiensi, Keamanan dan Kemudahan Terhadap Minat Nasabah Bertransaksi Menggunakan *Mobile Banking*”, *Jurnal Islamic Banking and Finance*, Vol.3 No.1,64.

Kemudahan penggunaan juga merupakan faktor penting yang mayoritas diperhatikan nasabah dalam penggunaan jasa layanan perbankan, tidak jarang nasabah juga mempertimbangkan penggunaan layanan m-banking dikarenakan sistem yang rumit. Meskipun menurut setiap orang berbeda-beda, tetapi pada umumnya untuk menghindari penolakan dari pengguna sistem atas sistem yang dikembangkan, maka sistem m-banking harus jelas dan mudah diaplikasikan oleh pengguna. Apabila sistem m-banking tersebut mudah digunakan, maka nasabah akan menggunakannya dalam jangka waktu yang lama.³²

Kemudahan penggunaan juga merupakan faktor penting yang mayoritas diperhatikan nasabah dalam penggunaan jasa layanan perbankan, tidak jarang nasabah juga mempertimbangkan penggunaan layanan m-banking dikarenakan sistem yang rumit. Meskipun menurut setiap orang berbeda-beda, tetapi pada umumnya untuk menghindari penolakan dari pengguna sistem atas sistem yang dikembangkan, maka sistem m-banking harus jelas dan mudah diaplikasikan oleh pengguna. Apabila sistem m-banking tersebut mudah digunakan, maka nasabah akan menggunakannya dalam jangka waktu yang lama.³³ Kemudahan penggunaan juga merupakan faktor penting yang mayoritas

³² Fitrianisa, Peran Public Relations, Kepercayaan, dan Persepsi Kemudahan dalam Mendorong Minat Bertransaksi Menggunakan *Mobile Banking* (Studi Kasus Pengguna *Mobile Banking* BNI Syariah di Kota Depok), Jurnal Akuntansi Keuangan dan Perbankan, Vol.7 No.1, 1262.

³³ Ibid., 1262

diperhatikan nasabah dalam penggunaan jasa layanan perbankan, tidak jarang nasabah juga mempertimbangkan penggunaan layanan m-banking dikarenakan sistem yang rumit. Meskipun menurut setiap orang berbeda-beda, tetapi pada umumnya untuk menghindari penolakan dari pengguna sistem atas sistem yang dikembangkan, maka sistem m-banking harus jelas dan mudah diaplikasikan oleh pengguna. Apabila sistem m-banking tersebut mudah digunakan, maka nasabah akan menggunakannya dalam jangka waktu yang lama.³⁴

b. Indikator Kemudahan

Berikut ini merupakan penjelasan dari masing-masing indikator persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) menurut Davis dan Noviarni :

- 1) *Mobile Banking* mudah dipelajari/dipahami (*easy of learn*) artinya *mobile banking* mudah dimengerti dan dipelajari sehingga nasabah tidak mengalami kesulitan saat melakukan transaksi.
- 2) Jelas dan dapat dipahami (*clear and understandable*) maksudnya fasilitas atau fitur *mobile banking* sesuai dengan kegunaanya, fitur yang disajikan lengkap, memudahkan nasabah dan tidak menimbulkan kesulitan.

³⁴ Ibid., 1262

- 3) Fleksibilitas (*flexible*) adalah kemampuan untuk beradaptasi dan bekerja dengan efektif dalam situasi yang berbeda, dan dengan berbagai individu/kelompok. Fleksibel dalam menggunakan *mobile banking* dapat dilakukan kapan saja dan dimana saja tanpa terbatas oleh tempat dan waktu.
- 4) Mudah untuk menjadi terampil/mahir (*easy to become skillful*) maksudnya dalam penggunaan selanjutnya nasabah dapat mengakses *mobile banking* dengan mudah sesuai keinginannya setelah satu kali menggunakan.
- 5) Mudah dioperasikan/digunakan (*easy to use*) artinya *mobile banking* mudah untuk digunakan saat transaksi dengan fasilitas yang telah disediakan sehingga akan memudahkan seseorang yang menggunakannya. Dalam hal ini *mobile banking* adalah aplikasi yang disediakan oleh bank untuk memenuhi kebutuhan nasabah dalam bertransaksi secara tidak langsung.³⁵

³⁵ Kezia Stefani, "Analisis Pengaruh Kualitas Sistem, Persepsi Kemudahan, Iklan, Promosi, dan Harga Terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi Ruang Guru", Jurnal Media Informatika, Vol.19 No.2 (2020),74.

B. Kajian Pustaka

Penelitian terdahulu berfungsi sebagai acuan dan pendukung bagi peneliti untuk melakukan penelitian. Penelitian-penelitian terdahulu yang digunakan adalah penelitian yang memiliki kesamaan pada satu atau lebih variabel dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti.

Tabel 2.1

Kajian Penelitian Terdahulu

No	Penulis dan Judul Penelitian	Rumusan Masalah	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
1	Pengaruh Penggunaan <i>E-banking</i> , Kepercayaan, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank BNI Syariah KCP Cilacap/2020 /Rinjani Meisyi Prina Utami ³⁶	1. Apakah ada Pengaruh Penggunaan <i>E-banking</i> Terhadap Loyalitas Nasabah pada Bank BNI Syariah ? 2. Apakah ada Pengaruh Kepercayaan Penggunaan <i>E-banking</i> Terhadap Loyalitas Nasabah pada Bank BNI Syariah ? 3. Apakah ada Pengaruh	Sama-sama meneliti tentang pengaruh kepercayaan dan penggunaan <i>mobile banking</i>	Meneiliti variabel Y tentang loyalitas nasabah sedangkan peneliti tentang kepuasan nasabah	1. Penelitian ini membuktikan bahwa nilai signifikansi $0,000 \leq \alpha < 0,05$. Maka keputusan uji H2 diterima, artinya terdapat hubungan antara kepercayaan terhadap loyalitas nasabah pada BNI Syariah KCP Cilacap,

³⁶ Rinjani Meisyi, "Pengaruh Penggunaan *E-banking*, Kepercayaan, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank BNI Syariah KCP Cilacap", *Skripsi* (Purwokerto: IAIN Purwokerto, 2020).

		Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah pada Bank BNI Syariah ?			dengan tingkat korelasi hubungan yang tinggi, dengan arah yang positif.
2	Pengaruh Kemanfaatan dan Kemudahan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan <i>Mobile Banking</i> BNI di Medan/2020/ Dwi Yuni Riski ³⁷	1. Bagaimana pengaruh kemanfaatan terhadap minat penggunaan nasabah <i>mobile banking</i> BNI ? 2. Bagaimana pengaruh kemudahan terhadap minat penggunaan nasabah <i>mobile banking</i> BNI ? 3. Bagaimana pengaruh kemanfaatan dan kemudahan terhadap minat penggunaan nasabah <i>mobile banking</i> BNI secara simultan	Sama-sama meneliti tentang pengaruh kemudahan menggunakan <i>mobile banking</i>	Variabel Y yang diteliti.	1. Berdasarkan hasil uji signifikan parsial (uji t) pada pengujian ini diperoleh thitung 5,245 > ttabel 1.984 dengan tingkat signifikan sebesar 0,00 < 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kemudahan berpengaruh signifikan dan positif terhadap minat penggunaan pada nasabah <i>mobile banking</i> BNI. Sehingga hipotesis yang diajukan

³⁷ Dwi Yuni, "Pengaruh Kemanfaatan dan Kemudahan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan *Mobile Banking* BNI di Medan", *Skripsi* (Medan: Universitas Sumatera Utara, 2020).

					peneliti yaitu H2 diterima
3	Pengaruh Keamanan, Kemudahan, Kepercayaan dan Keakuratan Layanan <i>Mobile Banking</i> Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Di Bank Muamalat Indonesia KC Kediri)/2020/ Aina Farizatul 'Ilmi ³⁸	1. Apakah ada pengaruh antara keamanan layanan <i>mobile banking</i> terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat Indonesia KC Kediri? 2. Apakah ada pengaruh antara kemudahan layanan <i>mobile banking</i> terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat Indonesia KC Kediri? 3. Apakah ada pengaruh antara kepercayaan layanan <i>mobile banking</i> terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat Indonesia KC	Sama-sama meneliti tentang <i>mobile banking</i> terhadap kepuasan nasabah	Dalam penelitian tersebut menggunakan variable (x) keamanan,ke mudahan,kepercayaan dan keakuratan dan tempat penelitian tersebut adalah Bank Muamalat Indonesia KC Kediri Sedangkan dalam penelitian ini peneliti menggunakan variable (x) kemudahan dan kepercayaan. Dan tempat penelitian dalam penelitian ini adalah di Bank BSI KCP Ponorogo Cokroaminot	Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa keamanan,ke mudahan, kepercayaan dan keakuratan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

³⁸ Aina Farizatul, "Pengaruh Keamanan, Kemudahan, Kepercayaan dan Keakuratan Layanan *Mobile Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Di Bank Muamalat Indonesia KC Kediri)", *Skripsi* (Tulungagung: IAIN Tulungagung,2020).

		Kediri? 4. Apakah ada pengaruh antara keakuratan layanan <i>mobile banking</i> terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat Indonesia KC Kediri?		o.	
4	Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Layanan <i>Mobile Banking</i> Terhadap Kepuasan Nasabah dalam Bertransaksi di Bank Syariah (Studi pada Bank Syariah Mandiri KCP Kedaton Bandar Lampung)/2020/Diana Sintiya ³⁹	1. Apakah Kepercayaan nasabah atas Layanan <i>mobile banking</i> memiliki pengaruh Terhadap Kepuasan Nasabah BSM KCP Kedaton Bandar Lampung? 2. Apakah Kualitas dari Layanan <i>mobile banking</i> memiliki pengaruh terhadap Kepuasan Nasabah BSM KCP Kedaton Bandar	Sama-sama meneliti tentang kepuasan nasabah	Perbedaan terletak pada faktor kepuasan, dalam penelitian tersebut meneliti tentang kepuasan nasabah bertransaksi di bank syariah sedangkan penelitian ini tentang kepuasan dalam menggunakan <i>mobile banking</i> .	Hasil dari penelitian menunjukkan kepercayaan dan kualitas layanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam bertransaksi di bank syariah.

³⁹ Diana Sintiya, "Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah dalam Bertransaksi di Bank Syariah (Studi pada Bank Syariah Mandiri KCP Kedaton Bandar Lampung)", *Skripsi* (Bandar Lampung: UIN Raden Intan, 2020).

		<p>Lampung?</p> <p>3. Apakah Kepercayaan nasabah dan kualitas layanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah BSM KCP Kedaton Bandar Lampung?</p>			
5	<p>Pengaruh Layanan <i>M-Banking</i> Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Bank BNI Syariah KCP Rajabasa)/2020/ Melfi Adela⁴⁰</p>	<p>1. Adakah Pengaruh Layanan <i>M-Banking</i> Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank BNI KCP Rajabasa?</p>	<p>Sama-sama meneliti tentang kepuasan nasabah</p>	<p>Terletak pada faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah.</p>	<p>menunjukkan bahwa variabel keamanan sistem <i>mobile banking</i> tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dengan diperoleh nilai signifikansi 0,663 diatas 0,05, variabel kemudahan penggunaan layanan tidak</p>

⁴⁰ Melfi Adela, "Pengaruh Layanan *M-banking* Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Bank BNI Syariah KCP Rajabasa)", *Skripsi* (Metro: IAIN Metro,2020).

					<p>berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dengan nilai signifikansi 0,277 diatas 0,05, variabel kredibilitas perusahaan layanan perbankan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dengan diperoleh nilai signifikansi 0,000 dibawah 0,05, dan variabel kecepatan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dengan diperoleh nilai signifikansi 0,000 dibawah 0,05. Sedangkan secara simultan diketahui</p>
--	--	--	--	--	---

					<p>bahwa nilai Fhitung 22,330 lebih besar dari Ftabel 2,471 artinya secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. bahwa variabel layanan <i>m-banking</i> yang meliputi kemudahan penggunaan layanan, keamanan sistem <i>m-banking</i>, kredibilitas perusahaan jasa layanan perbankan, dan kecepatan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah</p>
6	Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan	1. Apakah Kemudahan Penggunaan (X1),	Sama-sama meneliti tentang kepuasan	Terletak pada faktor yang mempengaruhi kepuasan	Hasil penelitian menunjukkan bahwa

	<p>dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna <i>Mobile Banking (M-Banking)</i> Bank Syariah Mandiri (Studi Analisis Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Bekasi Barat)/2021/ Nabila Aulia Zahra⁴¹</p>	<p>Kemanfaatan (X2) dan Kepercayaan (X3) berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Nasabah (Y) pengguna <i>Mobile Banking</i> Bank Syariah Mandiri ?</p> <p>2.</p> <p>Apakah Kemudahan Penggunaan (X1), Kemanfaatan (X2) dan Kepercayaan (X3) berpengaruh secara simultan terhadap Kepuasan Nasabah (Y) pengguna <i>Mobile Banking</i> Bank Syariah Mandiri ?</p>	<p>nasabah dan <i>mobile banking</i></p>	<p>nasabah.</p>	<p>kemudahan penggunaan, kemanfaatan dan kepercayaan berpengaruh positif signifikan secara parsial dan simultan terhadap kepuasan nasabah.</p>
--	--	--	--	-----------------	--

⁴¹ Nabila Aulia, "Pengaruh Kemudahan Pengguna, Kemanfaatan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna *Mobile Banking (M-Banking)* Bank Syariah Mandiri", *Skripsi* (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2021).

7	<p>Pengaruh Persepsi Kegunaan, Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Kualitas Layanan, dan Word of Mouth Terhadap Minat Penggunaan <i>Mobile Banking</i></p> <p>(Studi Kasus Nasabah BRI Syariah KC Semarang)/2021/Rahmatika Mahmudah⁴²</p>	<p>1. Bagaimana pengaruh persepsi kegunaan terhadap minat penggunaan <i>mobile banking</i> dalam studi kasus nasabah BRI Syariah KC Semarang?</p> <p>2. Bagaimana pengaruh kemudahan penggunaan terhadap minat penggunaan <i>mobile banking</i> dalam studi kasus nasabah BRI Syariah KC Semarang?</p> <p>3. Bagaimana pengaruh kepercayaan terhadap minat penggunaan <i>mobile banking</i> dalam studi kasus nasabah BRI Syariah KC Semarang?</p> <p>4. Bagaimana pengaruh kualitas layanan</p>	<p>Sama-sama meneliti tentang kemudahan, kepercayaan nasabah dan <i>mobile banking</i></p>	<p>Dalam penelitian tersebut menggunakan variabel (x) kegunaan, kemudahan penggunaan, kepercayaan, kualitas layanan dan Word of Mouth dan variabel (y) minat penggunaan <i>mobile banking</i> sedangkan dalam penelitian ini menggunakan variabel (x) kepercayaan dan kemudahan dan variabel (y) kepuasan nasabah dalam menggunakan <i>mobile banking</i>.</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kegunaan dan kualitas layanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan <i>mobile banking</i>. Namun berbeda pada kemudahan penggunaan secara parsial berpengaruh positif dan tidak signifikan, Kepercayaan secara parsial berpengaruh negatif dan signifikan, dan Word of mouth secara parsial berpengaruh negatif dan tidak</p>
---	---	--	--	--	--

⁴² Rahmatika Mahmudah, "Pengaruh Persepsi Kegunaan, Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Kualitas Layanan, dan *Word of Mouth* Terhadap Minat Penggunaan *Mobile Banking* (Studi Kasus Nasabah BRI Syariah KC Semarang)", *Skripsi* (Salatiga: IAIN Salatiga, 2021).

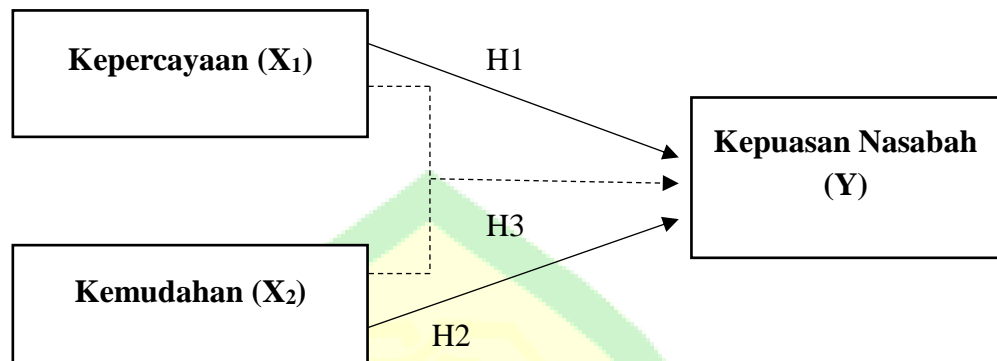
		<p>terhadap minat penggunaan <i>mobile banking</i> dalam studi kasus nasabah BRI Syariah KC Semarang?</p> <p>5. Bagaimana pengaruh word of mouth terhadap minat penggunaan <i>mobile banking</i> dalam studi kasus nasabah BRI Syariah KC Semarang?</p>			<p>signifikan terhadap minat penggunaan <i>mobile banking</i>.</p>
--	--	---	--	--	--

C. Kerangka Pemikiran

Berdasarkan judul penelitian diatas maka dapat dibuat kerangka berfikir dalam penelitian ini sebagai tinjauan pustaka yang dituangkan dalam bentuk gambar antara variabel berkaitan antara variabel satu dengan yang lainnya. berdasarkan landasan teori dan diperkuat dengan penelitian-penelitian terdahulu apakah variabel yang satu dan yang lain berpengaruh.

ICAIN
P O N O R O G O

maka dapat disusun kerangka berfikir sebagai berikut:



Gambar 2.1 : gambar kerangka pemikiran

Keterangan :

- : secara parsial
- - - - -→ : secara simultan

Kerangka berfikir di atas menjelaskan terdapat pengaruh kepercayaan dan pengaruh kemudahan terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan *mobile banking* pada BSI KCP Ponorogo Cokroaminoto. Variabel yang dipengaruhi yaitu kepuasan nasabah dalam menggunakan *mobile banking* (Y), dan variabel yang mempengaruhi variabel terikat adalah kepercayaan (X₁), dan kemudahan (X₂).

D. Hipotesis

Hipotesis merupakan proposisi yang akan diuji keberlakuannya atau merupakan suatu jawaban sementara atas pertanyaan peneliti.⁴³

Rumusan masalah penelitian biasanya disusun dalam kalimat pertanyaan dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan didasarkan pada teori

⁴³ Priyono, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Surabaya : Zifatama Publishing, 2008),66.

yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data sehingga hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian belum jawaban yang empirik.

Hipotesis yang dilakukan dalam penelitian ini adalah:

Menurut John Mowhen definisi kepercayaan adalah semua pengetahuan yang dimiliki oleh nasabah dan kesimpulan yang dibuat tentang objek dan manfaatnya.⁴⁴ Penelitian yang dilakukan oleh Nabila Aulia menunjukkan bahwa terdapat pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri Bekasi Barat.⁴⁵ Penelitian yang dilakukan oleh Diana Sintiya juga menunjukkan bahwa variabel kepercayaan nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Kedaton Bandar Lampung memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah dari nilai t hitung lebih besar daripada nilai t tabel 2,073.⁴⁶

a. Hipotesis kepercayaan terhadap kepuasan nasabah

H_1 :kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan *mobile banking*.

H_0 :kepercayaan tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan *mobile banking*.

⁴⁴ John Mowhen, Perilaku Konsumen, 312.

⁴⁵ Nabila Aulia, "Pengaruh Kemudahan Pengguna, Kemanfaatan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna *Mobile Banking (M-Banking)* Bank Syariah Mandiri", *Skripsi* (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah,2021),114.

⁴⁶ Diana Sintiya, "Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah dalam Bertransaksi di Bank Syariah (Studi pada Bank Syariah Mandiri KCP Kedaton Bandar Lampung)", *Skripsi* (Bandar Lampung: UIN Raden Intan,2020),38.

Menurut Jogyanto kemudahan penggunaan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan teknologi akan terbebas dari usaha.⁴⁷ Penelitian yang dilakukan oleh Rahmatika Mahmudah menunjukkan hasil bahwa kemudahan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank BRI Syariah KCP Semarang.⁴⁸

b. Hipotesis kemudahan terhadap kepuasan nasabah

H₁ :kemudahan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan *mobile banking*.

H₀ : kemudahan tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan *mobile banking*.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Aina Farizatul Hasil uji statistik menunjukkan bahwa variabel independen (keamanan, kemudahan, kepercayaan dan keakuratan) secara simultan atau bersama-sama mempunyai pengaruh yang positif signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam layanan *mobile banking* di Bank Muamalat Indonesia KC Kediri.⁴⁹

⁴⁷ Jogyanto, Sitem Informasi Keperilakuan,129.

⁴⁸ Rahmatika Mahmudah,“Pengaruh Persepsi Kegunaan, Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Kualitas Layanan, dan *Word of Mouth* Terhadap Minat Penggunaan *Mobile Banking* (Studi Kasus Nasabah BRI Syariah KC Semarang)”, *Skripsi* (Salatiga: IAIN Salatiga,2021),73.

⁴⁹ Aina Farizatul, “Pengaruh Keamanan, Kemudahan, Kepercayaan dan Keakuratan Layanan *Mobile Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Di Bank Muamalat Indonesia KC Kediri)”, *Skripsi* (Tulungagung: IAIN Tulungagung,2020),135.

c. Hipotesis kepercayaan dan kemudahan secara simultan terhadap kepuasan nasabah

H_1 : kepercayaan dan kemudahan secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan *mobile banking*.

H_0 : kepercayaan dan kemudahan secara simultan tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan *mobile banking*.



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian

Rancangan penelitian adalah proses mencatat perencanaan dan merancang suatu strategi untuk menemukan sesuatu. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan jenis penelitian kuantitatif yang menggunakan analisis data berupa angka-angka dan diolah dengan menggunakan statistik.⁵⁰ Pada metode ini teknik untuk melakukan penelitian menggunakan teknik survey atau kuesioner. Kuesioner berisikan daftar pertanyaan yang mengukur variabel-variabel, hubungan diantara variabel yang ada, atau juga pengalaman atau opini yang di ajukan kepada responden.⁵¹ Responden dalam penelitian ini adalah nasabah pengguna layanan *mobile banking* di BSI KCP Ponorogo Cokroaminoto.

B. Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau karakteristik dari objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya.⁵² Dalam penelitian ini menggunakan dua variabel yaitu :

⁵⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2017), 7

⁵¹ Bambang Prasetyo, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2011),143

⁵² Andhita Dessy Wulansari, *Aplikasi Statistika Parametrik dalam Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Felicha,2016),10.

- a. Variabel independen atau variabel bebas yaitu variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel lain. Dalam penelitian ini adalah yaitu Kepercayaan (X1) dan Kemudahan (X2).
- b. Variabel dependen atau variabel terikat yaitu variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel lain.⁵³ Dalam penelitian ini variabel dependen (Y) adalah kepuasan nasabah dalam menggunakan *mobile banking* di BSI KCP Ponorogo Cokroaminoto.

C. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di PT. Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo Cokroaminoto yang beralamatkan pada Jl. H.O.S Cokroaminoto No. 2B, Kabupaten Ponorogo, Jawa Timur, Indonesia. No. Telp (0351) 466247.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah kumpulan (keseluruhan) unsur atau individu yang memiliki karakteristik tertentu di dalam suatu penelitian.⁵⁴ Jumlah nasabah yang menggunakan layanan *mobile banking* di BSI KCP Ponorogo Cokroaminoto tahun 2021 ada 15.251 nasabah.⁵⁵

⁵³ Ibid.,11

⁵⁴ Ibid.,8

⁵⁵ Wawancara Bapak Gatot Wijanarko, Pimpinan Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo Cokroaminoto, 10 Desember 2021.

2. Sampel

Sampel ialah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut, bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu.⁵⁶ Apabila subjeknya kurang dari 100 orang, lebih baik diambil semua sehingga penelitiannya merupakan penelitian populasi. Selanjutnya, jika jumlah subjeknya besar dapat diambil antara 10%-20%. Subjek dalam penelitian ini adalah nasabah BSI KCP Ponorogo Cokroaminoto yang menggunakan aplikasi *mobile banking* dan kebetulan bertemu dengan peneliti, maka peneliti menggunakan nasabah dengan penentuan teknik sampling.

3. Teknik Sampling

Dalam penelitian ini menggunakan teknik *sampling insidental* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dilihat seseorang yang kebetulan cocok ditemui tersebut cocok sebagai sumber data.⁵⁷

Adapun perhitungan jumlah sampel pada penelitian ini menggunakan rumus *Slovin* sebagai berikut :

⁵⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2017), 81.

⁵⁷ Ibid.,85

Keterangan n = jumlah sampel yang dicari
 N = jumlah populasi
 E = nilai presisi (0,1)

Perhitungan Sampel :

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

$$n = \frac{15.251}{1 + (15.251) \cdot (0,1)^2}$$

$$n = \frac{15.251}{1 + (15.251 \cdot 0,01)}$$

$$n = 99,34857 \text{ orang}$$

Berdasarkan penghitungan diatas dengan jumlah populasi sebesar 15.251 nasabah. Maka sampel yang diperoleh adalah 99 nasabah. Dengan menggunakan rumus Slovin dengan nilai kritis sebesar 10%, jumlah sampel yang dibutuhkan 99,34 karena jumlah nasabah merupakan variabel diskret, maka 99,34 menjadi 99 nasabah.⁵⁸

E. Jenis Data dan Sumber Data

1. Jenis Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer ialah data yang diperoleh secara langsung dari sumber aslinya.⁵⁹ Data yang dikumpulkan dan diolah adalah data dari jawaban-

⁵⁸ Bambang Prasetyo, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Depok: Rajawali Pers, 2019),138.

⁵⁹ *Ibid.*, 180

jawaban kuesioner atau angket yang sudah dibagikan kepada responden penelitian sebanyak 99 orang nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo Cokroaminoto yang menggunakan *mobile banking*.

2. Sumber Data

Dalam penelitian ini peneliti memperoleh sumber data secara langsung atau primer. Sumber data diperoleh dari penyebaran kuesioner atau angket yang diberikan kepada nasabah pengguna *mobile banking* Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo Cokroaminoto.

F. Metode Pengumpulan Data

1. Kuesioner (Angket)

Untuk memperoleh suatu data dan pengelolaan dalam penelitian ini, maka teknik yang digunakan sebagai berikut.:

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tau dengan pasti variable yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Kuisisioner berupa pertanyaan dapat diberikan kepada responden secara langsung berupa kertas atau di buat melalui internet. Dalam penelitian ini peneliti memberikan kuisisioner kepada nasabah pengguna *mobile banking* Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo Cokroaminoto dengan

cara menggunakan link <https://forms.gle/xrW41TT3X9Zo5VAXA> yang diberikan langsung oleh *customer service* Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo Cokroaminoto. Dalam penelitian ini peneliti menyebarkan kuesioner mulai tanggal 12 april 2022 sampai dengan 28 april 2022.

G. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian digunakan untuk mengukur nilai variabel yang diteliti. Jumlah instrumen yang akan digunakan untuk penelitian akan bergantung pada jumlah variabel yang diteliti.⁶⁰ Dalam penelitian ini peneliti menggunakan skala pengukuran Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian. Dengan skala Likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan.⁶¹

⁶⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, 92.

⁶¹ *Ibid.*, 93.

Dalam penelitian ini jawaban responden diberi skor berdasarkan Skala Likert sebagai berikut:

Tabel 3. 1 Alternatif Jawaban Dengan Skala Likert

Alternatif jawaban	Keterangan	Bobot Nilai
STS	Sangat Tidak Setuju	1
TS	Tidak setuju	2
S	Setuju	3
SS	Sangat setuju	4

Dalam penelitian ini penulis menggunakan angket atau kuesioner untuk mendapatkan data-data yang di butuhkan yang di sebarakan untuk nasabah BSI KCP Cokroaminoto Ponorogo.

H. Metode Pengolahan dan Analisis Data

1. Uji Instrumen
 - a. Uji Validitas

Validitas merupakan ketepatan antara data yang terjadi pada obyek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Dengan demikian data yang valid adalah data yang tidak berbeda antar data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek penelitian.⁶² Instrumen yang

⁶² Hardani, *Metodologi Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (Yogyakarta: Pustaka Ilmu, 2020), 198.

valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur.⁶³

Pengujian validitas menggunakan rumus yang dikemukakan oleh Pearson, yang dikenal dengan rumus korelasi product moment sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{\sum xy}{\sqrt{(\sum x^2)(\sum y^2)}}$$

Keterangan :

$$x = X - \bar{X}$$

$$y = Y - \bar{Y}$$

X = skor rata-rata dari X

Y = skor rata-rata dari Y

Penelitian menetapkan taraf signifikan 5% sebagai pedoman untuk memilih item. Item dengan probabilitas di bawah 0,05 akan dianggap gugur dan tidak digunakan dalam penelitian. Pengujian signifikan dilakukan dengan kriteria menggunakan *r* tabel jika *r* hitung \geq *r* tabel maka item dapat dinyatakan valid.⁶⁴

⁶³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, 121.

⁶⁴ Bambang Prasetyo, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: PT Raja Grafindo, 2012), 137.

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas menunjuk pada adanya konsistensi dan stabilitas nilai hasil skala pengukuran tertentu. Reliabilitas berkonsentrasi pada masalah akurasi pengukuran dan hasilnya.⁶⁵ *Reliable* artinya dapat dipercaya jadi dapat diandalkan. Indikator yang stabil harus memberikan hasil pengukuran yang sama meskipun dilakukan pada waktu pengukuran yang berbeda.

Pada penelitian ini menggunakan rumus Alpha untuk menguji reliabilitas instrument penelitian. Rumus Alpha digunakan untuk mencari reliabilitas instrument yang skornya bukan 1 dan 0, misalnya angket atau soal bentuk uraian.

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma^2 t} \right)$$

Keterangan :

r_{11} = reliabilitas instrument

k = banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal

$\sum \sigma b^2$ = jumlah varians butir

$\sigma^2 t$ = varians total

⁶⁵ Jonathan Sarwono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif* (Yogyakarta, Graha Ilmu, 2006), 100.

Pada penelitian ini menggunakan formula *Cronbach Alpha*. Untuk menentukan instrument itu reliabel atau tidak menggunakan batasan 0,6. Jika *Cronbach Alpha* > 0,6 maka butir soal tersebut reliabel.⁶⁶

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Untuk melihat apakah nilai residual terdistribusi normal atau tidak digunakan uji normalitas. Model residual yang berdistribusi normal. Jika $\text{sig} > \alpha$ maka diterima H_0 yang artinya residual berdistribusi normal. Pada penelitian kali ini penelitian menggunakan bantuan program computer IBM SPSS Statistik 21.0.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk melihat apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homokedastitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homokedastitas atau yang tidak terjadi heteroskedastitas. Untuk mendeteksi adanya heteroskedastisitas dapat menggunakan uji glejser. Dalam uji ini, apabila hasilnya $\text{sig} > 0,05$ maka tidak terdapat gejala heterokedastisitas.⁶⁷

⁶⁶ Ibid., 138.

⁶⁷ Setia Ningsih, "Penerapan Metode Suksesif Interval pada Analsis Regresi Linier Berganda", *Jambura Journal of Mathematics*, Vol.1 No.1, 47.

Analisis statistik yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda dengan menggunakan program SPSS. Analisis regresi, untuk menghitung besarnya pengaruh secara kuantitatif dari suatu perubahan kejadian (variabel X) terhadap kejadian lainnya (variabel Y). Untuk melihat hubungan antara variabel yang dipergunakan rumus regresi Berganda.⁶⁸

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + b_6X_6 + e$$

Keterangan :

Y = Kepuasan Nasabah BSI KCP Ponorogo Cokroaminoto

a = Nilai Konstanta

b₁, b₂, b₃, b₄, b₅, b₆ = Koefisien Regresi

X₁ = Kepercayaan

X₂ = Kemudahan

e = Kesalahan

Untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varian dari residual satu ke pengamatan yang lain digunakan uji heteroskedastitas. Model regresi yang memenuhi persyaratan ketika terdapat kesamaan varians dari residual satu ke pengamatan lain. Pada penelitian kali ini peneliti menggunakan bantuan program computer IBM SPSS Statistik 21.

⁶⁸ Bambang Prasetyo, Metode Penelitian Kuantitatif, 131.

c. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi yang tinggi atau sempurna antar variabel independen. Jika antar variabel independen terjadi multikolinieritas sempurna, maka koefisien regresi variabel independen tidak dapat ditentukan dan nilai standart error menjadi tak terhingga. Jika antar variabel multikolinieritas antar variabel tinggi maka koefisien regresi variabel independen dapat ditentukan, tetapi memiliki nilai standart error tinggi berarti koefisien regresi tidak dapat diestimasi dengan tepat.⁶⁹

Untuk melihat ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi linear berganda digunakan uji multikolinieritas. Jika ada korelasi tinggi diantara variabel bebas terhadap terikatnya menjadi terganggu. Alat yang digunakan untuk menguji gangguan multikolinieritas adalah dengan *Variance Inflation Faktor* (VIF). Jika $VIF < 10$ maka diterima H_0 yang artinya tidak terjadi multikolinieritas.⁷⁰ Pada penelitian kali ini penelitian menggunakan bantuan *software* IBM SPSS Statistik 21.0

⁶⁹ Ibid.,19

⁷⁰ Bambang Prasetyo, Metode Penelitian Kuantitatif, 133.

d. Uji Linieritas

Linieritas adalah suatu keadaan dimana hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen bersifat linier (garis lurus) dalam range variabel independen tertentu.⁷¹ Uji linieritas digunakan untuk mengetahui linieritas data, yaitu apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linear atau tidak.

Uji ini digunakan sebagai prasyarat dalam analisis korelasi Pearson atau regresi linear. Pengujian pada SPSS dengan menggunakan Test for Linearity pada taraf signifikansi 0,05. Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linear bila signifikansi (Linearity) kurang dari 0,05. Teori lain mengatakan bahwa dua variabel mempunyai hubungan yang linier bila signifikansi (Deviation for Linearity) lebih dari 0,05.⁷²

3. Uji Regresi Sederhana

Analisis regresi linier sederhana digunakan untuk mengetahui pengaruh atau hubungan secara linear antara satu variabel independen dengan satu variabel dependen.⁷³

$$Y = a + b_1X_1 + e$$

Y = dependent variabel

a = konstanta

b₁ = koefisien regresi X₁

⁷¹ Ma'ruf Abdullah, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2015), 323.

⁷² Rochmat Aldy Purnomo, *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis dengan SPSS* (Ponorogo: Wade Group, 2016), 94.

⁷³ *Ibid.*, 141

e =residual/error

4. Uji Regresi Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh atau hubungan secara linear antara dua atau lebih variabel independen dengan satu variabel dependen. Perbedaan dengan regresi linier sederhana adalah, bahwa regresi linier sederhana hanya menggunakan satu variabel independen dalam satu model regresi, sedangkan regresi linier berganda menggunakan dua atau lebih variabel independen dalam satu model regresi.⁷⁴

Bentuk umum rumus perhitungan model ini adalah sebagai berikut:

$$Y_1 = B_0 + B_1 x B_{1i} + B_2 x 2i + \dots + B_k x 1i$$

Keterangan :

Y = Variabel Dependen

X_{1i}.....X_{ki} = Variabel Independen

B₀....B_k = Koefisien

e_i = Error Term (Residual)

5. Uji Hipotesis

a. Uji T

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel bebasnya secara sendiri-sendiri berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikatnya. Langkah-langkah untuk melakukan uji t sebagai berikut:

⁷⁴ Ibid., 161

1) Hipotesis⁷⁵

H1 : Variabel kemudahan secara parsial tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah.

H0 : Variabel kemudahan secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah.

2) Tingkat signifikan

Tingkat signifikan yang digunakan adalah 0,05 ($\alpha = 5\%$).

3) Menentukan *ttabel* Tabel distribusi t dicari pada $\alpha = 5\% : 2 = 2,5\%$ (uji 2 sisi) dengan derajat kebebasan (df) = $n - k - 1$

4) Kriteria pengujian H0 diterima jika $- thitung \leq ttabel$ H0 ditolak jika $- thitung > ttabel$ atau $thitung > ttabel$

5) Membandingkan *thitung* dengan *ttabel*

Uji statistik t digunakan untuk mengukur seberapa jauh pengaruh variabel independen atau bebas secara individual dalam menerangkan variabel dependen terkait. Apabila nilai probabilitas signifikansinya lebih kecil dari 0.05 maka suatu variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Jika nilai *thitung* > dari *ttabel* maka dapat dinyatakan bahwa variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Jika nilai *thitung* < *ttabel* dari maka dapat dinyatakan bahwa variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

⁷⁵ Bambang Prasetyo, *Metode Penelitian Kuantitatif*, 133.

b. Uji F

Uji F digunakan untuk menguji tingkat signifikan koefisien regresi variabel independen secara serempak terhadap variabel dependen.⁷⁶ Langkah-langkah untuk melakukan uji F sebagai berikut :

Ho : Terdapat minimal 1 faktor yang paling dominan mempengaruhi kepuasan nasabah dalam menggunakan *mobile banking* di BSI KCP Ponorogo Cokroaminoto.

Ha : Tidak ada faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah dalam menggunakan *mobile banking* di BSI KCP Ponorogo Cokroaminoto.

Tingkat signifikan:

- 1) Jika nilai sig. > 0,05 maka H0 diterima dan Ha ditolak
- 2) Jika nilai sig. < 0,05 maka H0 ditolak dan Ha diterima
- 3) Tingkat signifikansi yang digunakan adalah 0,05 (a = 5%)
- 4) Menentukan *Fhitung* berdasarkan output program SPSS 16 atau rumus
- 5) Menentukan *Ftabel* Menentukan *Ftabel* berdasarkan df 1 (jumlah variabel) dan df 2 (nk-1) pada tabel output kemudian mencari tabel F, atau dapat dicari pada program MS.Excel dengan cara pada cell kosong dengan mengetik = finv (tingkat signifikansi, df1, df2) lalu tekan enter.

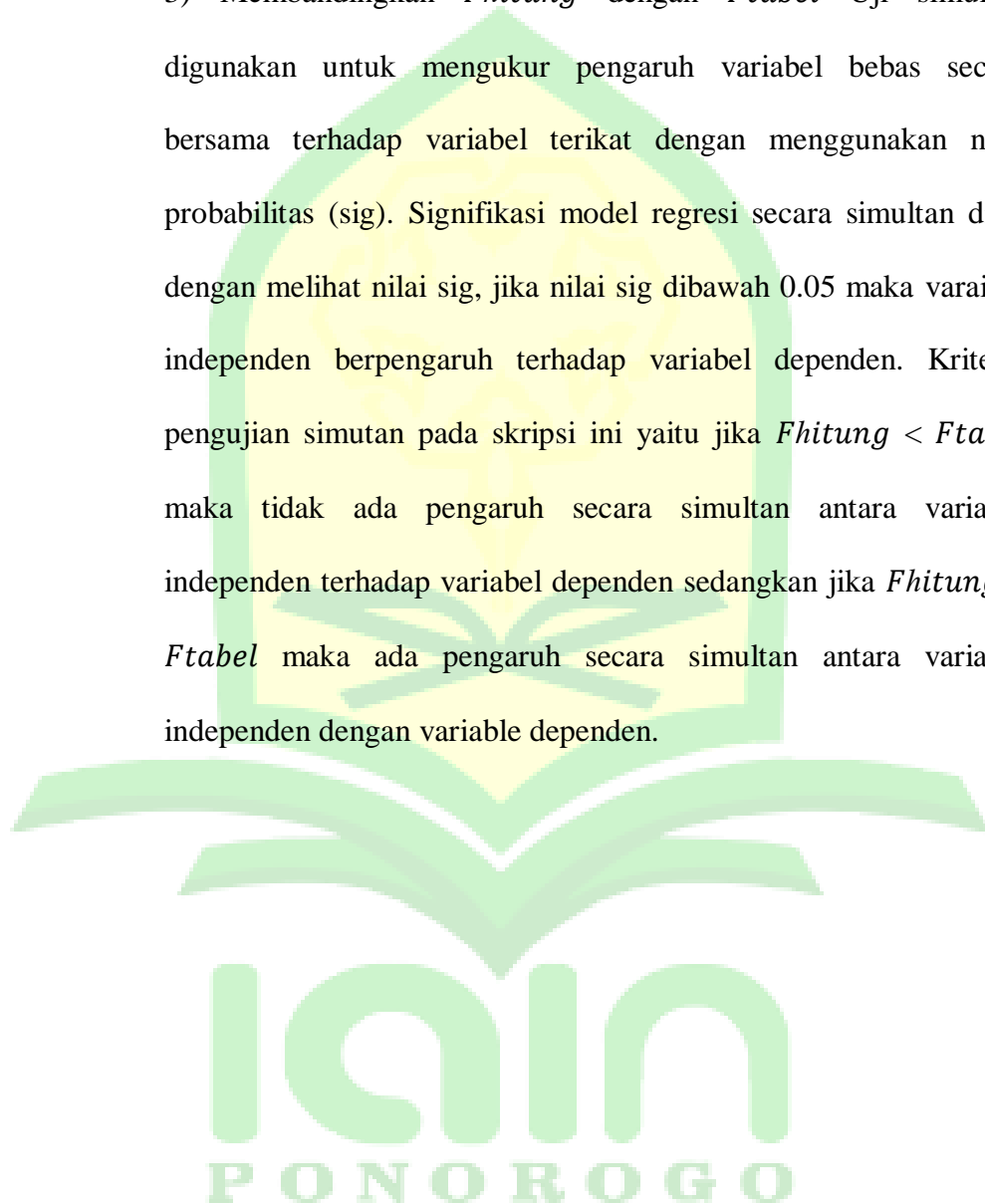
⁷⁶ Ibid.,133

Kriteria pengujian :

1) H_0 diterima jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$

2) H_0 ditolak jika $F_{hitung} \geq F_{tabel}$

3) Membandingkan F_{hitung} dengan F_{tabel} Uji simultan digunakan untuk mengukur pengaruh variabel bebas secara bersama terhadap variabel terikat dengan menggunakan nilai probabilitas (sig). Signifikansi model regresi secara simultan diuji dengan melihat nilai sig, jika nilai sig dibawah 0.05 maka variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Kriteria pengujian simultan pada skripsi ini yaitu jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka tidak ada pengaruh secara simultan antara variabel independen terhadap variabel dependen sedangkan jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka ada pengaruh secara simultan antara variabel independen dengan variabel dependen.



BAB IV

PEMBAHASAN DAN ANALISIS DATA

A. Gambaran Umum Obyek Penelitian

1. Sejarah PT. Bank Syariah Indonesia

Indonesia sebagai negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia, memiliki potensi untuk menjadi yang terdepan dalam industri keuangan Syariah. Meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap halal matter serta dukungan *stakeholder* yang kuat, merupakan faktor penting dalam pengembangan ekosistem industri halal di Indonesia. Termasuk di dalamnya adalah Bank Syariah.

Bank Syariah memainkan peranan penting sebagai fasilitator pada seluruh aktivitas ekonomi dalam ekosistem industri halal. Keberadaan industri perbankan Syariah di Indonesia sendiri telah mengalami peningkatan dan pengembangan yang signifikan dalam kurun tiga dekade ini. Inovasi produk, peningkatan layanan, serta pengembangan jaringan menunjukkan trend yang positif dari tahun ke tahun. Bahkan, semangat untuk melakukan percepatan juga tercermin dari banyaknya Bank Syariah yang melakukan aksi korporasi. Tidak terkecuali dengan Bank Syariah yang dimiliki Bank BUMN, yaitu Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah.⁷⁷

Pada 1 Februari 2021 yang bertepatan dengan 19 Jumadil Akhir 1442 H menjadi penanda sejarah bergabungnya Bank Syariah Mandiri,

⁷⁷ www.bankbsi.co.id/company-information/tentang-kami, 17 Maret 2022.

BNI Syariah, dan BRI Syariah menjadi satu entitas yaitu Bank Syariah Indonesia (BSI). Penggabungan ini akan menyatukan kelebihan dari ketiga Bank Syariah sehingga menghadirkan layanan yang lebih lengkap, jangkauan lebih luas, serta memiliki kapasitas permodalan yang lebih baik. Didukung sinergi dengan perusahaan induk (Mandiri, BNI, BRI) serta komitmen pemerintah melalui Kementerian BUMN, Bank Syariah Indonesia didorong untuk dapat bersaing di tingkat global.

Penggabungan ketiga Bank Syariah tersebut merupakan ikhtiar untuk melahirkan Bank Syariah kebanggaan umat, yang diharapkan menjadi energi baru pembangunan ekonomi nasional serta berkontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat luas. Keberadaan Bank Syariah Indonesia juga menjadi cerminan wajah perbankan Syariah di Indonesia yang modern, universal, dan memberikan kebaikan bagi segenap alam (Rahmatan Lil 'Aalamiin).

2. Visi Misi Bank Syariah Indonesia⁷⁸

a. Visi

Menjadi top 10 *global islamic banking*.

b. Misi

- 1) Memberikan akses solusi keuangan syariah di Indonesia.

⁷⁸ ir.bankbsi.co.id/vision_mission, diakses pada 17 Maret 2022 pukul 10.00 WIB.

- 2) Menjadi bank besar yang memberikan nilai terbaik bagi para pemegang saham.
- 3) Menjadi perusahaan pilihan dan kebanggaan para talenta terbaik Indonesia.

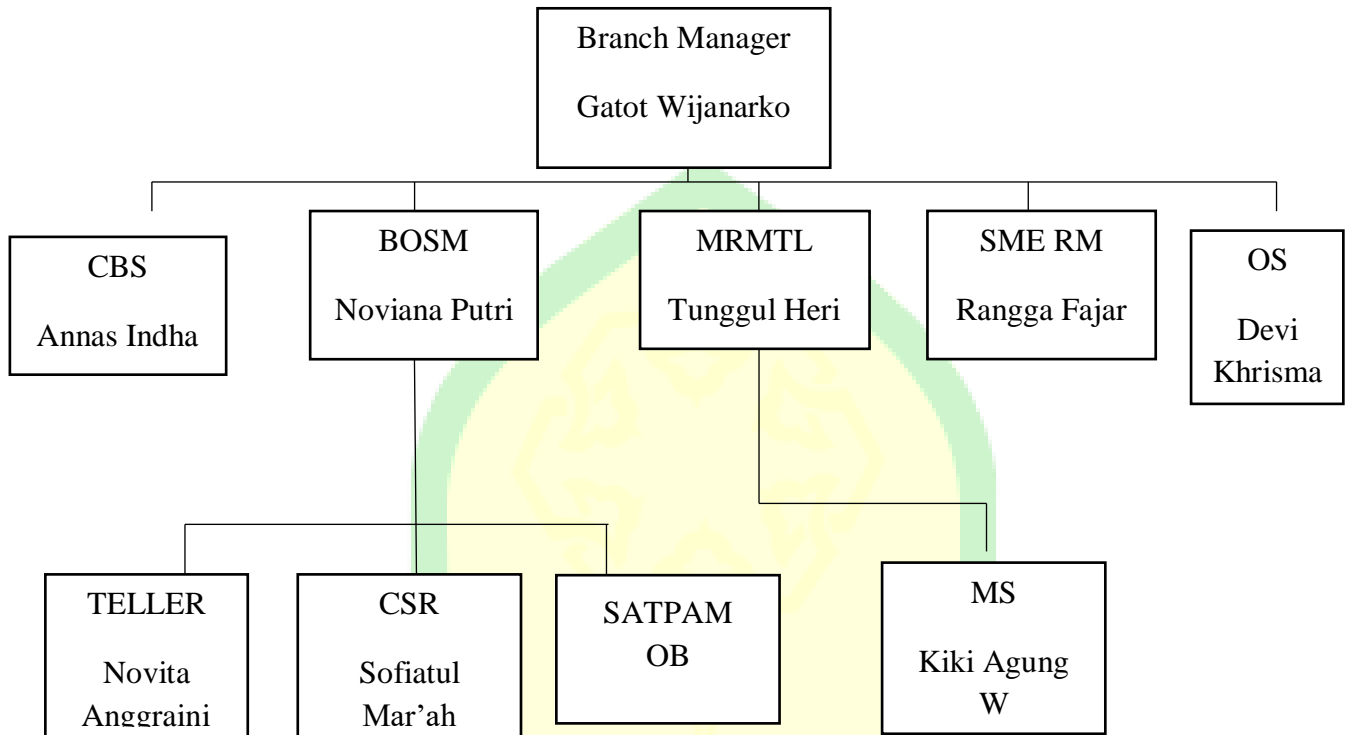
3. Letak Geografis BSI KCP Ponorogo Cokroaminoto

Bank Syariah Indonesia (BSI) Cokroaminoto di daerah Kabupaten Ponorogo, provinsi Jawa Timur merupakan salah satu Kantor Cabang Pembantu Bank Syariah Indonesia (BSI). Kantor ini melayani nasabah untuk berbagai kebutuhan terkait produk Bank Syariah Indonesia seperti pengajuan kredit dan pinjaman, setor tunai, simpanan, tabungan haji dan umroh pembuatan rekening bank, pengajuan pembiayaan wirausaha, hingga mobile online banking. Alamat BSI KCP Ponorogo Cokroaminoto tepatnya ada di Jalan Jl. H. O. S Cokroaminoto No. 2B, Kabupaten Ponorogo, Jawa Timur 64411, Indonesia Nomor telp : (0351) 466247.



IAIN
P O N O R O G O

4. Struktur Organisasi BSI KCP Ponorogo Cokroaminoto



Gambar 4.1 : Gambar Struktur Organisasi BSI KCP Ponorogo Cokroaminoto

Keterangan struktur organisasi BSI KCP Ponorogo Cokroaminoto :

a. Tugas *Branch Manager*

- 1) Mengawasi serta melakukan koordinasi dari kegiatan operasional.
- 2) Memonitor segala kegiatan operasional perusahaan (lingkup kantor cabang).
- 3) Melakukan pengembangan kegiatan operasional.⁷⁹

⁷⁹ <https://mediaindonesia.com/ekonomi/443273/-tugas-branch-manager>

b. Tugas CBS

- 1) *Funding, lending*, serta deposit uang bagi para nasabah

c. Tugas *Branch Office Service Manager*

- 1) Menyusun rencana kerangka dan anggaran perusahaan untuk waktu atau yang akan datang dan berusaha mewujudkannya.
- 2) Bertanggung jawab kepada *Branch Manager* mengenai tugas dan kewajibannya.
- 3) Bertanggung jawab atas kelancaran kegiatan administrasi tabungan, deposito, dan pembiayaan
- 4) Menandatangani bukti-bukti pembukuan antara lain nisbah deposito, nisbah tabungan, dan nota-nota lainnya.

d. Tugas MRMTL atau *Relationship Manager*

- 1) Mengenal prospek perusahaan
- 2) Membedakan masing-masing profil nasabah

Mampu berinteraksi dengan nasabah.⁸⁰

e. Tugas SME RM

- 1) Memahami kebutuhan nasabah
- 2) Sanggup berinteraksi dengan nasabah

⁸⁰ <https://glints.com/id/lowongan/relationship-manager-adalah/#.YmEJZ9pBzIU> diakses pada 17 Maret 2022 pukul 10.06 WIB.

f. Tugas *Teller*

- 1) Mengatur dan memelihara saldo atau posisi uang kas yang ada dalam tempat khasanah bank.
- 2) Pelaksanaan transaksi keuangan tunai : setoran dan pembayaran.
- 3) Pelaksana mutasi uang tunai antar teller kantor kas.
- 4) Berkewajiban membuat laporan kas harian

g. Tugas CSR

- 1) Media penyampaian informasi dan penjualan produk funding
- 2) Memberikan layanan kepada nasabah untuk pembukaan dan penutupan rekening.
- 3) Media pemeliharaan hubungan dengan nasabah.
- 4) Menginput data nasabah funding.

h. Tugas MS

- 1) Melakukan pengenalan produk
- 2) Menjalin hubungan baik dengan nasabah / konsumen
- 3) Memberikan solusi atas masalah klien
- 4) Melakukan koordinasi dengan marketing

i. Tugas *Office Boy*

Bertugas menjaga kebersihan dan juga kenyamanan tempat karyawan bekerja dan juga menjaga kebersihan ruang kantor dan sekitar kantor.

j. Satpam/*Security*

Mengatur, menjaga dan juga mengawasi keamanan bank agar tetap aman dari hal-hal tindakan kriminal dan lain sebagainya agar tetap aman dan nyaman.

B. Hasil Pengujian Instrumen

Uji ini dilakukan pada data awal atau data uji coba yang dikumpulkan terlebih dahulu dengan menyebarkan kuisioner yang diberikan kepada 99 orang responden. Responden uji coba ini dilakukan pada nasabah pengguna *mobile banking* BSI KCP Ponorogo Cokroaminoto. Pengujian validitas dan reliabilitas pada analisis ini dilakukan dengan menggunakan *software* IBM SPSS 21.0.

1. Uji Validitas

Data yang digunakan dalam uji coba sebanyak 99 responden, dengan menggunakan tingkat level signifikan 5% maka *rtabel* yang digunakan adalah 0,195. Dapat dikatakan valid jika *rhitung* > *rtabel*. Selain itu dapat dilihat dari nilai α yaitu 0,05. Jika $\text{sig} < \alpha$ dapat dikatakan valid. Dalam penelitian ini hasil pengujian validitas untuk variabel kepercayaan (X_1), kemudahan (X_2), dan kepuasan (Y) ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 4. 1 Hasil Uji Validitas Variabel Kepercayaan (X_1)⁸¹

Nomor	Pernyataan	<i>rtabel.</i>	<i>rhitung</i>	Keputusan
1	KP1	0,514	0,195	Valid
2	KP2	0,460	0,195	Valid
3	KP3	0,483	0,195	Valid
4	KP4	0,499	0,195	Valid
5	KP5	0,628	0,195	Valid

⁸¹ Sumber data diolah menggunakan software IBM SPSS 21.0, Mei 2022.

6	KP6	0,531	0,195	Valid
7	KP7	0,507	0,195	Valid
8	KP8	0,412	0,195	Valid

Sumber : Software IBM SPSS 21.0, 2022

Berdasarkan Tabel 4.1 diketahui bahwa nilai *rhitung* yang diperoleh masing-masing item pernyataan $> r_{tabel} = 0,195$ sehingga item pernyataan untuk variabel kepercayaan (X_1) sudah valid. Maka item pernyataan ini bisa digunakan untuk analisis data dan digunakan untuk penelitian lebih lanjut.

Tabel 4. 2 Hasil Uji Validitas Variabel Kemudahan (X_2)⁸²

Nomor	Pernyataan	<i>r_{tabel}</i>	<i>r_{hitung}</i>	Keputusan
1	KMD1	0,459	0,195	Valid
2	KMD2	0,398	0,195	Valid
3	KMD3	0,440	0,195	Valid
4	KMD4	0,498	0,195	Valid
5	KMD5	0,389	0,195	Valid
6	KMD6	0,293	0,195	Valid
7	KMD7	0,374	0,195	Valid
8	KMD8	0,377	0,195	Valid
9	KMD9	0,447	0,195	Valid
10	KMD10	0,489	0,195	Valid

Sumber : Software IBM SPSS 21.0, 2022

Berdasarkan Tabel 4.2 diketahui bahwa nilai *rhitung* yang diperoleh masing-masing item pernyataan $> r_{tabel} = 0,195$ sehingga item pernyataan untuk variabel kemudahan (X_2) sudah valid. Maka item pernyataan ini bisa digunakan untuk analisis data dan digunakan untuk penelitian lebih lanjut.

⁸² Sumber data diolah menggunakan software IBM SPSS 21.0, Mei 2022.

Tabel 4. 3 hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Nasabah (Y)⁸³

Nomor	Pernyataan	<i>rtabel.</i>	<i>rhitung</i>	Keputusan
1	KPN1	0,329	0,195	Valid
2	KPN2	0,504	0,195	Valid
3	KPN3	0,639	0,195	Valid
4	KPN4	0,379	0,195	Valid
5	KPN5	0,372	0,195	Valid
6	KPN6	0,347	0,195	Valid
7	KPN7	0,581	0,195	Valid
8	KPN8	0,533	0,195	Valid

Sumber : Software IBM SPSS 21.0, 2022

Berdasarkan Tabel 4.3 diketahui bahwa nilai *rhitung* yang diperoleh masing-masing item pernyataan $> rtabel.= 0,195$ sehingga item pernyataan untuk variabel kepuasan nasabah (Y) sudah valid. Maka item pernyataan ini bisa digunakan untuk analisis data dan digunakan untuk penelitian lebih lanjut.

2. Uji Reliabilitas

Berdasarkan hasil yang ditunjukkan pada Tabel 4.1 sampai dengan Tabel 4.3 diketahui bahwa item pernyataan pada masing-masing variabel valid. Sebelum digunakan sebagai alat pengumpulan data maka terlebih dahulu diuji reliabilitas dari masing-masing variabel tersebut. Variabel bisa dikatakan reliable jika nilai *Cronbach's Alpha* yang dihasilkan saat pengujian lebih dari 0,6 .Hasil pengujian reliabilitas untuk variable X₁ (kepercayaan), X₂ (kemudahan), dan Y (kepuasan nasabah) akan ditunjukkan pada Tabel 4.4 sebagai berikut :

⁸³ Sumber data diolah menggunakan software IBM SPSS 21.0, Mei 2022.

Tabel 4.4 Hasil Uji Reliabilitas

Nomor	Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Batas	Keputusan
1	X ₁ (Kepercayaan)	0,580	0,6	Reliabel
2	X ₂ (Kemudahan)	0,474	0,6	Reliabel
3	Y(Kepuasan Nasabah)	0,484	0,6	Reliabel

Sumber : *Software IBM SPSS 21.0, 2022.*

Berdasarkan Tabel 4.4 menunjukkan hasil pengujian reliabilitas untuk X₁, X₂ dan Y. Berdasarkan hasil tersebut diketahui bahwa nilai *Cronbach's Alpha* > 0,6 sehingga item pernyataan untuk variabel X₁, X₂ dan Y sudah reliabel. Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa variabel X₁, X₂ dan Y item pernyataan telah valid dan reliabel sehingga instrumen yang dimiliki dapat digunakan sebagai instrument pengumpulan data penelitian.

C. Hasil Pengujian Deskriptif

1. Data sampel penelitian

Data penelitian dikumpulkan dengan membagikan kuesioner kepada responden yang berhasil ditemui. Kuesioner dibagikan dengan cara menemui responden langsung yaitu nasabah BSI KCP Ponorogo Cokroaminoto sebagai berikut:

Tabel 4.5 Penyebaran dan Pengambilan Kuesioner

Keterangan	Jumlah	Persentase
Kuesioner yang disebar	99	99%

Kuesioner yang kembali	99	99%
Kuesioner yang digunakan	99	99%
Kuesioner yang tidak digunakan	0	0%

Dari data di atas diketahui bahwa penyebaran kuesioner pada penelitian ini adalah sebanyak 99 dan kuesioner yang kembali sebanyak 99 (99%). Semua kuesioner digunakan sehingga prosentase kuesioner yang tidak digunakan adalah 0%. Karakteristik Profil Responden Objek dalam penelitian ini adalah nasabah pengguna *mobile banking* BSI KCP Ponorogo Cokroaminoto.

Responden-responden dalam penelitian ini memiliki karakteristik sebagai berikut :

Tabel 4.6 Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-laki	48	48%
Perempuan	51	51%
Total	99	99%

Sumber : Google Form, 2022.

Berdasarkan dari data yang diperoleh jumlah responden dengan total 99 responden, dimana responden berjenis kelamin laki-laki berjumlah 48 (48%) sedangkan responden berjenis kelamin perempuan sebanyak 51 (51%). Dari seluruh responden semuanya adalah nasabah pengguna *mobile banking* BSI KCP Ponorogo Cokroaminoto.

D. Hasil Pengujian Hipotesis

1. Uji Asumsi Klasik

a. Hasil Uji Normalitas

Jika nilai sig (*p-value*) > 0,05 maka H₀ diterima yang artinya residual berdistribusi normal. Hasil pengujian Normalitas residual dapat dilihat pada tabel 4.7

Tabel 4.7 Hasil Uji Normalitas Residual

Unstandardized Residual	Kolmogorov Smirnov		
	Statistik	N	Signifikans (Sig)
	0,805	99	0,536

Sumber : *Software IBM SPSS 21.0, 2022.*

Berdasarkan hasil uji normalitas diperoleh nilai signifikansi 0,536 sehingga lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal maka H₀ diterima.

Karna sig > 0,5 maka dapat diguakan penelitian lebih lanjut.

b. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Jika nilai signifikansi (*p-value*) semua variabel independen > 0,05 maka H₀ diterima yang artinya varian residual homogen (tidak terjadi kasus heteroskedastisitas). Hasil dari pengujian heteroskedastisitas dapat dilihat pada tabel 4.8

Tabel 4.8 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	t	Sig	Keterangan
X ₁ (kepercayaan)	1,468	0,145	Tidak ada pengaruh
X ₂ (kemudahan)	-0,988	0,326	Tidak ada pengaruh

Sumber : *Software IBM SPSS 21.0, 2022*

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas menunjukkan nilai signifikansi untuk semua variabel bebas lebih besar dari 0,05 yang berarti tidak ada pengaruh terhadap harga mutlak residual maka H₀ diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas sehingga asumsi non heteroskedastisitas.

c. Hasil Uji Multikolinieritas

Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinieritas digunakan Variance Inflation Faktor (VIF). Apabila untuk semua variabel independen nilai VIF < 10, maka H₀ diterima yang artinya persamaan regresi linier berganda tidak terjadi kasus multikolinieritas. Hasil uji multikolinieritas ditunjukkan pada tabel

4.9

Tabel 4.9 Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel bebas	Tolerance	VIF	Keterangan
X ₁ (kepercayaan)	0,960	1,042	Non Multikolinieritas
X ₂ (kemudahan)	0,960	1,042	Non Multikolinieritas

Sumber : *Software IBM SPSS 21.0, 2022*

Berdasarkan tabel 4.9 diketahui bahwa nilai VIF pada semua variabel independen kurang dari 10 sehingga H_0 diterima. Artinya model regresi linier berganda bebas dari multikolinieritas, dengan demikian asumsi non multikolinieritas telah terpenuhi.

d. Hasil Uji Linieritas

Uji linieritas digunakan untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat terbentuk linier atau tidak. Salah satu syarat dilakukan uji linieritas ini adalah agar dapat dilakukan analisis, jika misal ditemukan data hasil uji linieritas tidak linier, maka analisis tidak dilanjutkan. Berikut hasil uji linieritas :

Tabel 4.10 Hasil Uji Linieritas

Variabel bebas	Sig Deviation from Linearity	Linieritas	Keterangan
Kepercayaan	0,120	0,000	Linier
Kemudahan	0,183	0,000	Linier

Sumber : *Software IBM SPSS 21.0, 2022*

Berdasarkan nilai signifikansi (Sig) dari tabel 4.10 diperoleh nilai *Deviation from Linearity* Sig pada variabel kepercayaan (X1) adalah 0,120 lebih besar dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa ada hubungan linier secara signifikan antara variabel kepercayaan (X1) dengan variabel kepuasan

nasabah (Y). sedangkan pada variabel kemudahan (X2) adalah 0,183 lebih besar dari 0,05. Maka juga dapat disimpulkan ada hubungan linear secara signifikan antara variabel kemudahan (X2) dengan variabel kepuasan nasabah (Y).

2. Uji Regresi Sederhana

Analisis ini digunakan untuk mengetahui bagaimanakah pengaruh antara kepercayaan, kemudahan terhadap kepuasan nasabah.

a. Pengaruh kepercayaan (X1) terhadap kepuasan nasabah (Y)

Tabel 4.11 Hasil Uji Pengaruh X1 terhadap Y

Model ^m		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	23.140	2.673		8.657	.000
	KEPERCAYAAN	.128	.099	.130	1.296	.198

Sumber : *Software IBM SPSS 21.0, 2022*

Berdasarkan tabel di atas maka diperoleh persamaan sebagai berikut :

$$Y = 23,140 + 0,128 X_1 + e$$

Maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

1) Konstanta (b_0)

Nilai konstanta (b_0) positif besar 23,140 menunjukkan bahwa variabel independen kepercayaan (X1) jika dianggap konstan (0) maka tingkat kepuasan nasabah adalah sebesar 23,140.

2) Konstanta (b_1)

Besarnya nilai koefisiensi regresi (b_1) yang positif menunjukkan adanya hubungan yang searah antara variabel kepercayaan (X_1) dengan kepuasan nasabah (Y). Jika kepercayaan yang didapatkan sesuai dengan yang diharapkan nasabah maka kepuasan nasabah akan meningkat. Nilai koefisiensi b_1 sebesar 0,128 artinya jika kepercayaan dinaikkan sebesar 1 satuan atau dinaikkan satu tingkat, maka kepuasan nasabah sebesar 0,128 satuan dengan asumsi variabel independen yang lain tetap.

b. Pengaruh kemudahan (X_2) terhadap kepuasan nasabah (Y)4.12 Hasil Uji Pengaruh X_2 Terhadap Y

T

a

Coefficients^a

Model	b	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	28.950	3.351		8.640	.000
	KEMUDAHAN	-.069	.098	-.071	-.704	.483

Berdasarkan tabel di atas maka diperoleh persamaan sebagai

berikut :

$$Y = 28,950 + -0,069 X_1 + e$$

Maka dapat dijelaskna sebagai berikut:

1) Konstanta (b_0)

Nilai konstanta (b_0) positif besar 28,950 menunjukkan bahwa variabel independen kemudahan (X_2) jika dianggap konstan (0) maka tingkat kepuasan nasabah adalah sebesar 28,950.

2) Konstanta (b_1)

Besarnya nilai koefisiensi regresi (b_1) yang negatif menunjukkan adanya hubungan yang tidak searah antara variabel kemudahan (X_2) dengan kepuasan nasabah (Y).

Jika kemudahan yang didapatkan sesuai dengan yang diharapkan nasabah maka kepuasan nasabah akan meningkat. Nilai koefisiensi b_1 sebesar -0,069 artinya jika kepercayaan dinaikkan sebesar 1 satuan atau dinaikkan satu tingkat, maka kepuasan nasabah sebesar -0,069 satuan dengan asumsi variabel independen yang lain tetap.

3. Uji Regresi Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	25.954	3.906		6.644	.000
1 KEPERC	.148	.101	.151	1.468	.145
1 AYAAN					
1 KEMUD	-.098	.100	-.102	-.988	.326
1 AHAN					

Sumber : *Software IBM SPSS 21.0, 2022*

Tabel 4.13 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Berdasarkan tabel di atas diperoleh persamaan sebagai berikut:

$$Y = 25,954 + 0,148 X1 + -0,098 X2 + e$$

Sehingga dapat dijelaskan sebagai berikut :

1) Konstanta (a)

Nilai konstanta (a) sebesar 25,954 menunjukkan bahwa dipengaruhi variabel X1 (kepercayaan), variabel, X2 (kemudahan) kepuasan nasabah sebesar 25,954.

2) Konstanta (b1) untuk variabel Kepercayaan (X1)

Untuk variabel kepercayaan (X1) besarnya nilai koefisiensi regresi (b1) sebesar 0,148. Nilai b1 yang positif menunjukkan adanya hubungan searah antara

variabel kepercayaan (X1) dengan kepuasan nasabah (Y). jika kepercayaan bisa sesuai dengan yang diharapkan maka kepuasan nasabah juga meningkat. Nilai koefisiensi regresi b_1 sebesar 0,148 artinya jika kepercayaan dinaikkan sebesar 1 satuan atau dinaikkan satu tingkat, maka kepuasan nasabah akan meningkat sebesar 0,148 satuan dengan asumsi variabel independen yang lain (kemudahan) tetap.

3) Konstanta b_2 untuk variabel Kemudahan (X2)

Besarnya nilai koefisiensi regresi (b_2) sebesar -0,098. Nilai (b_2) yang negatif menunjukkan adanya hubungan yang tidak searah antara variabel kemudahan (X2) dengan kepuasan nasabah (Y). Jika kemudahan ditingkatkan maka kepuasan nasabah akan meningkat. Nilai koefisien regresi (b_1) sebesar -0,098 artinya jika kemudahan dinaikkan sebesar 1 satuan atau dinaikkan satu tingkat, maka kepuasan nasabah sebesar 0,98 satuan dengan asumsi variabel independen yang lain (kepercayaan) tetap.

4. Uji Hipotesis

a. Uji T

Jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka dapat dinyatakan bahwa variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Jika

nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ dari maka dapat dinyatakan bahwa variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

T

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	25.954	3.906		6.644	.000
1 KEPERCA YAAN	.249	.096	.236	2.580	.011
KEMUDAHAN	.148	.101	.151	1.468	.145

Tabwl 4.14 Hasil Uji T

Berdasarkan tabel di atas maka diketahui:

a. Pengaruh X_1 (kepercayaan) terhadap Y (kepuasan nasabah)

Dalam pengujian kepercayaan (X_1) terhadap Kepuasan

Nasabah diketahui nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ 1,984 . Dan

nilai signifikansi (Sig) uji t sebesar $0,011 < 0,05$ maka

dapat disimpulkan H_1 atas hipotesis pertama diterima,

artinya ada pengaruh kepercayaan (X_1) terhadap Kepuasan

Nasabah (Y).

b. Pengaruh X_2 (kemudahan) terhadap Y (kepuasan nasabah)

Dalam pengujian kemudahan (X_2) terhadap Kepuasan nasabah (Y) diketahui nilai t hitung $1,468 < t$ tabel $1,984$.

Dan nilai signifikansi (Sig) uji t sebesar $0,145 > 0,05$ maka dapat disimpulkan H_2 atas hipotesis pertama ditolak, artinya tidak ada pengaruh kemudahan (X_2) terhadap Kepuasan Nasabah (Y)

b. Uji F

Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka tidak ada pengaruh secara simultan antara variabel independen terhadap variabel dependen sedangkan jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka ada pengaruh secara simultan antara variabel independen dengan variabel dependen.

T

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	110.226	2	60.113	41.328	.000 ^b
Residual	369.612	96	3.850		
Total	479.838	98			

Tabel 4.15 Hasil Uji F

Berdasarkan tabel output SPSS ANOVA dapat diketahui bahwa nilai signifikansi sebesar $0,000$ sedangkan F tabel di atas sebesar $41,328$. Sementara nilai F_{tabel} dicari pada distribusi nilai F_{tabel} statistik pada signifikansi 5% atau $0,05$ dengan menggunakan

rumus $F^{\text{tabel}} = (k:n-k) = (2:99-2) = 3,09$ karena nilai $F^{\text{hitung}} 41,328$ $F^{\text{tabel}} 3,09$ atau $\text{sig } 0,000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima atau dengan kata lain kepercayaan (X_1) dan kemudahan (X_2) secara simultan (bersama-sama) berpengaruh pada kepuasan nasabah (Y).

E. Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kemudahan, kenyamanan dan keamanan terhadap kepuasan nasabah menggunakan layanan *mobile banking* di BSI KCP Ponorogo Cokroaminoto. Berikut penjelasan atas jawaban dari hipotesis:

1. Pengaruh kepercayaan (X_1) terhadap kepuasan nasabah (Y)

Kepercayaan merupakan keyakinan nasabah mengenai kebenaran sikap yang dimilikinya. Konsep kepercayaan ini berarti nasabah percaya terhadap kehandalan pihak bank bisa menjamin keamanan dan kerahasiaan akun nasabah.⁸⁴ Dari hasil analisis dengan menggunakan SPSS 21.0 dalam pengujian (X_1) kepercayaan terhadap (Y) kepuasan nasabah menunjukkan hasil t^{hitung} sebesar $2,580 > t^{\text{tabel}} 1,984$ dengan nilai signifikansi $0,011 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa kepercayaan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Hipotesis dalam penelitian X_1 terhadap Y adalah terdapat pengaruh variabel kepercayaan terhadap kepuasan nasabah, beberapa

⁸⁴ Rini Dwiastuti, Ilmu Perilaku Konsumen, 68.

nasabah BSI KCP Ponorogo Cokroaminoto yang merasa yakin dan aman ketika bertransaksi menggunakan aplikasi *mobile banking* . Namun masih ada beberapa nasabah yang masih belum merasa percaya disebabkan oleh tidak ada notifikasi secara real time ketika melakukan transaksi melalui aplikasi BSI *mobile*. Sehingga hal ini perlu diperhatikan lagi oleh pihak bank untuk lebih meningkatkan kualitas aplikasi BSI *mobile*.

2. Pengaruh kemudahan (X2) terhadap kepuasan nasabah (Y)

Kemudahan yaitu seberapa jauh seseorang yakin akan terbebas dari usaha apabila menggunakan teknologi.⁸⁵ Kemudahan penggunaan merupakan keyakinan seseorang dalam penggunaan teknologi atau sistem informasi dapat digunakan dengan mudah dan tidak memerlukan usaha besar.

Hasil analisis yang dilakukan dengan bantuan *software SPSS 21.0* dalam pengujian X2 (kemudahan) terhadap Y (kepuasan nasabah) menunjukkan hasil thitung sebesar $1,468 < t \text{ tabel } 1,984$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,145 > 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa kemudahan akses tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Hipotesis dalam penelitian X2 terhadap Y adalah tidak terdapat pengaruh variabel kemudahan terhadap kepuasan nasabah, kemungkinan ada beberapa nasabah BSI KCP Ponorogo

⁸⁵ Jogiyanto, Sistem Informasi Keperilakuan, 129.

Cokroaminoto yang merasa kurang mudah menggunakan aplikasi *mobile banking* dalam melakukan transaksi menggunakan aplikasi BSI *mobile*.

Item 1 berisi *mobile banking* mudah dipelajari atau dipahami ,dalam hal ini ada beberapa nasabah yang masih kesulitan untuk memahami bagaimana langkah-langkah dalam penggunaan karena belum terbiasa dengan fitur-fiturnya.

Item 2 berisi *mobile banking* itu fleksibel ,dalam hal ini BSI *mobile* bisa digunakan kapan saja dan dimana saja namun masih ada beberapa nasabah yang mengalami gangguan jaringan atau sinyal sehingga tidak beroperasi dengan baik.

Item 3 berisi *mobile banking* mudah untuk menjadi terampil, dalam hal ini nasabah yang belum terbiasa menggunakan *mobile banking* mungkin akan kesulitan sehingga perlu waktu beberapa kali sampai bisa mahir dan paham menggunakannya.

Item 4 *mobile banking* mudah digunakan atau dioperasikan, dalam hal ini masih ada nasabah yang belum terbiasa dengan kemudahan fitur yang diberikan BSI *mobile* .

3. Pengaruh kepercayaan (X1) dan kemudahan (X2) secara simultan terhadap kepuasan nasabah (Y)

Berdasarkan tabel output SPSS ANOVA dapat diketahui bahwa nilai signifikansi sebesar 0,000 sedangkan F tabel di atas sebesar 41,328. Sementara nilai F^{tabel} dicari pada distribusi nilai F^{tabel} statistik

pada signifikansi 5% atau 0,05 dengan menggunakan rumus $F^{\text{tabel}} = (k:n-k) = (2:99-2) = 3,09$ karena nilai $F^{\text{hitung}} 41,328 > F^{\text{tabel}} 3,09$ atau $\text{sig } 0,000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima atau dengan kata lain kepercayaan (X_1) dan kemudahan (X_2) secara simultan (bersama-sama) berpengaruh pada kepuasan nasabah (Y)

Hal-hal yang menyebabkan menurunnya kepuasan nasabah dalam menggunakan *mobile banking* yang disebabkan oleh saat ada nasabah melakukan transaksi namun tidak menerima notifikasi, mengalami kesulitan dengan aplikasi *mobile banking*, dan lain-lain. Semua hal ini dapat menyebabkan menurunnya kepuasan nasabah, karena kepercayaan dan kemudahan mencerminkan kondisi dari pemberi pelayanan.

Bagi pihak bank disarankan untuk terus meningkatkan atau memperbaiki aplikasi *mobile banking*, sehingga nasabah mudah menggunakan aplikasi *mobile banking*. Pihak bank dapat melakukan sosialisasi mengenai kemudahan dan kegunaan dari *mobile banking* kepada nasabahnya melalui iklan di media sosial maupun media lainnya, sehingga nasabah mengetahui banyaknya manfaat dari penggunaan *mobile banking* dan pengguna *mobile banking* agar semakin meningkat.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kepercayaan dan kemudahan terhadap kepuasan nasabah pengguna layanan mobile banking di BSI KCP Ponorogo Cokroaminoto.

Maka kesimpulan yang dapat diambil adalah sebagai berikut:

1. Kepercayaan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah ditunjukkan dengan hasil pengujian pengaruh kepercayaan (X1) terhadap kepuasan nasabah (Y) dengan nilai t hitung $2,580 < t$ tabel $1,984$. Dan nilai signifikansi (Sig) uji t sebesar $0,011 < 0,05$ maka dapat disimpulkan H1 atau hipotesis pertama diterima, artinya ada pengaruh kepercayaan (X1) terhadap Kepuasan Nasabah (Y).
2. Kemudahan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah ditunjukkan dengan hasil pengujian pengaruh kemudahan (X1) terhadap kepuasan nasabah (Y) dengan nilai t hitung $1,468 < t$ tabel $1,984$. Dan nilai signifikansi (Sig) uji t sebesar $0,145 > 0,05$ maka dapat disimpulkan H2 atau hipotesis pertama ditolak, artinya tidak ada pengaruh kemudahan (X2) terhadap Kepuasan Nasabah (Y)
3. Berdasarkan tabel output SPSS ANOVA dapat diketahui bahwa nilai signifikansi sebesar $0,000$ sedangkan F tabel di atas sebesar $41,328$. Sementara nilai F ^{tabel} dicari pada distribusi nilai F ^{tabel} statistik pada

signifikansi 5% atau 0,05 dengan menggunakan rumus $F^{\text{tabel}} = (k:n-k)$
 $= (2:99-2) = 3,09$ karena nilai $F^{\text{hitung}} 41,328 > F^{\text{tabel}} 3,09$ atau $\text{sig } 0,000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima atau dengan kata lain kepercayaan (X_1) dan kemudahan (X_2) secara simultan (bersama-sama) berpengaruh pada kepuasan nasabah (Y)

B. Saran

Dalam penelitian yang telah dilakukan sebelumnya dan dengan data-data yang telah dipaparkan diatas maka dapat diambil kesimpulan yang mengharuskan peneliti memberikan saran khususnya untuk BSI KCP Ponorogo Cokroaminoto dimana kepuasan nasabah adalah point penting bagi bank. Maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. BSI KCP Ponorogo Cokroaminoto harus konsisten dalam menjaga aspek kemudahan menggunakan *mobile banking*, harus bisa meningkatkan efektifitas dan efisiensi pengguna *mobile banking* dalam bertransaksi dan memperhatikan aplikasi *mobile banking* apabila terjadi suatu hal yang tidak diinginkan pihak bank dengan cepat menangani kekurangannya , maka diperlukan penyempurnaan fitur *mobile banking* untuk mendukung proses transaksi lebih mudah lagi.
2. BSI KCP Ponorogo Cokroaminoto lebih memperhatikan rasa kepercayaan nasabah saat menggunakan aplikasi *mobile banking* karena faktor kepercayaan adalah salah satu faktor penting yang menjadi tolak ukur kepuasan nasabah terhadap kinerja *mobile banking*

sehingga apabila nasabah merasa aman ketika melakukan transaksi menggunakan *mobile banking* maka kepuasan nasabah meningkat dan akan membuat nasabah lainya tertarik menggunakan aplikasi *mobile banking*.



DAFTAR PUSTAKA**BUKU**

Andrianto, Manajemen Bank Syariah, Surabaya : CV. Penerbit Qiara Media, 2019.

Danupranata, Gita. *Buku Ajar Manajemen Perbankan Syariah* , Jakarta: Salemba Empat, 2013.

Dessy Wulansari, Andhita. *Aplikasi Statistika Parametrik dalam Penelitian* , Yogyakarta: Pustaka Felicha,2016.

Firmansyah, Anang. *Perilaku Konsumen*, Yogyakarta: Deepublish,2018.

Hardani, *Metodologi Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* , Yogyakarta: Pustaka Ilmu, 2020.

Huriyati, Ratih. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, Bandung: ALFABETA, 2015.

Indrasari, Meithiana. *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*, Surabaya: Unitomo Press, 2019.

Irwansyah, Rudi. *Perilaku Konsumen*, Bandung: Widina Bhakti Persada, 2021.

Jogiyanto, *Sistem Informasi Keperilakuan*, Yogyakarta: Andi Offset, 2007.

John Mowhen. *Perilaku Konsumen*, Jakarta: Penerbit Erlangga,2002.

Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Penerbit Erlangga, 2008.

Philip Kotler, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Jakarta: Penerbit Erlangga, 2006.

Prasetyo, Bambang. *Metode Penelitian Kuantitatif*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2011.

Priyono, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Surabaya : Zifatama Publishing, 2008.

Rahmawati, *Manajemen Pemasaran*, Samarinda: Mulawarman University Press, 2016.

Rini Dwiastuti, *Ilmu Perilaku Konsumen*, Malang: UB Press, 2012.

Sarwono, Jonathan. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*, Yogyakarta, Graha Ilmu, 2006.

Soemitra, Andri. *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2009.

Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2017.

Sunyoto, Danang. *Perilaku Konsumen dan Pemasaran*. Yogyakarta: Center of Academic Publishing Service, 2015.

JURNAL

Abdullah, Ma'ruf. *Metode Penelitian Kuantitatif*, Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2015.

Ahmad Prasetyo dan Bambang Pambudi, "Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Keamanan dan Ketersediaan Fitur Terhadap Minat Ulang

Nasaba Bank Dalam Menggunakan Internet Banking”, Jurnal Studi Manajemen, 01, 2014.

Aldy Purnomo, Rochmat. *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis dengan SPSS* , Ponorogo: Wade Group, 2016.

Asri Cahya, “*Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah dalam Menggunakan BRI Mobile (BRIMO)*”, Jurnal Akuntansi Keuangan dan Perbankan, Vol.8 No.1.

Dimas Ernomo Putra, “*Pengaruh Kemudahan Terhadap Kemanfaatan, Minat dan Penggunaan E-Commerce*”, Jurnal Administrasi Bisnis Universitas Brawijaya, Vol.21, 2015.

Fitrianisa, “*Peran Public Relations, Kepercayaan, dan Persepsi Kemudahan dalam Mendorong Minat Bertransaksi Menggunakan Mobile Banking (Studi Kasus Pengguna Mobile Banking BNI Syariah di Kota Depok)*”, Jurnal Akuntansi Keuangan dan Perbankan, Vol.7 No.1.

Kemudahan Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Pelanggan, Jurnal Ilmu Manajemen, Vol. 2 No.1, 2014.

Kezia Stefani, “*Analisis Pengaruh Kualitas Sistem, Persepsi Kemudahan, Iklan, Promosi, dan Harga Terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi Ruang Guru*”, Jurnal Media Informatika, Vol.19 No.2, 2020.

Mukhtisar, “*Pengaruh Efisiensi, Keamanan dan Kemudahan Terhadap Minat Nasabah Bertransaksi Menggunakan Mobile Banking*”, *Global Journal of Islamic Banking and Finance*, Vol.3.

Setia Ningsih, “*Penerapan Metode Suksesif Interval pada Analisis Regresi Linier Berganda*”, *Jambura Journal of Mathematics*, Vol.1 No.1, 47.

Setyo Ferry Wibowo, “*Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan E-Money Card*”, *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, Vol.6, 2015.

Winda Oktaviani, “*Pengaruh Kualitas Layanan, Emosional Pelanggan, dan Kemudahan Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Pelanggan*”, *Jurnal Ilmu Manajemen*, Vol. 2 No.1, 2014

SKRIPSI

Adelina Meokbun, “*Pengaruh Keamanan, Kepercayaan, dan Ketepatan Waktu Terhadap Loyalitas Nasabah*”, Skripsi, Yogyakarta : Universitas Sanata Dharma, 2018.

Diana Sintya, “*Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah dalam Bertransaksi di Bank Syariah*”, “Skripsi, Lampung: UIN Raden Intan, 2020.

Melfi Adelia, “*Pengaruh Layanan M-Banking Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Bank BNI Syariah KCP Rajabasa*”, Skripsi, Metro :UIN Metro, 2020.

Nabila Aulia Zahra, “*Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna Mobile Banking (M-banking) Bank Syariah Mandiri*,” Skripsi, Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2021.

WAWANCARA

Rhesma Nur , *Wawancara*, 15 November 2021.

Riska Khoirun Nisa’, *Wawancara*, 15 November 2021.

Bapak Gatot Wijanarko, Pimpinan Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo Cokroaminoto, 10 Desember 2021

WEB

www.bankbsi.co.id/company-information/tentang-kami (diakses pada tanggal 12 Januari 2022, pukul 10.00 WIB)

ir.bankbsi.co.id/vision_mission (diakses pada tanggal 12 Januari 2022, pukul 10.30 WIB)

mediaindonesia.com/ekonomi-tugas-branch-manager (diakses pada tanggal 15 Januari 2022, pukul 11.20 WIB).

