

**PENGARUH FITUR DAN BIAAYA ADMINISTRASI
TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA
BANK SYARIAH INDONESIA *MOBILE***

(Studi Pada Mahasiswa FEBI IAIN Ponorogo Angkatan Tahun 2018)

SKRIPSI



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

2022

ABSTRAK

Mawarni, Nap Bela Awi. Pengaruh Fitur dan Biaya Administrasi Terhadap Kepuasan Pengguna Bank Syariah Indonesia *Mobile*. Skripsi. 2022. Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, Pembimbing: Yunaita Rahmawati, S.E., M.Si., Ak.

Kata kunci: Fitur, Biaya Administrasi, Kepuasan.

Kepuasan dapat didefinisikan sebagai evaluasi purnabeli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil sama atau melampaui harapan pelanggan, ketidakpuasan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan pelanggan, selain dipengaruhi oleh kualitas jasa, kepuasan juga ditentukan oleh kualitas produk, harga, dan faktor lain yang bersifat situasi sesaat dan bersifat pribadi. Fitur yang memiliki kualitas tinggi maka timbul kepuasan tinggi dan sebaliknya, biaya terjangkau maka kepuasan akan tinggi dan sebaliknya. Melihat kondisi lapangan, pengguna Bank Syariah Indonesia *Mobile* mengemukakan fitur Bank Syariah Indonesia *Mobile* kurang lengkap dan biaya administrasi tinggi, akan tetapi mereka mengakui tetap merasakan kepuasan yang tinggi dalam memanfaatkan aplikasi tersebut.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh fitur dan biaya administrasi terhadap kepuasan mahasiswa FEBI IAIN Ponorogo Angkatan tahun 2018 sebagai pengguna Bank Syariah Indonesia *Mobile*. Metode penelitian yang dilakukan adalah kuantitatif. Teknik pengambilan sampel menggunakan perhitungan rumus pendekatan Isac Michel. Sampel yang diambil sebanyak 96 responden. Teknik analisis data dilakukan dengan uji asumsi klasik, analisis regresi linier sederhana, analisis regresi linier berganda, uji hipotesis.

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan fitur berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna Bank Syariah Indonesia *Mobile* dengan hasil nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $4,371 > 1,986$. Biaya administrasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna Bank Syariah Indonesia *Mobile* dengan hasil nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $3,580 > 1,986$. Secara simultan fitur dan biaya administrasi berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pengguna Bank Syariah Indonesia *Mobile* dengan ditunjukkan hasil perhitungan nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05. Hasil nilai dari koefisien determinasi R (*R Square*) sebesar 0,447 jadi variabel bebas mampu mempengaruhi variabel terikat 44,7% dan sisanya 55,3% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain seperti kualitas layanan, faktor emosional, kemudahan.



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

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini menerangkan bahwa skripsi atas nama:

No	Nama	NIM	JURUSAN	JUDUL
1	Nap Bela Awi Mawarni	402180178	Perbankan Syariah	Pengaruh Fitur Dan Biaya Administrasi Terhadap Kepuasan Pengguna Bank Syariah Indonesia <i>Mobile</i> (Studi Pada Mahasiswa FEBI IAIN Ponorogo Angkatan Tahun 2018)

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

Ponorogo, 11 Mei 2022

Mengetahui,
Ketua Jurusan Perbankan Syariah


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

Menyetujui,
Pembimbing


Yunaita Rahmawati, SE., M.Si., Ak
NIP. 198406042019032012



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 Fitur Dan Biaya Administrasi Terhadap
Kepuasan Pengguna Bank Syariah Indonesia *Mobile*
(Studi Pada Mahasiswa FEBI IAIN Ponorogo Angkatan
Tahun 2018)

Nama : Nap Bela Awi Mawarni

NIM : 402180178

Jurusan : Perbankan Syariah

Telah diujikan dalam sidang ujian skripsi oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo dan dapat diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana dalam bidang ekonomi.

Dewan penguji:

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

Penguji I
Moch Faizin, M.S.E
NIP. 198406292018011001

Penguji II
Yunaita Rahmawati, S.E., M.Si., Ak.
NIP. 198406042019032012

Ponorogo, 10 Juni 2022

Mengesahkan,

Dekap FEBI IAIN Ponorogo

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

SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI

Surat yang bertanggung jawab dibawah ini:

Nama : Nap Bela Awi Mawarni
NIM : 402180178
Jurusan : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul : Pengaruh Fitur dan Biaya Administrasi Terhadap
Kepuasan Pengguna Bank Syariah Indonesia *Mobile*
(Studi Pada Mahasiswa FEBI IAIN Ponorogo
Angkatan Tahun 2018)

Menyatakan bahwa naskah skripsi 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 dipergunaan semestinya.

Ponorogo, 10 April 2022

Pembuat Pernyataan,



Nap Bela Awi Mawarni

NIM 402180178

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Nap Bela Awi Mawarni

NIM : 402180178

Jurusan : Perbankan Syariah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul PENGARUH FITUR DAN BIAYA ADMINISTRASI TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA BANK SYARIAH INDONESIA *MOBILE* (Studi Pada Mahasiswa FEBI IAIN Ponorogo Angkatan Tahun 2018)

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

Ponorogo, 11 Mei 2022

Pembuat pernyataan,



Nap Bela Awi Mawarni

NIM 402180178

DAFTAR ISI

COVER

ABSTRAK	ii
LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iv
SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian.....	8
E. Sistematika Pembahasan	8
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Deskripsi Teori.....	11
B. Kajian Pustaka.....	27
C. Kerangka Pemikiran.....	33
D. Hipotesis.....	34
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Rancangan Penelitian	35
B. Variabel Penelitian dan Deskripsi Operasional.....	35
C. Lokasi dan Periode Penelitian	37
D. Populasi dan Sampel	38
E. Jenis dan Sumber Data	40
F. Metode Pengumpulan Data	40
G. Instrumen Penelitian.....	41
H. Validitas dan Reliabilitas Instrumen	43
I. Teknik Pengolahan dan Analisis Data	43

BAB IV PEMBAHASAN DAN ANALISIS DATA

A. Gambaran Umum Obyek Penelitian 48
B. Hasil Pengujian Instrumen 53
C. Hasil Pengujian Deskriptif 56
D. Hasil Pengujian Hipotesis 62
E. Pembahasan..... 71

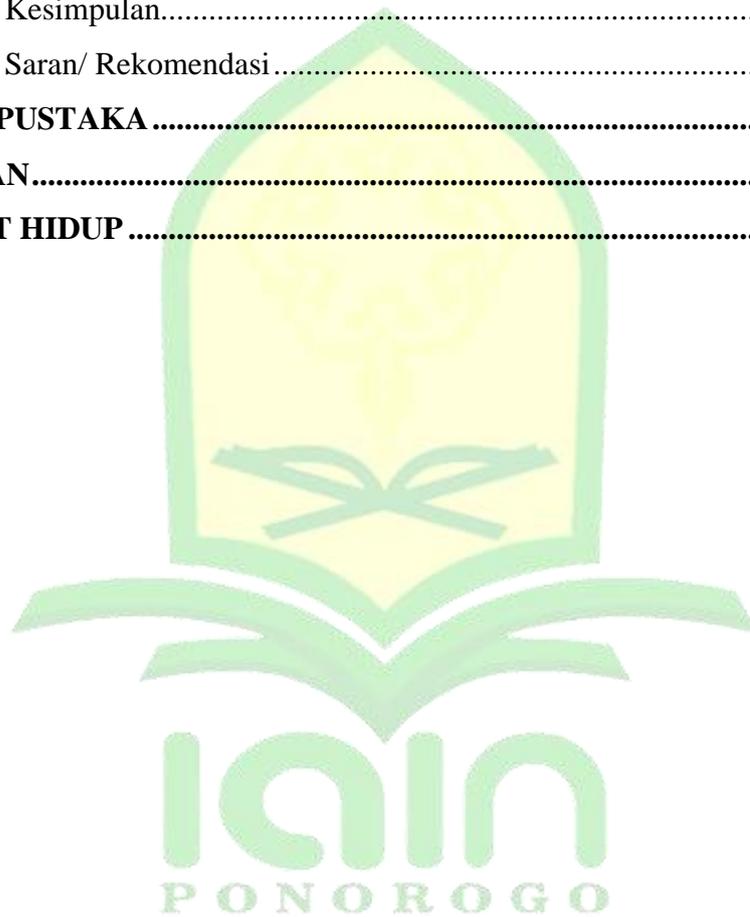
BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan..... 75
B. Saran/ Rekomendasi..... 76

DAFTAR PUSTAKA 77

LAMPIRAN..... 80

RIWAYAT HIDUP 89



DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
Tabel 2.1	Studi penelitian terdahulu	28
Tabel 3.1	Definisi operasional	37
Tabel 3.2	Skor jawaban	43
Tabel 3.3	Kisi- kisi instrument	33
Tabel 4.1	Hasil uji validitas fitur	55
Tabel 4.2	Hasil uji validitas biaya administrasi	56
Tabel 4.3	Hasil uji validitas kepuasan	56
Tabel 4.4	Hasil uji reliabilitas	57
Tabel 4.5	Frekuensi responden berdasarkan jenis kelamin	58
Tabel 4.6	Frekuensi responden berdasarkan jurusan	59
Tabel 4.7	Kategori rata- rata skor penilaian responden	59
Tabel 4.8	Deskripsi variabel fitur	59
Tabel 4.9	Deskripsi variabel biaya administrasi	60
Tabel 4.10	Deskripsi variabel kepuasan	62
Tabel 4.11	Hasil uji normalitas residual	64
Tabel 4.12	Hasil uji multikolinieritas	65
Tabel 4.13	Hasil uji heteroskedastisitas	66
Tabel 4.14	Hasil uji regresi linier berganda	67
Tabel 4.15	Hasil uji regresi linier berganda (coefficients)	67
Tabel 4.16	Hasil uji t	69
Tabel 4.17	Hasil uji F	70
Tabel 4.18	Nilai koefisien determinasi	71



DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
2.1	Kerangka berpikir	34



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kepuasan pelanggan dapat didefinisikan sebagai evaluasi purnabeli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil sama atau melampaui harapan pelanggan, ketidakpuasan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan pelanggan.¹ Kepuasan selain dipengaruhi oleh kualitas jasa, kepuasan juga ditentukan oleh kualitas produk, harga, dan faktor lain yang bersifat situasi sesaat dan bersifat pribadi.² Pelanggan membentuk ekspektasi nilai serta kepuasan yang akan diberikan dari berbagai penawaran pasar dan membeli berdasarkan ekspektasinya tersebut. Pelanggan yang merasakan kepuasan akan membeli ulang dan memberitahu orang lain tentang pengalaman baik yang dirasakan. Begitupun sebaliknya pelanggan tidak puas sering berganti pada pesaing serta menjelekkan-jelekkan produk yang telah mereka beli.³

Kelengkapan fitur yaitu kriteria penting yang menarik perhatian konsumen didalam penyampaian jasa internet. Fitur adalah alat bersaing yang membedakan produk suatu perusahaan dengan perusahaan lainnya.

Kelengkapan suatu fitur layanan merupakan persepsi pengguna aplikasi

¹ M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah* (Bandung: Alfabeta, 2012), 193.

² Freddy Rangkuti, *Measuring Customer Satisfaction Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2006), 30.

³ Philip Kotler dan Gary Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 12 Jilid 1* (Jakarta: Erlangga, 2008), 8.

yang disediakan.⁴ Layanan yang diberikan pada seorang konsumen menjadi faktor utama dalam menjaga suatu loyalitas pelanggan. Salah satunya yaitu fitur layanan, hal tersebut menjadi salah satu faktor penting dalam menumbuhkan rasa kepercayaan bagi seorang konsumen dalam mengambil keputusan untuk melakukan transaksi secara online atau tidak. Fitur layanan merupakan suatu persepsi pengguna pada layanan yang disediakan. Agar konsumen merasakan kepuasan terhadap fitur layanan, maka fitur layanan tersebut harus mencakup serta memenuhi kebutuhan seorang pengguna tersebut.⁵

Harga dalam penelitian ini yaitu biaya, biaya adalah suatu nilai tukar, pengeluaran, pengorbanan yang dikeluarkan untuk memperoleh manfaat. Biaya juga dapat diartikan sebagai pengorbanan sumber ekonomis yang diukur dalam satuan uang, yang terjadi, sedang, atau kemungkinan yang akan terjadi guna tujuan tertentu.⁶ Seorang konsumen yang puas adalah konsumen yang merasa mendapatkan nilai dari produsen, pemasok atau penyedia jasa. Nilai dapat berasal dari produk, pelayanan, sistem atau sesuatu yang hanya bersifat emosi. Jika konsumen mengatakan nilai adalah produk yang berkualitas, maka kepuasan terjadi saat pelanggan memperoleh produk yang berkualitas, jika nilai bagi pelanggan adalah suatu rasa nyaman maka kepuasan tersebut datang apabila memperoleh layanan yang benar-

⁴ Jenny Natalia dan Dahlia Br Ginting, "Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Penggunaan Aplikasi VIU," *Jurnal Media Informatika*, Volume 17, Nomor 3, (2018), 149.

⁵ Heny Agustina, "Penggunaan Teknologi Informasi, Kemudahan, Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan Internet Banking Studi Pada Bank Syariah Mandiri," *Jurnal Manajemen Kinerja*, Volume 3, Nomor 1, (Februari 2017), 26.

⁶ Gusti Putu Darya, *Akuntansi Manajemen* (Ponorogo: Uwais Inspirasi Indonesia, 2019), 23.

benar nyaman dan apabila nilai bagi pelanggan adalah harga yang murah, maka pelanggan tersebut akan merasakan suatu kepuasan pada produsen yang memberi harga paling kompetitif.⁷

PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk. adalah hasil *merger* tiga bank syariah milik BUMN yang terdiri dari BRI Syariah, Bank Syariah Mandiri dan BNI Syariah. Bank syariah tersebut meluncurkan layanan *mobile banking*, layanan *mobile banking* bernama BSI *Mobile*. BSI *Mobile* adalah layanan yang dapat diakses oleh pengguna menggunakan jaringan internet. Pengguna dapat mengetahui atau mendapat informasi yang lengkap seputar rekening yang berhubungan dengan saldo, mutasi, dan portofolio. Aplikasi dapat digunakan untuk melakukan transaksi seperti transfer, membayar tiket, BPJS, asuransi, internet, TV kabel, *e-commerce*, *e-money*, voucher pulsa, PLN Prabayar dan lainnya. BSI *Mobile* tidak hanya memudahkan melakukan kegiatan transaksi, namun juga memberi kemudahan pengguna untuk perihal ibadah, karena aplikasi ini juga menyediakan layanan zakat, infaq, sedekah, dan wakaf serta membantu menunjang ibadah rutin seperti layanan waktu sholat, informasi masjid terdekat, arah kiblat dan juga bacaan Al-Quran.⁸

Fasilitas BSI *Mobile* disediakan untuk memudahkan nasabah melakukan transaksi tanpa harus datang ke bank, namun teknologi juga tidak luput dari kekurangan meskipun terdapat pula kelebihan yang dimiliki. Pada kondisi

⁷ Handi Irawan, *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan* (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2009), 2.

⁸ <https://bsimobile.co.id>, diakses Januari 2022.

lapangan yang ada, layanan BSI *Mobile* masih terdapat kritik dari pengguna yang memanfaatkan fasilitas ini. Seperti dalam ulasan penilaian yang ada di *playstore*, ulasan yang diberikan oleh Mela Meli mengatakan alur transaksi BSI *Mobile* perlu disederhanakan bagi user, ia mengatakan fasilitas *mobile banking* sebelum adanya merger lebih sederhana dan sangat baik, tidak serumit sekarang. Ulasan juga dikatakan oleh Ahmad Rodli yang menggunakan fasilitas BSI *Mobile*, ia mengatakan bahwa tidak dapat melakukan transaksi *top-up e-wallet*, ia menilai aplikasi yang disediakan terdapat permasalahan.⁹

Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo Angkatan 2018 dalam kegiatan perkuliahan mereka tidak luput untuk membahas pengetahuan mengenai perbankan syariah, mengetahui pembelajaran fasilitas- fasilitas yang ada dalam perbankan syariah salah satunya yaitu fasilitas dari *mobile banking* ini. Mereka termasuk kelompok generasi yang dapat dikatakan paham akan perkembangan teknologi informasi seiring perkembangan zaman, selain hal tersebut banyak mahasiswa FEBI khususnya perbankan syariah sebagai pengguna fasilitas aplikasi BSI *Mobile* karena pada saat beranjak di semester tiga diwajibkan untuk membuka rekening dari BRI Syariah yang sekarang merger menjadi Bank Syariah Indonesia.

⁹ <https://playgoggle>, diskases Januari 2022.

Menurut hasil wawancara, salah satu mahasiswa FEBI IAIN Ponorogo mengatakan bahwa dalam hal fitur yang tersedia, pengguna mengatakan saat akan melakukan transaksi yaitu fitur pembayaran *e-commerce Lazada* tidak terdapat pada aplikasi, sehingga mereka tidak dapat melakukan transaksi sesuai dengan kebutuhan. Selain permasalahan tersebut ia juga merasakan biaya transfer ke bank lain dirasa mahal saat melakukan transaksi transfer pada lain bank. Namun meskipun merasakan biaya yang mahal dan tidak adanya salah satu fitur saat dibutuhkan ia tetap merasa puas dengan adanya *BSI Mobile* tersebut karena hanya dengan menggunakan ponsel ia sudah dapat melakukan suatu transaksi.¹⁰

Hal yang sama pula dialami oleh salah satu mahasiswa sebagai pengguna aplikasi *BSI Mobile* mengatakan fitur sesuai dengan kebutuhan namun untuk biaya transaksi yang dikenakan saat melakukan transfer pada bank lain masih tergolong lumayan tinggi, meskipun merasa mahal ia tetap merasa puas karena merasa terbantu dengan adanya aplikasi *BSI Mobile* dan tidak perlu repot keluar rumah untuk mengantri ke ATM atau bank guna melakukan kegiatan transaksi perbankan.¹¹

Lain hal oleh mahasiswa FEBI IAIN Ponorogo sebagai pengguna lebih dari satu aplikasi *mobile banking* yaitu *BSI Mobile* dan juga aplikasi *mobile banking BRImo* yang merupakan fasilitas atau layanan *mobile banking* dari PT. Bank Rakyat Indonesia, mengemukakan beberapa fitur yang ada pada

¹⁰ Nabila, Wawancara, Januari 2022.

¹¹ Ola, Wawancara, Januari 2022.

aplikasi *BRImo* tidak dimiliki oleh *BSI Mobile* seperti fitur *Travel*, *Transfer Internasional*. Selain itu transaksi *topup e-wallet Dana* pada aplikasi *mobile banking BRImo* tidak dikenakan biaya atau gratis sedangkan pada *BSI Mobile* masih dikenakan biaya.¹² Hal ini dapat dijadikan sebagai pembandingan antara *BSI mobile* dengan *mobile banking* yang lain.

Melihat hasil wawancara diatas sebagai penilaian dan juga kepuasan yang dirasakan oleh pengguna *BSI Mobile*, menunjukkan bahwa fitur layanan dinilai kurang lengkap dan juga biaya yang dikenakan (*fee*) masih dirasa tinggi namun pengguna atau nasabah tetap merasa puas terhadap adanya fasilitas *BSI Mobile*, hal tersebut tentunya berbeda atau bertolak belakang dengan teori yang ada, sehingga munculah suatu permasalahan (*research gap*). Selain itu, terdapat penelitian oleh Karina Widianingrum dengan hasil penelitian tidak terdapat pengaruh langsung antara fitur layanan terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan *mobile banking*.¹³ Penelitian yang dilakukan oleh Ivan Reyhansyah, dalam penelitiannya menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh antara biaya dengan kepuasan seorang pelanggan.¹⁴

¹² Miftahul Huda, Wawancara, 2022.

¹³ Karina Widianingrum, "Pengaruh Manfaat, Kemudahan Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan *Mobile Banking* Bank Syariah Dan Dampaknya Terhadap Kepuasan Nasabah Studi Kasus BNI Syariah Wilayah DKI Jakarta," *Skripsi* (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2021), 107.

¹⁴ Ivan Reyhansyah, "Analisis Pengaruh Service Quality dan Biaya Terhadap Kepuasan Pelanggan Studi Kasus Pada PT Mustikasakti Sarana Kencana, *Majalah Ilmiah Bahari* Jogja, Volume 18, Nomor 1, (Februari, 2020), 100.

Berangkat dari latar belakang tersebut, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Fitur Dan Biaya Administarsi Terhadap Kepuasan Pengguna Bank Syariah Indonesia *Mobile* (Studi pada Mahasiswa FEBI IAIN Ponorogo Angkatan Tahun 2018).

B. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Adakah pengaruh fitur secara signifikan terhadap kepuasan mahasiswa FEBI IAIN Ponorogo angkatan tahun 2018 sebagai pengguna BSI *Mobile*?
2. Adakah pengaruh biaya administrasi secara signifikan terhadap kepuasan mahasiswa FEBI IAIN Ponorogo angkatan tahun 2018 sebagai pengguna BSI *Mobile*?
3. Adakah pengaruh fitur dan biaya administrasi secara simultan terhadap kepuasan mahasiswa FEBI IAIN Ponorogo angkatan tahun 2018 sebagai pengguna BSI *Mobile*?

C. Tujuan penelitian

Tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah fitur mempunyai pengaruh terhadap kepuasan mahasiswa FEBI IAIN Ponorogo angkatan tahun 2018 sebagai pengguna BSI *Mobile*.
2. Untuk mengetahui apakah biaya administrasi mempunyai pengaruh terhadap kepuasan mahasiswa FEBI IAIN Ponorogo angkatan tahun 2018 sebagai pengguna BSI *Mobile*.

3. Untuk mengetahui apakah fitur dan biaya administrasi secara simultan mempunyai pengaruh terhadap kepuasan mahasiswa FEBI IAIN Ponorogo Angkatan tahun 2018 sebagai pengguna *BSI Mobile*.

D. Manfaat penelitian

Manfaat dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Secara teoritis

Penelitian diharapkan menambah khazanah wawasan ilmu bagi peneliti dan juga pihak lain mengenai pengaruh fitur dan biaya administrasi terhadap kepuasan pengguna aplikasi *BSI Mobile*, dapat pula dijadikan referensi untuk pihak- pihak yang ingin melakukan penelitian lebih mendalam.

2. Secara praktis

Penelitian diharapkan dapat menjadi bahan masukan untuk lembaga perbankan syariah dalam membuat kebijakan- kebijakan yang ingin diterapkan berkaitan dengan kepuasan nasabah.

E. Sistematika pembahasan

Sistematika pembahasan merupakan tata cara, urutan atau metode guna merampungkan suatu penelitian yang mana di dalamnya terdapat pendahuluan, teori, metode penelitian, serta hasil dari pembahasan. Sistematika pembahasan memiliki tujuan guna penyusunan penelitian sesuai dengan suatu harapan serta mempermudah pembahasan pada setiap babnya. Berikut merupakan sistematika pada penelitian:

BAB I: PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang uraian dari latar belakang masalah tentang fitur dan biaya administrasi yang dapat mempengaruhi kepuasan pengguna BSI *Mobile*. Sehingga dari latar belakang tersebut, fakta yang terjadi di lingkungan mahasiswa FEBI IAIN Ponorogo Angkatan 2018 sebagai pengguna BSI *Mobile* terdapat kesenjangan dengan teori sehingga peneliti dapat menemukan rumusan masalah dan tujuan dari permasalahan yang ada.

BAB II: LANDASAN TEORI

Bab ini memaparkan landasan teori yang meliputi teori tentang kepuasan, fitur, dan biaya. Menjelaskan indikator- indikator dari keseluruhan variabel penelitian. Kajian terdahulu terdiri persamaan, perbedaan, dan hasil dari penelitian terdahulu yang secara keseluruhan merupakan penelitian kuantitatif. Kerangka berfikir berisi bagaimana pola berfikir hubungan dari variabel fitur, biaya administrasi terhadap kepuasan. Serta hipotesis yang merupakan dugaan sementara dari peneliti, dimana penelitian dilakukan pada mahasiswa FEBI IAIN Ponorogo Angkatan 2018 sebagai pengguna BSI *Mobile*.

BAB III: METODE PENELITIAN

Bab ini memaparkan rancangan penelitian dimana penelitian menggunakan metode kuantitatif, variabel dan definisi operasional yang terdiri dari fitur, biaya administrasi, dan kepuasan. Lokasi penelitian dilakukan di lingkup mahasiswa FEBI IAIN Ponorogo angkatan 2018, populasi dan sampel dalam penelitian mahasiswa FEBI IAIN Ponorogo

Angkatan 2018 yang menggunakan aplikasi *BSI Mobile*. Jenis dan sumber data yang digunakan yaitu data primer yang diperoleh dari mahasiswa FEBI IAIN Ponorogo angkatan 2018 yang menggunakan *BSI Mobile*, metode pengumpulan data dengan cara sebar angket atau kuisioner, instrumen penelitian menggunakan skala *likert*, validitas rabilitas, serta teknik pengolahan dan analisis data dilakukan dengan beberapa langkah diantaranya uji asumsi klasik, analisis regresi linier sederhana, berganda, dan uji hipotesis.

BAB IV: HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menunjukkan sebuah gambaran serta deskripsi umum dari objek penelitian, analisis data pengujian hipotesis dan pembahasan yang serasi dengan rumusan masalah yang telah dirumuskan sebelumnya terkait hubungan antara fitur, dan biaya administrasi terhadap kepuasan pengguna *BSI Mobile* dengan mahasiswa FEBI IAIN Ponorogo Angkatan 2018 pengguna aplikasi *BSI Mobile* sebagai objek penelitian.

BAB V: PENUTUP

Bab ini terdiri dari kesimpulan serta saran dari penelitian yang telah selesai diteliti memuat hasil akhir dari pemaparan hubungan dari fitur dan biaya administrasi terhadap kepuasan apakah benar sesuai dengan teori atau tidak, lokasi penelitian pada lingkup mahasiswa FEBI IAIN Ponorogo angkatan yang menggunakan *BSI Mobile* sesuai dengan permasalahan yang ditemukan, memaparkan apakah tujuan dari penelitian yang dilakukan ini dapat tercapai sesuai dengan apa yang telah disusun sebelumnya.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Deskripsi Teori

1. Kepuasan

a. Pengertian Kepuasan

Setiap individu melakukan pembelian dengan harapan tertentu mengenai apa yang dilakukan oleh produk atau jasa yang bersangkutan ketika digunakan, dan kepuasan adalah hasil yang diharapkan. Kepuasan diartikan sebagai suatu evaluasi pasca konsumsi bahwa suatu alternatif yang dipilih setidaknya memenuhi atau melebihi suatu harapan.¹ Kepuasan pelanggan sangat penting untuk mempertahankan loyalitas seorang pelanggan, jika pelanggan merasakan kepuasan dengan produk atau layanan yang diberikan maka posisi produk atau jasa akan terjadi pemakaian ulang. Kepuasan konsumen yaitu hasil yang dapat dirasakan oleh seorang pembeli yang mengalami suatu kinerja perusahaan yang sesuai dengan harapannya.²

b. Faktor Penentu Kepuasan

Terdapat lima faktor utama menentukan tingkat kepuasan, diantaranya adalah:

1) Kualitas produk

¹ Danang Suntoyo, *Perilaku Konsumen dan Pemasaran* (Yogyakarta: Center Of Academic Publishing Service, 2015), 115.

² Minto Waluyo, *Manajemen Psikologi Industri* (Batu: Literasi Nusantara, 2019), 227.

Pelanggan atau konsumen merasakan kepuasan jika hasil dari evaluasi produk yang digunakan berkualitas. Terdapat beberapa dimensi yang mempengaruhi dalam kualitas produk diantaranya yaitu *performance*, *reability*, *conformance*, *durability*, *feature*.

2) Kualitas pelayanan

Konsumen akan merasa kepuasan jika mendapatkan suatu pelayanan yang baik dan sesuai dengan apa yang diharapkan. Dalam kualitas layanan dikenal seperti *servqual* yang terdapat lima dimensi diantaranya *reability*, *assurance*, *responsiveness*, *emphaty*, dan *tangible*.

3) Faktor emosional

Pelanggan yang merasa bangga serta mendapatkan suatu keyakinan bahwa orang lain akan merasa kagum terhadapnya jika ia memakai produk dengan merek tertentu cenderung akan memiliki tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan bukan timbul dari kualitas produk, namun *social value* yang membuat konsumen tersebut menjadi puas pada merk tertentu.

4) Harga

Produk yang memiliki kualitas sama namun memberi harga yang relatif murah maka akan memiliki *value* lebih tinggi pada konsumen. Faktor harga jelas menjadi faktor penting bagi mereka sebagai evaluasi dari kepuasannya.

5) Biaya dan kemudahan untuk memperoleh produk atau jasa

Pelanggan atau konsumen yang tidak memerlukan biaya tambahan atau tidak membuang waktu untuk memperoleh produk atau jasa cenderung akan merasakan kepuasan.³

c. Indikator Kepuasan

Tidak terdapat ukuran secara tunggal dalam kepuasan yang disepakati secara universal. Namun terdapat kesamaan enam konsep inti mengenai obyek pengukuran diantaranya adalah:⁴

1) Kepuasan konsumen keseluruhan (*overall customer satisfaction*)

Bertanya kepada konsumen seberapa puas mereka akan produk atau jasa merupakan cara paling sederhana guna mengukur tingkat kepuasan konsumen. Pertama mengukur kepuasan pada produk atau jasa perusahaan dan kedua menilai dan membandingkan kepuasan secara keseluruhan baik produk atau jasa pesaing.

2) Dimensi kepuasan konsumen

Terdapat empat proses untuk memilah dalam komponen-komponen yaitu identifikasi dimensi- dimensi kunci seorang konsumen, meminta seorang konsumen untuk menilai produk atau jasa sesuai dengan item spesifik seperti keramahan staf

³ Handi Irawan D, *Indonesia Customer Satisfaction Membedah Strategi Kepuasan Pelanggan Merek Pemenang Icsa* (Jakarta: Elex Media Kampitudo, 2003), 22-23.

⁴ Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa Prinsip, Penerapan Dan Penelitian* (Yogyakarta: ANDI, 2019), 394-395.

konsumen, kecepatan layanan, meminta seorang konsumen untuk menilai produk atau jasa pesaing sesuai item spesifik yang sama, meminta seorang konsumen untuk menentukan dimensi-dimensi menurut mereka yang dianggap paling penting dalam menilai suatu kepuasan secara utuh.

3) Konfirmasi harapan (*confirmation of expectations*)

Kepuasan tidak diukur secara langsung, akan tetapi ditarik kesimpulan berdasarkan kesesuaian atau tidak sesuai antara harapan dengan kinerja suatu produk.

4) Niat beli ulang (*repurchase intention*)

Kepuasan konsumen dapat diukur dengan cara bertanya pada pelanggan apakah ingin memakai jasa perusahaan kembali atau tidak. Suatu pelayanan yang memiliki kualitas dapat menciptakan kepuasan konsumen yang mana mutu dapat masuk dalam benak seorang konsumen sehingga diberi persepsi baik.

5) Kesiapan untuk merekomendasikan (*willingness to recommend*)

Memiliki kesiapan untuk menganjurkan atau merekomendasikan produk atau jasa pada kerabat atau keluarga yang menjadi sesuatu penting untuk dibedah serta tindak lanjut.

6) Ketidakpuasan konsumen (*customer dissatisfaction*)

Menelaah dari aspek- aspek yang telah digunakan untuk mengetahui dari ketidakpuasan seorang konsumen tersebut,

yang terdiri dari complain, mengembalikan produk, dan *word of mouth negative*.

d. Manfaat Kepuasan

Kepuasan seorang pelanggan memiliki beberapa manfaat, diantaranya yaitu:

- 1) Terjadinya hubungan harmonis antara nasabah atau konsumen dengan perusahaan.
- 2) Tercipta loyalitas nasabah atau konsumen pada perusahaan, sehingga tidak akan berpaling.
- 3) Terjadinya bentuk isu publik yang bersifat positif dari mulut ke mulut (*word of mouth*).
- 4) Pembelian ulang (*repeat sales*).⁵

e. Cara Mengukur Kepuasan

Kepuasan pelanggan dapat diukur dengan beberapa cara, adapun beberapa cara untuk mengukur diantaranya adalah:

- 1) Sistem keluhan dan saran (*complaint and suggestion system*)

Perusahaan minta keluhan serta saran dari seorang pelanggan dengan membuka kotak saran dapat melalui telepon, surat, kartu komentar. Informasi yang didapat memungkinkan perusahaan mengantisipasi serta cepat tanggap terhadap kritik dan saran tersebut, begitupun dengan konsumen juga menilai

⁵ M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah* (Bandung: Alfabeta, 2012), 199.

ketanggapan perusahaan menangani kritik serta saran yang diberikan.

2) Survey kepuasan pelanggan (*customer satisfaction surveys*)

Suatu perusahaan melakukan survey melalui telepon, pos, wawancara atau angket guna melihat komentar dari pelanggan, adanya survey ini diharapkan mendapat umpan balik yang positif dari pelanggan.

3) Pembeli bayangan (*ghost shopping*)

Perusahaan menempatkan baik orang lain maupun dari dalam perusahaannya sendiri untuk menjadi pembeli pada perusahaan lain maupun perusahaannya sendiri. Nantinya pembeli bayangan ini memberi informasi mengenai pelayanan, selain itu juga melaporkan segala hal yang dianggap memiliki manfaat sebagai pengambilan keputusan perusahaan.

4) Analisa pelanggan yang lari (*lost customer analysis*)

Pelanggan yang berpaling atau pindah dari perusahaan ini akan dihubungi, diminta segala informasi mengenai alasan berhenti serta pindah pada perusahaan lain. Adakah suatu permasalahan yang tidak dapat ditangani atau terlambat, yang nantinya akan dicarikan solusi untuk mengatasi suatu permasalahan yang terjadi.⁶

⁶ Ibid., 204-205.

f. Kepuasan Konsumen dalam Perspektif Islam

Menentukan kepuasan konsumsi bagi seorang muslim harus berorientasi mengoptimalkan masalah, dalam rasionalitas Islam menganggap prinsip lebih banyak tidak selalu lebih baik. Masalah akan menjadi terwujud ketika nilai berkah optimum bisa terpenuhi, maka dari itu kandungan suatu keberkahan dapat mempengaruhi preferensi konsumen pada saat akan mengkonsumsi barang. Hal tersebut menjadikan seorang konsumen akan selalu mengoptimalkan berkah dalam usaha mengoptimalkan sebuah masalah.⁷

Ekonomi Islam kepuasan dikenal dengan masalah, yaitu terpenuhi kebutuhan baik fisik maupun spiritual. Islam mementingkan keseimbangan kebutuhan fisik dan non fisik yang berdasarkan nilai-nilai syariah. Kepuasan seorang muslim tidak didasarkan dari banyak sedikitnya sesuatu yang dikonsumsi, namun didasarkan berapa besar nilai ibadah yang didapatkan dari apa yang dikonsumsi. Pedoman mengetahui tingkat kepuasan konsumen, perusahaan harus melihat kinerja perusahaannya yang berkaitan dengan:

1) Jujur

Perusahaan harus menanamkan sifat kejujuran pada seluruh orang yang terlibat dalam perusahaan. Didasarkan pada sabda

⁷ Sumar'in, *Ekonomi Islam Sebuah Pendekatan Ekonomi Makro Perspektif Islam* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), 100-103.

nabi Muhammad SAW muslim adalah saudara muslim, tidak boleh bagi muslim apabila berdagang dengan saudaranya dan menemukan cacat kecuali diterangkannya.

2) Amanah

Mengembalikan hak apa saja pada pemiliknya, tidak mengambil sesuatu yang melebihi haknya serta tidak mengurangi hak dari orang lain. Penjual harus menjelaskan ciri-ciri, kualitas dan harga kepada pembeli tanpa melebih-lebihkan, dengan seperti itu maka konsumen mengerti serta tidak ragu dalam memilih.

3) Benar

Berdusta dalam dagang dikecam oleh Islam, terlebih jika dengan sumpah yang palsu atas nama Allah. Hadist mutafaq'ailah dari hakim bin Hazm yang artinya penjual dan pembeli bebas memilih selama belum putus transaksi, jika keduanya bersikap benar dan menjelaskan kekurangan barang yang diperdagangkan maka keduanya mendapat berkah. Namun jika keduanya saling menutupi aib barang dagang dan bohong maka jika mendapat laba, hilanglah berkah jual beli tersebut.

Dalam Al- Qur'an surah Ali Imron ayat 159 disebutkan bahwa:

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ
وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ
عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ

Artinya: Maka disebabkan rahmat dari Allah- lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu maafkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang- orang yang bertawakal kepada-Nya. (Q.S Ali Imron: 159).⁸

2. Fitur

a. Pengertian Fitur

Fitur adalah sarana kompetitif untuk mendiferensiasikan atau membedakan suatu produk perusahaan dari produk pesaing. Cara paling efektif untuk bersaing yaitu menjadi produsen yang pertama yang memperkenalkan fitur baru yang bernilai.⁹ Fitur merupakan salah satu dari dimensi produk atau biasa disebut dengan dimensi *features*, dimensi fitur ini menyangkut karakteristik pelengkap, berisi suatu kelengkapan fitur- fitur tambahan. Selain memiliki

⁸ Al Quran Dan Terjemahannya Q.S Al-Imron Ayat 159.

⁹ Kotler dan Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran...*, 273.

fungsi utama, suatu produk juga dilengkapi fungsi- fungsi lain yang memiliki sifat komplemen, misalnya handphone dimana memiliki fungsi utama sebagai alat komunikasi, namun juga dilengkapi dengan game, kamera, peta dan lain sebagainya.¹⁰

b. Karakteristik Fitur

Karakteristik fitur yang baik adalah sebagai berikut:¹¹

- 1) Mampu membedakan objek satu dengan yang lainnya (*discrimination*).
- 2) Kompleksitas komputasi diperhatikan dalam memperoleh suatu fitur.
- 3) Tidak terikat atau bersifat invariant terhadap berbagai transformasi.
- 4) Besar data dapat diperkecil.

c. Indikator Fitur

Terdapat beberapa konstruk yang kemudian menjadi indikator dari ketersediaan fitur (*feature failure*), yaitu:

- 1) Kemudahan akses informasi mengenai produk dan jasa
Fitur layanan yang telah disediakan dapat dipakai untuk keperluan akses informasi tentang produk atau jasa yang digunakan dengan mudah.

¹⁰ Rahmawati, *Manajemen Pemasaran* (Samarinda: Mulawarman University Press, 2016), 23.

¹¹ Darma Putra, *Pengolahan Citra Digital* (Yogyakarta: Andi, 2010), 234-244.

2) Keberagaman layanan transaksi

Fitur layanan yang telah disediakan memiliki keberagaman dalam melayani nasabah saat bertransaksi.

3) Keberagaman fitur

Fitur layanan sistem informasi yang disediakan bank memiliki keberagaman yang dapat membantu nasabah dalam bertransaksi.

4) Inovasi produk

Banyaknya fitur- fitur tambahan yang ada membuat nasabah memiliki minat tinggi untuk menggunakan layanan *mobile banking*.¹²

3. Biaya Administrasi

a. Pengertian Biaya

Biaya mempunyai banyak arti dan tergantung pada kegunaannya. Biaya dapat diartikan sebagai suatu nilai yang harus kita korbakan untuk mendapat suatu barang tersebut. Biaya merupakan bentuk pengorbanan yang bisa mengurangi harta atau kas untuk mencapai tujuan, baik yang dibebankan sekarang maupun pada masa yang akan datang. Biaya dan kemudahan yaitu pengorbanan yang keluar dari pelanggan untuk mendapat layanan atau produk yang nyaman, mudah serta efisien. Dimana pelanggan

¹² Wai-Ching Poon, "Users Adoption Of E-Banking Services: The Malaysian Perspective," *Journal Of Business* 23, Nomor 1, (2008), 64.

akan merasa puas dalam memperoleh pelayanan atau produk jika relatif nyaman, mudah dan efisien.¹³

Sama seperti biaya administrasi pada bank, biaya dan harga berkaitan karena dengan biaya rendah bisa menetapkan harga yang lebih rendah menghasilkan penjualan serta laba lebih besar. Biaya administrasi yaitu keseluruhan biaya yang terjadi serta berhubungan dengan fungsi administrasi. Biaya administrasi juga diartikan sebagai biaya yang dikenakan oleh bank syariah ketika mereka memberi bantuan pada nasabah pada bidang nirlaba, tanpa pembagian hasil, maka pada nasabah tersebut dipungut biaya administrasi.¹⁴

Biaya administrasi dikenakan untuk jasa- jasa yang membutuhkan administrasi tertentu. pembebanan biaya administrasi dikenakan untuk pengelolaan suatu fasilitas tertentu seperti biaya administrasi kredit, biaya administrasi simpanan, biaya administrasi transfer dan biaya administrasi lainnya.¹⁵ Biaya administrasi juga berfungsi untuk mengarahkan, mengendali, serta mengoperasi perusahaan.

¹³ Satria Mirsya Affandy Nasution, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Faktor Emosional Biaya Dan Kemudahan Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Aplikasi Jasa Gojek Di Medan," *Jurnal Proceeding Seminar Nasional Kewirausahaan*, Volume 2, Nomor 1, (2021), 147.

¹⁴ Achmad Rosidi, "Pengaruh Pengetahuan Produk, Biaya Adminstrasi Dan Bagi Hasil Terhadap Minat Masyarakat," *Jurnal Ilmu Ekonomi*, Volume 5, Nomor 3, (Agustus, 2021), 444-445.

¹⁵ Kasmir, *Manajemen Perbankan* (Jakarta: Rajawali, 2017), 129.

b. Indikator biaya

Terdapat beberapa acuan yang kemudian dapat dijadikan suatu indikator dalam biaya, diantaranya yaitu:¹⁶

1) Keterjangkauan biaya

Pelanggan dapat menjangkau biaya yang ditetapkan oleh perusahaan.

2) Kesesuaian antara biaya dengan kualitas produk

Menjadi salah satu indikator untuk menentukan kualitas barang tersebut.

3) Daya saing

Mahal dan murah harga dari suatu produk dapat dipertimbangkan oleh konsumen.

4) Kesesuaian antara biaya dengan manfaat

Konsumen akan membeli jika manfaat yang dimiliki produk dirasa besar atau sesuai dengan yang sudah dikeluarkan untuk mendapatkannya.

c. Biaya Menurut Perspektif Islam

Perkembangan lembaga keuangan syariah dalam menyalurkan dana pada masyarakat tidak terlepas dari administrasi. Proses administrasi dalam Islam memiliki tujuan membuat bukti mengenai kedua belah pihak yang berserikat agar suatu hari jika terjadi

¹⁶ Kotler dan Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran...*, 345.

perselisihan terdapat bukti. Dalam Q.S Al- Baqarah ayat 282 Allah SWT berfirman:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا تَدَايَيْتُمْ بِدَيْنٍ إِلَىٰ أَجَلٍ مُّسَمًّى فَاكْتُبُوهُ وَلْيَكْتُب بِيْنَكُمْ كَاتِبٌ بِالْعَدْلِ وَلَا يَأْب كَاتِبٌ أَنْ يَكْتُبَ كَمَا عَلَّمَهُ اللَّهُ فَلْيَكْتُبْ وَلْيُمْلِلِ الَّذِي عَلَيْهِ الْحَقُّ وَلْيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ وَلَا يَبْخَسْ مِنْهُ شَيْئًا فَإِنْ كَانَ الَّذِي عَلَيْهِ الْحَقُّ سَفِيهًا أَوْ ضَعِيفًا أَوْ لَا يَسْتَطِيعُ أَنْ يُمْلَئَ هُوَ فَلْيُمْلِلْ وَلِيُّهُ بِالْعَدْلِ وَاسْتَشْهِدُوا شَهِيدَيْنِ مِنْ رِجَالِكُمْ فَإِنْ لَمْ يَكُونَا رَجُلَيْنِ فَرَجُلٌ وَامْرَأَتٌ مِمَّنْ تَرْضَوْنَ مِنَ الشُّهَدَاءِ أَنْ تَضِلَّ إِحْدَاهُمَا فَتُذَكِّرَ إِحْدَاهُمَا الْأُخْرَىٰ وَلَا يَأْب الشُّهَدَاءُ إِذَا مَا دُعُوا ۗ وَلَا تَسْمُرُوا أَنْ تَكْتُبُوهُ صَغِيرًا أَوْ كَبِيرًا إِلَىٰ أَجَلِهِ ذَلِكُمْ أَقْسَطُ عِنْدَ اللَّهِ وَأَقْوَمُ لِلشَّهَادَةِ وَأَدْنَىٰ أَلَّا تَرْتَابُوا إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً حَاضِرَةً تُدِيرُونَهَا بَيْنَكُمْ فَلَيْسَ عَلَيْكُمْ جُنَاحٌ أَلَّا تَكْتُبُوهَا وَأَشْهَدُوا إِذَا تَبَايَعْتُمْ ۗ وَلَا يُضَارَّ كَاتِبٌ وَلَا شَهِيدٌ ۗ وَإِنْ

صلى

تَفَعَّلُوا فَإِنَّهُ فَسُوقٌ بِكُمْ ۗ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۗ وَيُعَلِّمُكُمُ اللَّهُ ۗ وَاللَّهُ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ

قله

Artinya: Wahai orang-orang yang beriman. Apabila kamu melakukan utang piutang untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya. Dan hendaklah seorang penulis di antara kamu menuliskannya dengan benar. Janganlah penulis menolak untuk menuliskannya sebagaimana Allah telah mengajarkan kepadanya, maka hendaklah dia menuliskan. Dan hendaklah orang yang berutang itu mendiktekan, dan hendaklah dia bertakwa kepada Allah, Tuhannya, dan janganlah dia mengurangi sedikit pun daripadanya. Jika yang berutang itu orang yang kurang akalnya atau lemah (keadaannya), atau tidak mampu mendiktekan sendiri, maka

hendaklah walinya mendiktekannya dengan benar. Dan persaksikanlah dengan dua orang saksi laki-laki di antara kamu. Jika tidak ada (saksi) dua orang laki-laki, maka (boleh) seorang laki-laki dan dua orang perempuan di antara orang-orang yang kamu sukai dari para saksi (yang ada), agar jika yang seorang lupa, maka yang seorang lagi mengingatkannya. Dan janganlah saksi-saksi itu menolak apabila dipanggil. Dan janganlah kamu bosan menuliskannya, untuk batas waktunya baik (utang itu) kecil maupun besar. Yang demikian itu, lebih adil di sisi Allah, lebih dapat menguatkan kesaksian, dan lebih mendekatkan kamu kepada ketidakraguan, kecuali jika hal itu merupakan perdagangan tunai yang kamu jalankan di antara kamu, maka tidak ada dosa bagi kamu jika kamu tidak menuliskannya. Dan ambillah saksi apabila kamu berjual beli, dan janganlah penulis dipersulit dan begitu juga saksi. Jika kamu lakukan (yang demikian), maka sungguh, hal itu suatu kefasikan pada kamu. Dan bertakwalah kepada Allah, Allah memberikan pengajaran kepadamu, dan Allah Maha Mengetahui segala sesuatu. (Q.S Al- Baqarah: 282).¹⁷

Dalam ayat tersebut Allah SWT memerintahkan kepada orang yang beriman agar mereka melaksanakan ketentuan- ketentuan yang diperintahkan Allah SWT dalam setiap melakukan perjanjian secara tidak tunai yaitu melengkapi dengan alat- alat bukti, sehingga bukti

¹⁷ Al Quran Dan Terjemahannya Q.S Al-Baqarah Ayat 282.

dapat dijadikan dasar menyelesaikan perselisihan apabila terjadi dikemudian hari.

d. Pengaruh Fitur Terhadap Kepuasan

Fitur dapat diartikan sebagai sarana kompetitif untuk membedakan atau mendiferensiasikan produk dari perusahaan satu dengan produk perusahaan lainnya.¹⁸ Fitur merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan seorang pelanggan atau pengguna, dimana semakin lengkap fitur yang tersedia oleh aplikasi maka tingkat kepuasan seorang pengguna juga semakin meningkat. Begitupun sebaliknya jika fitur yang disediakan oleh aplikasi tersebut tidak lengkap, maka kepuasan seorang pengguna juga akan menurun. Jadi fitur yang ada pada aplikasi mempengaruhi kepuasan seorang pelanggan atau pengguna aplikasi.¹⁹

e. Pengaruh Biaya Administrasi Terhadap Kepuasan

Biaya dapat dikatakan sebagai nilai yang harus dikeluarkan atau dikorbankan untuk mendapatkan suatu barang atau jasa yang dikehendaki. Biaya juga dapat diartikan sebagai salah satu aktivitas ekonomi dimana mengharuskan mengeluarkan biaya demi terwujudnya transaksi. Biaya menjadi salah satu faktor yang dapat mempengaruhi suatu kepuasan pelanggan. Apabila biaya

¹⁸ Kotler Dan Armstrong, *Prinsip- Prinsip Pemasaran...*, 273.

¹⁹ Siti Rukani Dan Novi Marlana, "Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Fitur Layanan Terhadap Kepuasan Menggunakan Aplikasi *Edulearning* Sebagai Media Pembelajaran Online," *Jurnal PTK Dan Pendidikan*, Volume 7, Nomor 2, (2021), 108.

naik satu tingkat atau semakin tinggi biaya, maka kepuasan pelanggan juga akan turun, dengan demikian maka biaya memiliki atau berpengaruh terhadap kepuasan seorang pelanggan.²⁰

B. Kajian Pustaka

Adapun penelitian terdahulu yang dijadikan acuan adalah sebagai berikut:

Tabel 2.1
Studi penelitian terdahulu

No	Nama Peneliti dan Tahun	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaan
1	Abdillah Mundir dan Lilik Nur Hayati (2021)	Pengaruh Layanan <i>Mobile Banking</i> Terhadap Kepuasan Nasabah Di BRI Syariah KCP Malang Pandaan Kabupaten Pasuruan.	Persepsi kecepatan, keamanan, akurasi data serta kepercayaan memiliki pengaruh terhadap kepuasan pengguna secara bersama- sama.	Persamaan terletak pada variabel terikat (Y) yang digunakan yaitu kepuasan. Perbedaan terletak pada variabel bebas (X) dan studi kasus juga berbeda.
2	Ahmad Dzul Ilmi Syarifuddin (2021)	Pengaruh Kepercayaan Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Pada <i>Mobile Banking</i> Di Era Pandemic	Kepercayaan memiliki pengaruh positif pada kepuasan nasabah, kepercayaan nasabah banyak dipengaruhi oleh fasilitas <i>mobile banking</i> karena	Persamaan terletak pada variabel Y yaitu kepuasan nasabah. Perbedaan terletak pada variabel X yang digunakan, studi kasus yang

²⁰ Edi Murdiyanto, "Pengaruh Online Trading Terhadap Kepuasan Nasabah PT Sucorinvest Central Gani Cabang Kediri," Jurnal Ekonika, Volume 3, Nomor 2, (2018), 166-168.

		Covid-19 (Studi Bank BNI Cabang Makassar)	dapat memudahkan akses transaksi, oleh karena itu layanan <i>mobile banking</i> menjadi daya tarik nasabah melakukan transaksi dimasa pandemi covid-19.	diambil juga berbeda.
3	Diana Sintiya (2020)	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).	Kepercayaan memiliki pengaruh terhadap kepuasan, kualitas layanan <i>mobile banking</i> memiliki pengaruh secara signifikan pada kepuasan nasabah bertransaksi di bank syariah, serta kedua variabel secara bersama mempengaruhi kepuasan secara signifikan.	Persamaan terletak pada variabel terikat (Y) kepuasan. Perbedaan terletak pada variabel bebas (X) yaitu kepercayaan dan kualitas layanan <i>mobile banking</i> . Studi kasus yang diambil juga berbeda.
4	Sri Nawangsari dan Nadea Dwirahma (2020)	Pengaruh <i>E-Servive Quality</i> Dan <i>E-Trust</i> Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna BNI <i>Mobile Banking</i> Melalui Citra Bank Sebagai Variabel	<i>e-service quality</i> dan <i>e-trust</i> memiliki pengaruh terhadap kepuasan pengguna BNI <i>mobile banking e-service</i> dan <i>e-trust</i> memiliki pengaruh pada citra bank serta citra bank memiliki pengaruh pula pada kepuasan pengguna BNI <i>mobile banking</i> .	Persamaan terletak pada variabel Y yaitu kepuasan. Perbedaan terletak pada variabel X dan studi kasus yang berbeda.

		Intervening (Studi Kasus Pada Nasabah Pengguna BNI <i>Mobile Banking</i> Di Kota Depok).		
5	Yeni Anda Dwinurpitasari (2019)	Pengaruh Kualitas Layanan Dan Produk <i>Mobile Banking</i> Terhadap Kepuasan Nasabah Pada BRI Syariah KCP Ponorogo.	Kualitas layanan dan produk dari <i>mobile banking</i> memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah, keduanya secara simultan memiliki pengaruh signifikan pada kepuasan nasabah BRI Syariah KCP Ponorogo.	Persamaan terletak pada variabel terikat (Y) yaitu kepuasan. Perbedaan terletak pada variabel bebas Studi kasus yang diambil juga berbeda.
6	Ahmad Faturhman (2019)	Pengaruh Dimensi Easy To Use dan Efficiency Terhadap <i>Customer Satisfaction</i> Pengguna Aplikasi BNI <i>Mobile Banking</i> di Kota Yogyakarta.	<i>Easy to use</i> sebagai variabel bebas memiliki pengaruh pada <i>customer satisfaction</i> sebagai variabel terikat.	Persamaan terletak pada variabel terikat (Y) yaitu kepuasan. Perbedaan terletak pada variabel bebas Studi kasus yang diambil juga berbeda.
7	Zakaria Harahap tahun (2020)	Pengaruh Pelayanan <i>M-Banking</i> Terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Syariah	Pelayanan dari <i>m-banking</i> memiliki pengaruh signifikan pada kepuasan nasabah.	Persamaan terletak pada metode kuantitatif dan variabel terikat. Perbedaan terletak pada

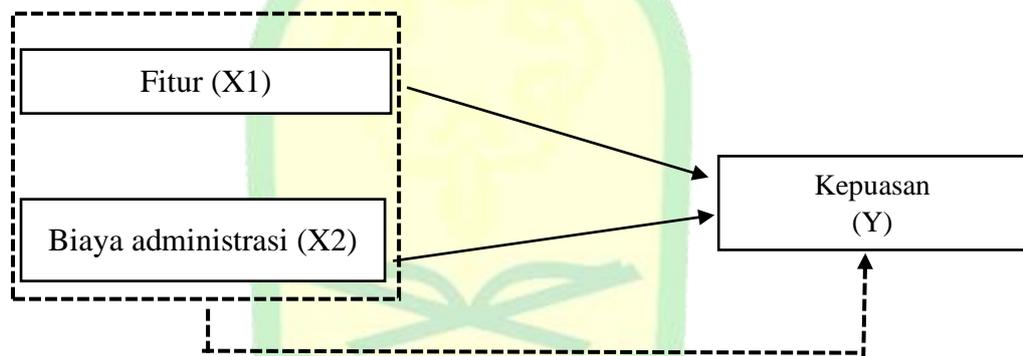
		Mandiri Kota Prabumulih.		variabel bebas yang dipakai.
8	Hendrik Tri Laksono dkk (2021)	Pengaruh Kualitas Pelayanan <i>Mobile Banking</i> Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna <i>Mobile Banking</i> PT. Bank Negara Indonesia Tbk Di KCP Buaran Jakarta.	Kualitas layanan dari mobile banking memiliki pengaruh yang positif pada suatu kepuasan pengguna dari BNI <i>mobile banking</i> KCP Buaran Jakarta.	Persamaan terletak pada variabel terikat (Y) yaitu kepuasan. Perbedaan terletak pada variabel bebas, studi kasus yang diambil juga berbeda.
9	Sri Imelda dan Hikmayanti Huwaida (2019)	Pengaruh Kualitas Layanan <i>M-Banking</i> Terhadap Kepuasan Nasabah pada bank BRI Kayu Tangi Banjarmasin.	Layanan <i>m-banking</i> mempunyai pengaruh yang signifikan pada kepuasan. <i>Tangible</i> dan <i>assurance</i> secara parsial berpengaruh positif tidak signifikan, <i>emphaty</i> dan <i>reliability</i> memiliki pengaruh positif signifikan, sedangkan <i>responsiveness</i> tidak memiliki pengaruh pada kepuasan.	Persamaan terletak pada variabel terikat (Y) yaitu kepuasan. Perbedaan terletak pada variabel bebas, studi kasus yang diambil juga berbeda.
10	Siti Rukani dan Novi Marlina (2021)	Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Fitur	Persepsi kemudahan secara signifikan berpengaruh terhadap kepuasan,	Persamaan terletak pada variabel terikat dan satu variabel

		Layanan Terhadap Kepuasan Menggunakan Aplikasi <i>Edu Learning</i> Sebagai Media Pembelajaran <i>Online</i> .	fitur layanan secara signifikan berpengaruh terhadap kepuasan, persepsi kemudahan dan fitur layanan secara bersama-sama memiliki pengaruh terhadap kepuasan menggunakan aplikasi <i>edu learning</i> di SMK Ketintang Surabaya.	bebas. Perbedaan terletak pada studi kasus dan objek penelitian.
11	Findy Meileny dan Tri Indra Wijaksana (2020)	Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan <i>LinkAja</i> Di Indonesia.	Persepsi manfaat, persepsi kemudahan, fitur layanan dan kepercayaan terhadap tingkat kepuasan pelanggan <i>LinkAja</i> di Indonesia baik secara parsial dan simultan berpengaruh positif dan signifikan.	Persamaan terletak pada variabel terikat dan satu variabel bebas. Perbedaan terletak pada studi kasus dan objek penelitian.
12	Rafelito Octa Putra Utama (2020)	Pengaruh Kelengkapan Fitur, Kemudahan Penggunaan Dan Biaya Transaksi Terhadap Kepuasan Nasabah Aplikasi <i>Online</i>	Kelengkapan fitur, kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah sedangkan biaya transaksi berpengaruh negatif terhadap kepuasan nasabah.	Persamaan terletak pada variabel terikat dan satu variabel bebas. Perbedaan terletak pada beberapa variabel bebas, objek penelitian dan lokasi.

		<i>Trading</i> Pada PT FAC Sekuritas Indonesia.		
13	Fajar Sidiq (2020)	Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Biaya Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Bengkel Iksan Motor Sragen)	Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, biaya berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan dan lokasi berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.	Persamaan terletak pada metode penelitian yaitu kuantitatif, dan variabel terikat. Perbedaan terletak pada variabel bebas, objek penelitian dan lokasi.
14	Satria Mirsya Affandy Nasution (2021)	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Faktor Emosional, Biaya Dan Kemudahan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pengguna Aplikasi Jasa <i>Gojek</i> Di Medan.	Kualitas pelayanan, faktor emosional, biaya dan kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada pengguna aplikasi jasa <i>Gojek</i> di Medan baik secara parsial maupun simultan.	Persamaan terletak pada variabel terikat (Y) yaitu kepuasan. Perbedaan terletak pada variabel bebas, studi kasus, objek dan lokasi yang diambil berbeda
15	Ade Ahmad Fathoni (2018)	Pengaruh Penggunaan Fitur <i>Instagram Stories</i> Dan <i>Interface Design Instagram</i>	Fitur <i>instagram stories</i> dan <i>interface design instagram</i> memiliki pengaruh terhadap kepuasan menggunakan <i>instagram</i> .	Persamaan terletak pada variabel terikat (Y) yaitu kepuasan. Perbedaan terletak pada studi kasus, objek

		Terhadap Kepuasan Menggunakan Instagram Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Gunadarma.		dan lokasi yang diambil berbeda.
--	--	---	--	-------------------------------------

C. Kerangka Pemikiran



Gambar 2.1 Kerangka Berpikir

Keterangan:

————— : Pengaruh parsial

----- : Pengaruh simultan

Dari kerangka berpikir diatas, maka akan dianalisis:

1. Apakah fitur memiliki pengaruh terhadap kepuasan mahasiswa FEBI IAIN Ponorogo Angkatan tahun 2018 sebagai pengguna *BSI Mobile*.
2. Apakah biaya admintrasi memiliki pengaruh terhadap kepuasan mahasiswa FEBI IAIN Ponorogo Angkatan tahun 2018 sebagai pengguna *BSI Mobile*.

3. Apakah fitur dan biaya administrasi memiliki pengaruh secara simultan terhadap kepuasan mahasiswa FEBI IAIN Ponorogo Angkatan tahun 2018 sebagai pengguna *BSI Mobile*.

D. Hipotesis

Hipotesis merupakan suatu jawaban sementara terhadap rumusan masalah dari penelitian. Adapun hipotesis yang dirumuskan dalam penelitian yang akan dilakukan adalah sebagai berikut:

H_0 : Fitur tidak berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa FEBI IAIN Ponorogo Angkatan 2018 sebagai pengguna *BSI Mobile*.

H_{a1} : Fitur berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa FEBI IAIN Ponorogo Angkatan tahun 2018 sebagai pengguna *BSI Mobile*.

H_0 : Biaya administrasi tidak berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa FEBI IAIN Ponorogo Angkatan Tahun 2018 sebagai pengguna *BSI Mobile*.

H_{a2} : Biaya administrasi berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa FEBI IAIN Ponorogo Angkatan tahun 2018 sebagai pengguna *BSI Mobile*.

H_0 : Fitur dan biaya administrasi tidak berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan mahasiswa FEBI IAIN Ponorogo Angkatan 2018 sebagai pengguna *BSI Mobile*.

H_{a3} : Fitur dan biaya administrasi berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan mahasiswa FEBI IAIN Ponorogo Angkatan tahun 2018 sebagai pengguna *BSI Mobile*.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian

Penelitian yang dilakukan ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif diartikan sebagai penelitian yang berlandaskan filsafat positivisme. Digunakan untuk meneliti pada populasi ataupun sampel tertentu, pada penelitian kuantitatif pengumpulan data dilakukan menggunakan instrumen penelitian, dan analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dimana analisis tersebut digunakan dengan tujuan menguji hipotesis yang sudah ditetapkan.¹ Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari variabel fitur dan biaya terhadap kepuasan pengguna Bank Syariah Indonesia *Mobile*.

B. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

1. Variabel Penelitian

Secara teoritis variabel penelitian dapat diartikan sebagai sifat nilai dari seseorang, objek atau suatu aktivitas yang memiliki varietas tertentu dimana sudah ditentukan peneliti yang digunakan untuk mempelajari selanjutnya dapat diambil kesimpulan.² Penelitian ini terdapat tiga macam variabel diantaranya yaitu:

a. Variabel independen atau variabel bebas

¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2019), 16-17.

² *Ibid.*, 68.

Variabel independen yaitu anteseden, prediktor, penyebab atau biasa disebut dengan variabel bebas. Variabel bebas adalah variabel yang dapat mempengaruhi variabel dependen. Pada penelitian ini variabel independen ada dua yaitu variabel fitur (X1) dan variabel biaya administrasi (X2).

b. Variabel dependen

Variabel dependen adalah variabel akibat, atau biasa disebut dengan variabel terikat. Pada penelitian ini variabel dependen terdapat satu variabel yaitu kepuasan (Y).

2. Definisi Operasional

Tabel 3.1
Definisi operasional

Variabel penelitian	Definisi	Indikator	Sumber
Fitur (X1)	Fitur merupakan sarana kompetitif untuk membedakan atau diferensiasi suatu produk perusahaan dari produk pesaing.	a. Kemudahan akses informasi tentang produk dan jasa. b. Keberagaman layanan transaksi. c. Keberagaman fitur. d. Inovasi produk	Wai-Ching Poon (2008)
Biaya administrasi (X2)	Nilai yang harus dikorbankan untuk mendapat suatu barang.	a. Keterjangkauan biaya. b. Kesesuaian antara biaya dengan kualitas produk. c. Daya saing.	Kotler & Amstrong (2008)

		d. Kesesuaian biaya dengan manfaat.	
Kepuasan (Y)	Kepuasan adalah suatu evaluasi pasca konsumsi bahwa suatu alternatif yang dipilih setidaknya memenuhi atau melebihi suatu harapan.	a. Kepuasan konsumen keseluruhan. b. Dimensi kepuasan konsumen. c. Konfirmasi harapan. d. Minat pembelian ulang. e. Kesiapan untuk merekomendasikan. f. Ketidakpuasan konsumen.	Fandy Tjiptono (2019)

C. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian merupakan salah satu hal yang dapat diprioritaskan dalam melakukan suatu penelitian, dan lokasi penelitian harus disesuaikan dengan permasalahan yang diambil oleh peneliti. Penelitian ini dilakukan pada lingkup mahasiswa FEBI IAIN Ponorogo angkatan tahun 2018 pengguna Bank Syariah Indonesia *Mobile* karena peneliti menemukan permasalahan yang ada pada lingkungan tersebut.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi merupakan keseluruhan dari elemen yang akan dijadikan wilayah generalisasi. Elemen populasi sendiri yaitu suatu keseluruhan subyek yang akan diukur, dan merupakan unit yang akan diteliti.³ Populasi dalam penelitian ini yaitu mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo Angkatan Tahun 2018 yang menggunakan fasilitas atau sebagai pengguna dari Bank Syariah Indonesia *Mobile*. Sehingga populasi dalam penelitian ini tidak dapat diketahui secara pasti berapa jumlah populasi karena memang tidak diketahui berapa jumlah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo Angkatan 2018 yang memakai aplikasi Bank Syariah Indonesia *Mobile*.

2. Sampel

Penelitian kuantitatif, sampel yaitu suatu bagian dari karakteristik serta jumlah yang dimiliki dari suatu populasi. Dasar teknik sampel responden dalam penelitian ini menggunakan teknik *non probability sampling* yaitu suatu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih dijadikan sampel. Sedangkan teknik sampel menggunakan *sampling incidental* yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, jadi siapa saja yang secara kebetulan atau insidental bertemu

³ Sugiyono, *Metode Penelitian...*, 126.

dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.⁴

Penelitian menggunakan rumus pendekatan Isac Michel, dimana besaran atau jumlah dari populasi tidak diketahui.⁵

$$n = \frac{(Z \alpha/2)^2 p \cdot q}{e^2}$$

Adapun keterangan sebagai berikut:

n = jumlah dari sampel

p = Proporsi dari populasi. Apabila estimasi proporsi awal populasi tidak dimungkinkan maka nilainya 0,5.⁶

q = 1- p

Z = Tingkat dari kepercayaan atau signifikan. Apabila kepercayaan yang digunakan 90%, nilai Z yaitu 1,65. Kepercayaan 95 nilai Z sebesar 1,96. Kepercayaan 99% maka nilai Z yaitu 2,58.⁷

e = *Margin of error*

Tingkat dari kepercayaan yang dipakai yaitu 95% maka nilai Z adalah 1,96 dan proporsi populasi 0,5. *Margin of error* sebesar 10%. Jadi

hasil dari perhitungan sebagai berikut:

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

⁴ Ibid., 128- 133.

⁵ Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Denga Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS* (Jakarta: Kencana, 2017), 34.

⁶ Leonard J. Kazmier, *Schaum's Easy Outlines Statistic Untuk Bisnis* (Jakarta: Erlangga, 2004),67.

⁷ Eriyanto, *Analisis Isi: Pengantar Metodologi Untuk Penelitian Ilmu Komunikasi Dan Ilmu – Ilmu Sosial Lainnya* (Prenada Media, 2015), 167.

$$n = 96,04$$

Berdasarkan perhitungan yang ada, maka keseluruhan jumlah sampel berjumlah 96 responden yaitu mahasiswa FEBI IAIN Ponorogo angkatan tahun 2018 sebagai pengguna Bank Syariah Indonesia *Mobile*.

E. Jenis dan Sumber Data

Penelitian dilakukan menggunakan metode penelitian kuantitatif, data jenis kuantitatif yaitu data- data yang berwujud angka kemudian dianalisis berdasarkan prosedur statistik untuk mendapatkan kesimpulannya. Sumber data dalam penelitian ini yaitu sumber data primer, yang mana data primer yaitu data yang diperoleh secara langsung dari sumber data. Data primer juga disebut dengan data asli yang memiliki sifat *up to date*.⁸ Data primer diperoleh dari mahasiswa FEBI IAIN Ponorogo angkatan tahun 2018 yang menggunakan Bank Syariah Indonesia *Mobile* dengan cara memberi jawaban atas pernyataan melewati angket atau kuisisioner yang telah dibagikan oleh peneliti.

F. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini dengan menggunakan angket atau kuisisioner. Kuisisioner atau angket adalah sekumpulan pertanyaan yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden perihal dengan pribadinya maupun hal- hal yang terkait dengan materi penelitian yang dilakukan.⁹ Adapun langkah- langkah yang dilakukan

⁸ Sandu Siyoto dan Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015), 68.

⁹ Eko Nugroho, *Prinsip- Prinsip Menyusun Kuisisioner* (Malang: Ub Press, 2018), 19.

peneliti untuk mendapatkan data tersebut pertama menyiapkan kuisisioner, setelah kuisisioner sudah siap peneliti minta izin pada responden untuk meluangkan waktu serta kesediaan mengisi kuisisioner, ketiga yaitu membagi kuisisioner kepada responden dan yang terakhir mengolah hasil dari kuisisioner yang telah dibagikan oleh peneliti

G. Instrumen Penelitian

Instrumen merupakan alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan suatu informasi kuantitatif tentang variasi karakteristik variabel secara obyektif.¹⁰ Instrumen kuisisioner dibuat dengan menyediakan alternatif pilihan jawaban pada setiap butir- butir pernyataan atau pertanyaan. Ada beberapa macam jenis skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian, dalam penelitian ini skala yang digunakan adalah skala *likert*. Skala *likert* adalah skala yang mengukur kesetujuan atau ketidaksetujuan seseorang terhadap serangkaian pernyataan berkaitan dengan suatu keyakinan atau perilaku mengenai suatu objek tertentu.¹¹ Berikut ini kriteria pemberian skor pada pengukuran penelitian yang dilakukan:

¹⁰ Mamik, *Metodologi Kualitatif* (Sidoarjo: Zifatama Publisher, 2015), 76.

¹¹ Asep Hermawan, *Penelitian Bisnis Paradigma Kuantitatif* (Jakarta: Pt Grafindo, 2005), 132.

Tabel 3.2
Skor Jawaban

Keterangan	Skor
Sangat Tidak Setuju (STS)	1
Tidak Setuju (TS)	2
Setuju (S)	3
Sangat Setuju (SS)	4

Kriteria pemberian skor pada pengukuran penelitian yang dilakukan yaitu skor 1 sampai 4, tidak menggunakan 5 skor karena akan berpotensi memberikan data yang bersifat bias karena adanya pilihan netral atau ragu-ragu.

Tabel 3.3
Kisi- Kisi Instrumen

No	Variabel	Indikator	Butir Soal
1	Fitur	a. Kemudahan akses	1
		b. Keberagaman layanan.	2
		c. Keberagaman fitur.	3
		d. Inovasi produk.	4
2	Biaya administrasi	a. Keterjangkauan	5
		b. Kesesuaian kualitas	6
		c. Daya saing	7
		d. Kesesuaian manfaat	8
3	Kepuasan	a. Kepuasan keseluruhan	9
		b. Dimensi kepuasan	10
		c. Konfirmasi harapan	11
		d. Minat beli ulang	12
		e. Ketersediaan rekomendasi	13
		f. Ketidakpuasan	14

H. Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Instrumen pengumpulan data yang dilakukan pada penelitian adalah kuisisioner atau angket. Kuisisioner atau angket tersebut perlu untuk di uji coba pada responden dengan tujuan melihat apakah kuisisioner mempunyai suatu validitas serta reliabel tinggi. Validitas memiliki kata lain seperti sah atau tepat. Ide pokok sejauh mana kecermatan serta suatu ketepatan alat ukur dalam melaksanakan fungsi dari ukurnya. Instrumen disebut valid atau tidak, menggunakan kriteria nilai r_{tabel} . Apabila nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ dikatakan bahwa pernyataan itu valid. Reliabilitas yaitu sejauh mana suatu kesimpulan dari pengukuran bisa diyakini atau dipercaya. Instrumen yang mempunyai reliabilitas bagus atau dapat disebut reliabel, apabila hasil nilai koefisien reliabilitas (*Cronbach's Alpha*) lebih dari 0,6.¹²

I. Teknik Pengolahan dan Analisis Data

Teknik pengelolaan sebuah data setelah data diperoleh dari hasil pengumpulan data yang telah dilakukan, selanjutnya dilakukan pengolahan data. Analisa data dilakukan dengan analisis kuantitatif, dengan beberapa langkah sebagai berikut:

1. Uji Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik dipenuhi guna memberi sebuah kepastian bahwa persamaan regresi yang diperoleh memiliki suatu ketepatan dalam estimasi, konsisten dan tidak bias atau ragu.

¹² Azuar Juliandi, dkk, *Metodologi Penelitian Bisnis Konsep dan Aplikasi* (Medan: UMSU Press, 2014), 133-139.

a. Uji Normalitas

Pengujian normalitas bisa dilakukan memakai suatu uji yang disebut *kolmogorov-smimov* (K-S) dengan tujuan mengetahui apakah sampel berasal dari suatu populasi dengan distribusi tertentu yaitu distribusi normal. Hipotesis yang digunakan yaitu:

H_0 = berdistribusi normal

H_a = tidak berdistribusi normal

Kriteria dalam mengambil suatu keputusan dari variabel apakah berdistribusi normal atau tidak maka menggunakan uji *kolmogorov-smimov* sebagai berikut:

- 1) Apabila besar dari probabilitas atau nilai asymp.sig lebih besar dari nilai signifikansi (0,05) maka menerima H_0 atau distribusi normal.
- 2) Apabila besar dari probabilitas atau nilai asymp.sig lebih kecil dari nilai signifikansi (0,05) maka menolak H_0 atau menerima H_a (tidak berdistribusi normal).¹³

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas adalah suatu hubungan linier antara variabel independen suatu regresi berganda. Uji multikolinieritas memiliki tujuan menguji apakah model dari regresi yang terwujud terdapat suatu korelasi tinggi diantara variabel independen jadi regresi tersebut

¹³ Agus Widarjono, *Analisis Multivariat Terapan: Dengan Program SPSS, AMOS Dan SMARTPLS* (Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2015), 89-91.

dapat dinyatakan terdapat multikolonieritas. Metode yang dipakai guna melihat adanya multikolonieritas yaitu memakai *tolerance* dan *variance inflation factor*, dimana apabila hasil `nilai VIF semakin besar maka terdapat multikolonieritas sebagai aturan jika nilai VIF melebihi dari angka 10 maka terjadi multikolonieritas begitupun sebaliknya jika nilai VIF kurang dari angka 10 artinya tidak terjadi multikolonieritas.¹⁴

c. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas merupakan suatu varian gangguan yang tidak konstan atau konsisten. Memiliki tujuan guna melihat ada atau tidak variabel pada regresi yang tidak sama. Uji heteroskedastisitas dilakukan dengan memakai metode korelasi *spearman*, adapun langkah adalah sebagai berikut:¹⁵

- 1) Melakukan regresi persamaan $Y_i = \beta_0 + \beta_1 X_i + e_i$ lalu didapatkan residual.
- 2) Menghitung nilai harga mutlak dari error.
- 3) Menghitung korelasi *spearman*.
- 4) Membandingkan nilai dari r_{hitung} dan r_{tabel} . Apabila ada minimal satu hasil nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka dapat dikatakan terjadi heteroskedastisitas. Apabila seluruh variabel independen memiliki

¹⁴ Ibid., 59.

¹⁵ Ibid., 70-71.

hasil nilai signifikan $> 0,05$ tidak terjadi kasus heteroskedastisitas.

2. Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda memiliki fungsi sama dengan linier sederhana. Namun memiliki perbedaan yaitu jika linier sederhana digunakan satu variabel independen, pada linier berganda lebih dari satu variabel independen yang dapat mempengaruhi satu variabel dependen.

Adapun rumus sebagai berikut:¹⁶

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 \dots + b_nX_n$$

Y = Variabel dependen

X_1 = Variabel independen kesatu

X_2 = Variabel independen kedua

X_3 = Variabel independen ketiga

X_n = Variabel independen ke n

a, b_1 dan b_2 = konstanta

3. Uji Hipotesis

Uji hipotesis bertujuan untuk memberikan dasar untuk mengumpulkan bukti berupa data untuk menentukan apakah akan menerima pernyataan yang dibuat.

¹⁶ Ibid., 301.

a. Uji T

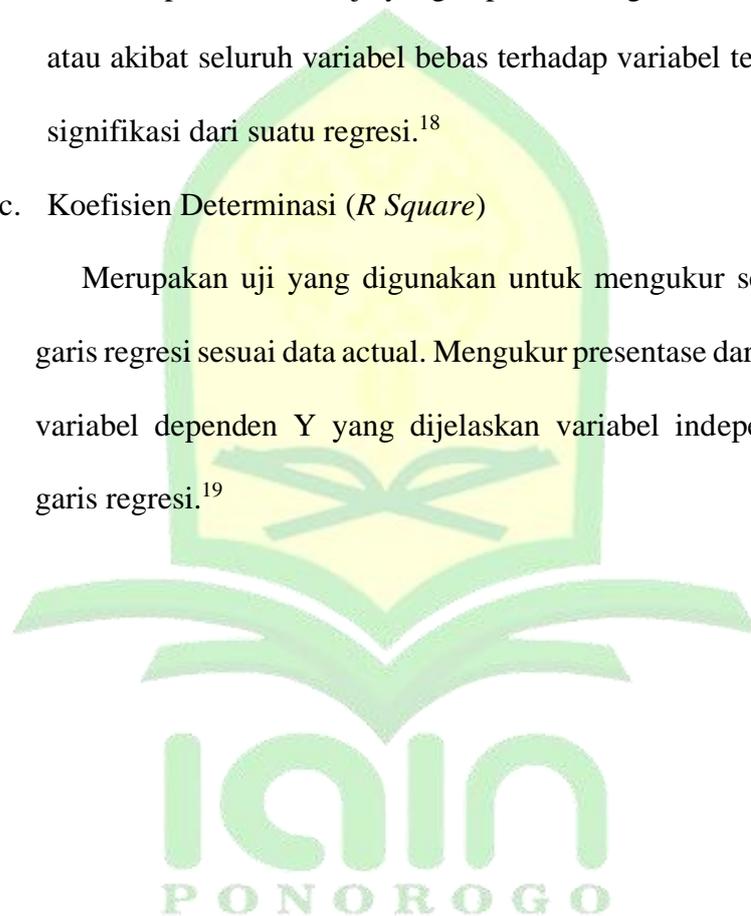
Merupakan uji parsial yang digunakan menguji pengaruh atau akibat dari variabel bebas terhadap variabel terikat secara individu.¹⁷

b. Uji F

Merupakan suatu uji yang dipakai sebagai evaluasi pengaruh atau akibat seluruh variabel bebas terhadap variabel terikat atau uji signifikansi dari suatu regresi.¹⁸

c. Koefisien Determinasi (*R Square*)

Merupakan uji yang digunakan untuk mengukur seberapa baik garis regresi sesuai data actual. Mengukur presentase dari total variasi variabel dependen Y yang dijelaskan variabel independen dalam garis regresi.¹⁹



¹⁷ Agus Widarjono, *Analisis Multivariat...*, 17.

¹⁸ Ibid., 19.

¹⁹ Ibid., 17.

BAB IV

PEMBAHASAN DAN ANALISA DATA

A. Gambaran Umum Obyek Penelitian

1. Profil PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk.

PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk. adalah hasil penggabungan atau *merger* dari tiga bank syariah diantaranya yaitu PT. Bank Syariah Mandiri (BSM), PT. Bank BRI Syariah (BRIS), dan PT. Bank BNI Syariah (BNIS). PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk. beroperasi secara resmi pada tanggal 1 Februari 2021 diresmikan secara langsung oleh Ir. Joko Widodo sebagai presiden Indonesia yang sebelumnya pada tanggal 12 Oktober 2020 telah dimulai proses *merger*, merupakan bank syariah terbesar yang ada di Indonesia. Pemerintah melakukan pembentukan bank syariah sebagai upaya memperkuat industri keuangan syariah di Indonesia, melihat sebuah peluang bahwa *merger* dapat membuktikan sebagai negara yang mayoritas penduduknya muslim sehingga memiliki bank syariah yang kuat secara fundamental serta tidak kalah dengan negara lain.¹

Penggabungan yang akhirnya menjadi satu bank syariah terbesar di Indonesia memiliki tujuan mendorong perbankan syariah menjadi lebih besar yang nantinya dapat menembus pasar secara global. Lewat penggabungan bank syariah ini diharapkan perbankan syariah dapat

¹ Achmad Sani Alhusain, "Bank Syariah Indonesia: Tantangan Dan Strategi Dalam Mendorong Perekonomian Nasional," Puslit BKD: Bidang Ekonomi Dan Kebijakan Public Info Singkat, Volume 13, Nomor 3, (2021), 19.

terus tumbuh serta menjadi energi baru bagi ekonomi secara nasional dan menjadi Bank Umum Milik Negara (BUMN) yang dapat sejajar dengan Bank Umum Milik Negara (BUMN) lainnya sehingga dapat bermanfaat secara sisi kebijakan serta transformasi bank.

2. Visi dan misi PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk.

a. Visi

Menjadi bank syariah berskala dunia, target untuk masuk dalam peringkat sepuluh besar dari bank syariah dunia yang memiliki nilai kapitalisasi besar pada tahun 2025.

b. Misi

- 1) Memberikan suatu akses solusi keuangan syariah Indonesia (melayani lebih dari dua puluh juta seorang nasabah serta menjadi top lima bank yang berdasarkan asset lima ratus trilliun dan nilai buku lima puluh trilliun pada tahun 2025).
- 2) Menjadi bank besar dimana memberi nilai terbaik untuk para pemegang saham (menjadi top lima bank paling *profitable* di Indonesia dengan ROE 18% serta valuasi kuat PB > 2).
- 3) Menjadi suatu perusahaan pilihan serta kebanggaan talenta terbaik di Indonesia (perusahaan yang memiliki nilai kuat dan memberdayakan kalangan masyarakat serta memiliki komitmen pengembangan karyawan dengan sebuah budaya yang berbasis kinerja).²

² Ibid., 20.

3. Bank Syariah Indonesia *Mobile*

Mobile banking secara umum merupakan saluran distribusi sebuah bank guna mengakses rekening yang dimiliki oleh seorang nasabah melalui sebuah teknologi penyampaian data perantara *General Package Radio Service* (GPRS) dengan sarana telepon selular. Bank Syariah Indonesia mempunyai sebuah fasilitas *mobile banking* dengan nama Bank Syariah Indonesia *Mobile*. Bank Syariah Indonesia *Mobile* yaitu sebuah fasilitas yang telah disediakan oleh Bank Syariah Indonesia untuk seluruh nasabah dimana setiap nasabah mempunyai hak akses ke rekening yang dimiliki serta dapat melakukan transaksi perbankan secara online, Bank Syariah Indonesia *Mobile* ini dapat diakses kapanpun dan dimanapun sesuai kebutuhan para nasabah tanpa harus pergi ke bank dengan perantara *smartphone* baik itu iOS maupun android.³

Bank Syariah Indonesia *Mobile* sama halnya dengan *mobile banking* lainnya, Bank Syariah Indonesia *Mobile* mempunyai sebuah fasilitas berbagai macam fitur dengan tujuan memudahkan nasabah melakukan transaksi perbankan mulai dari pengecekan informasi sebuah rekening sampai transaksi penting lainnya. Adapun fitur- fitur yang dimiliki Bank Syariah Indonesia *Mobile* sebagai berikut:⁴

³ Dwita Febrianti Dkk, "Penerapan Basis Data Pada Perusahaan Perbankan (Studi Kasus Penerapan Mobile Banking Pada Bank Syariah Indonesia)," Jurnal Pendidikan Tambusai, Volume 5, Nomor 2, (2021), 3687.

⁴ Ibid., 3688-3690.

a. Cek informasi rekening

Fitur informasi rekening memiliki maksud serta berfungsi untuk melakukan pengecekan terhadap segala informasi tentang transaksi yang ada direkening nasabah, pada fitur ini nasabah dapat melihat informasi saldo, tanggal mutase, daftar mutasi, informasi portofolio sampai daftar transaksi terjadwal.

b. Transfer

Fitur transfer memiliki fungsi memudahkan seorang nasabah untuk melakukan transfer baik sesama rekening Bank Syariah Indonesia maupun beda rekening sekalipun, dapat dilakukan secara *online* maupun transfer Sistem Kliring Nasional (SKN) secara 24 jam nonstop.

c. Pembayaran

Bank Syariah Indonesia *Mobile* juga dapat melakukan semua pembayaran yang berkaitan dengan kebutuhan sehari-hari seperti:

- 1) Pembayaran listrik PLN.
- 2) Pembayaran pendidikan maupun akademik.
- 3) Pembayaran tiket transportasi.
- 4) Pembayaran layanan telepon.
- 5) Pembayaran asuransi.
- 6) Pembayaran internet serta TV kabel.
- 7) Pembayaran belanja *e-commerce*.
- 8) Pembayaran Badan Penyelenggara Jaminan Sosial (BPJS).

9) Pembayaran haji serta umrah.

10) Pembayaran Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM).

d. Pembelian

Fitur pembelian yang ada pada Bank Syariah Indonesia *Mobile* memudahkan nasabah untuk melakukan pembelian kebutuhan sehari-hari seperti pulsa, paket data serta token listrik.

e. *QRIS*

QRIS atau *Quick Response Indonesian Standard* merupakan kode yang dikeluarkan oleh Bank Indonesia guna melakukan pembayaran. Fitur ini dapat digunakan untuk melakukan pembayaran dengan cara cukup memindai kode *QRIS* yang ada pada tempat yang menyediakan pembayaran secara *QRIS*.

f. E-mas

Fitur e-mas yang dimiliki oleh Bank Syariah Indonesia *Mobile* ini dapat memudahkan nasabah yang memiliki keinginan untuk membeli emas secara elektronik mulai dari 0,05 gram.

g. *Top-up*

Fitur *top-up* dapat membantu nasabah untuk melakukan transaksi saldo dompet digital atau biasa disebut dengan *e-wallet* seperti *GoPay*, *Paytren*, *Shopeepay*, *OVO*, *LinkAja*.

h. Layanan Islami

Fitur layanan islami ini menyediakan layanan bagi seorang nasabah yang akan melaksanakan ibadah seperti asmaul husna, juz

amma, pengingat waktu sholat sesuai dengan daerah masing-masing serta arah kiblat.

i. Buka rekening

Bank Syariah Indonesia *Mobile* juga memudahkan nasabah untuk melakukan kegiatan pembukaan buku rekening yang dilakukan secara online dengan berbagai pilihan jenis tabungan serta persyaratan yang cukup mudah.

B. Hasil Pengujian Instrumen (Validitas dan Reliabilitas)

1. Uji Validitas

Peneliti dalam menguji validitas instrumen menggunakan jumlah responden sebanyak 30 responden yang sesuai dengan kriteria, sehingga didapatkan $r_{tabel} = 0,361$. Menimbang atau mengukur suatu validitas sebuah instrumen apakah instrumen tersebut valid atau tidak maka digunakan nilai r_{tabel} . Apabila nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka dapat dikatakan item dari suatu pernyataan valid.⁵

Berikut adalah hasil dari uji validitas:

⁵ Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif...*, 55.

Tabel 4.1
Hasil Uji Validitas Fitur

Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
X1.1	0,886	0,361	Valid
X1.2	0,744	0,361	Valid
X1.3	0,845	0,361	Valid
X1.4	0,835	0,361	Valid

Sumber: Data primer diolah 2022

Berdasarkan pada tabel 4.1 di atas, maka dilihat bahwa terdapat empat pernyataan dari variabel fitur. Dapat diketahui serta disimpulkan bahwa semua $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka keseluruhan item pernyataan dari variabel fitur tersebut dinyatakan valid.

Tabel 4.2
Hasil Uji Validitas Biaya Administrasi

Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
X2.1	0,745	0,361	Valid
X2.2	0,846	0,361	Valid
X2.3	0,806	0,361	Valid
X2.4	0,861	0,361	Valid

Sumber: Data primer diolah 2022

Berdasarkan pada tabel 4.2 di atas, maka dilihat bahwa terdapat empat pernyataan dari variabel biaya administrasi. Dapat diketahui serta disimpulkan bahwa semua $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka keseluruhan item pernyataan dari variabel biaya administrasi tersebut dinyatakan valid.

Tabel 4.3
Hasil Uji Validitas Kepuasan

Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
Y.1	0,858	0,361	Valid
Y.2	0,541	0,361	Valid
Y.3	0,734	0,361	Valid
Y.4	0,673	0,361	Valid
Y.5	0,631	0,361	Valid
Y.6	0,533	0,361	Valid

Sumber: Data primer diolah 2022

Berdasarkan tabel 4.3, maka dapat diketahui bahwa terdapat enam pernyataan dari variabel kepuasan. Dapat diketahui serta disimpulkan bahwa semua $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka keseluruhan item pernyataan dari variabel kepuasan tersebut dinyatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Sebuah instrumen dapat dikatakan reliabel atau dapat dipercaya apabila suatu nilai dari koefisien reliabilitas atau biasa disebut dengan *Crobach's Alpha* memiliki hasil pengujian lebih dari 0,6.⁶ Berikut merupakan hasil dari uji reliabilitas:

⁶ Juliandi dan Manurung, *Metodologi Penelitian Bisnis...*,137-139.

Tabel 4.4
Hasil uji reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Batas	Keterangan
Fitur (X1)	0,846	0,6	Reliabel
Biaya Administrasi (X2)	0,823	0,6	Reliabel
Kepuasan (Y)	0,729	0,6	Reliabel

Sumber: Data primer diolah 2022

Berdasarkan pada tabel 4.4, menunjukkan bahwa hasil uji reliabilitas dari variabel fitur (X1) diperoleh hasil 0,846, biaya administrasi (X2) diperoleh hasil 0,823, dan kepuasan (Y) diperoleh hasil 0,729. Hasil pengujian reliabilitas yang telah dilakukan menunjukkan bahwa hasil dari nilai *Cronbach's Alpha* > batas (0,6) maka dapat disimpulkan keseluruhan dari instrumen yang ada reliabel atau terpercaya.

C. Hasil Pengujian Deskriptif

Peneliti melakukan suatu penelitian ini, kegiatan mengumpulkan data dilaksanakan dengan cara sebar kuisisioner atau angket melalui *google form* yang ditujukan kepada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo Angkatan Tahun 2018 sebagai pengguna aplikasi Bank Syariah Indonesia *Mobile*. Adapun karakteristik dari responden dalam penelitian adalah sebagai berikut:

1. Data responden berdasarkan jenis kelamin

Tabel 4.5

Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase
Laki- laki	11	11,5%
Perempuan	85	88,5%
Total	96	100%

Sumber: Data primer diolah 2022

Berdasarkan hasil tabel 4.5 di atas dapat dilihat dan diperoleh data dari jumlah responden sebanyak 96 responden, dari keseluruhan responden tersebut responden yang memiliki jenis kelamin laki- laki berjumlah 11 atau sebesar 11,5% dan responden yang memiliki jenis kelamin perempuan berjumlah 85 atau sebesar 88,5%.

2. Data responden berdasarkan jurusan

Tabel 4.6

Frekuensi Responden Berdasarkan Jurusan

Jurusan	Jumlah	Presentase
Ekonomi Syariah	13	13,5%
Perbankan Syariah	83	86,5%
Total	96	100%

Sumber: Data primer diolah 2022

Berdasarkan tabel 4.6 di atas dapat dilihat diperoleh data dari jumlah responden sebanyak 96 responden, dari keseluruhan responden tersebut responden yang berada pada jurusan Ekonomi Syariah

berjumlah 13 atau sebesar 13,5% dan responden yang berada pada jurusan Perbankan Syariah berjumlah 83 atau sebesar 86,5%.

3. Deskriptif Variabel

Pengelompokan penilaian responden dimaksudkan untuk mengetahui masing- masing kuisisioner, dengan melihat nilai rata- rata dinilai oleh responden dengan kriteria tinggi atau baik, cukup atau sedang, rendah atau buruk. Adapun pedoman kategorisasi rata- rata skor penilaian responden sebagai berikut:

Tabel 4.7
Kategorisasi Rata- Rata Skor Penilaian Responden

Rata- rata skor	Kriteria
1,01 – 2,00	Rendah/ buruk
2,01 – 3,00	Cukup/ sedang
3,01 – 4,00	Tinggi/ baik

a. Deskriptif variabel fitur

Tabel 4.8
Deskripsi Variabel Fitur

Indikator	Kategori Jawaban Responden				Rata- rata	Kriteria Penilaian Responden 3
	1	2	3	4		
X1.1	0	8	42	46	3,40	Tinggi/ baik
X1.2	1	9	35	51	3,42	Tinggi/ baik
X1.3	1	9	47	39	3,29	Tinggi/ baik
X1.4	2	11	47	36	3,22	Tinggi/ baik

Sumber: Data primer diolah 2022

Berdasarkan tabel diatas, dapat diuraikan sebagai berikut:

- 1) Indikator dari fitur yaitu kemudahan akses pada aplikasi *BSI Mobile* dinilai oleh responden tinggi atau baik dengan nilai rata- rata 3,40.
- 2) Indikator dari fitur yaitu layanan yang sangat beragam pada aplikasi *BSI Mobile* dinilai oleh responden tinggi atau baik dengan nilai rata-rata 3,42.
- 3) Indikator dari fitur yaitu keberagaman pada aplikasi *BSI Mobile* dinilai oleh responden tinggi atau baik dengan nilai rata- rata 3,29.
- 4) Indikator dari fitur yaitu inovasi produk yang beragam pada aplikasi *BSI Mobile* dinilai oleh responden tinggi atau baik dengan nilai rata-rata 3,22.

Dari uraian diatas maka dapat disimpulkan bahwa responden menilai tinggi pada indikator layanan yang sangat beragam pada aplikasi *BSI Mobile* dengan nilai rata- rata paling tinggi diantara indikator fitur yang lain yaitu 3,42.

b. Deskriptif variabel biaya administrasi

Tabel 4.9
Deskripsi Variabel Biaya Administrasi

Indikator	Kategori Jawaban Responden				Rata- rata	Kriteria Penilaian Responden 3
	1	2	3	4		
X2.1	1	21	50	24	3,01	Tinggi/ baik
X2.2	3	14	45	34	3,15	Tinggi/ baik
X2.3	9	18	46	23	2,86	Cukup/ sedang
X2.4	6	17	45	28	2,99	Cukup/ sedang

Sumber: Data primer diolah 2022

Berdasarkan tabel diatas, dapat diuraikan sebagai berikut:

- 1) Indikator dari biaya administrasi yaitu keterjangkauan biaya pada aplikasi *BSI Mobile* dinilai oleh responden tinggi atau baik dengan nilai rata- rata 3,01.
- 2) Indikator dari biaya administrasi yaitu kesesuaian biaya dengan kualitas pada aplikasi *BSI Mobile* dinilai oleh responden tinggi atau baik dengan nilai rata- rata 3,15.
- 3) Indikator dari biaya administrasi yaitu biaya pada aplikasi *BSI Mobile* bersaing dengan *mobile banking* lain dinilai oleh responden cukup atau sedang dengan nilai rata- rata 2,86.
- 4) Indikator dari biaya administrasi yaitu biaya sesuai dengan manfaat yang dirasakan pada aplikasi *BSI Mobile* dinilai oleh responden cukup atau sedang dengan nilai rata- rata 2,99.

Dari uraian diatas maka dapat disimpulkan bahwa responden menilai tinggi pada indikator kesesuaian biaya administrasi dengan kualitas pada aplikasi *BSI Mobile* dengan nilai rata- rata paling tinggi diantara indikator biaya administrasi yang lain yaitu 3,15.

c. Deskriptif variabel kepuasan

Tabel 4.10
Deskripsi Variabel Kepuasan

Indikator	Kategori Jawaban Responden				Rata- rata	Kriteria Penilaian Responden 3
	1	2	3	4		
Y.1	2	9	39	46	3,34	Tinggi/ baik
Y.2	2	5	48	41	3,33	Tinggi/ baik
Y.3	2	7	47	40	3,30	Tinggi/ baik
Y.4	2	7	42	45	3,35	Tinggi/ baik
Y.5	2	7	50	37	3,27	Tinggi/ baik
Y.6	3	24	41	28	2,98	Cukup/ sedang

Sumber: Data primer diolah 2022

Berdasarkan tabel diatas, dapat diuraikan sebagai berikut:

- 1) Indikator dari kepuasan yaitu merasa puas dari keseluruhan aplikasi BSI *Mobile* dinilai oleh responden tinggi atau baik dengan nilai rata- rata 3,34.
- 2) Indikator dari kepuasan yaitu merasa puas akan kecepatan dan fasilitas dari aplikasi BSI *Mobile* dinilai oleh responden tinggi atau baik dengan nilai rata- rata 3,33.
- 3) Indikator dari kepuasan yaitu sesuai antara harapan dengan kenyataan yang dirasakan pada aplikasi BSI *Mobile* dinilai oleh responden tinggi atau baik dengan nilai rata- rata 3,30.
- 4) Indikator dari kepuasan yaitu minat menggunakan kembali dan secara berulang aplikasi BSI *Mobile* dinilai oleh responden tinggi atau baik dengan nilai rata- rata 3,35.

- 5) Indikator dari kepuasan yaitu kesediaan merekomendasikan kepada orang lain untuk menggunakan aplikasi *BSI Mobile* karena keunggulannya dinilai oleh responden tinggi atau baik dengan nilai rata-rata 3,27.
- 6) Indikator dari kepuasan yaitu kompalin saat merasakan aplikasi *BSI Mobile* tidak sesuai dengan yang diinginkan dinilai oleh responden cukup atau sedang dengan nilai rata-rata 2,98.

Dari uraian diatas maka dapat disimpulkan bahwa responden menilai tinggi pada indikator minat menggunakan kembali dan secara berulang aplikasi *BSI Mobile* dengan nilai rata-rata paling tinggi diantara indikator kepuasan yang lain yaitu 3,35.

D. Hasil Pengujian Hipotesis

1. Hasil Pengujian Asumsi Klasik

a. Uji normalitas data

Uji normalitas data dalam penelitian memiliki tujuan untuk melihat apakah sebuah data dari populasi berdistribusi normal atau tidak. Penelitian ini menggunakan metode *Kolmogorov-Smirnov* dengan sebuah asumsi jika nilai dari *Kolmogorov-Smirnov* lebih besar dari 0,05 maka normalitas tersebut terpenuhi, begitupun sebaliknya apabila nilai dari *Kolmogorov-Smirnov* lebih kecil dari 0,05 maka data tersebut tidak berdistribusi normal⁷. Adapun uji normalitas data sebagai berikut:

⁷ Agus Widarjono, *Analisis Multivariat Terapan...*, 89-91.

Tabel 4.11

Hasil Uji Normalitas Residual

Kolmogorov Smirnov		
Unstandardized	N	Asymp. Sig. (2-tailed)
Residual	96	0,200

Sumber: Data primer diolah 2022

Berdasarkan tabel 4.7, dapat dilihat dan diketahui bahwa nilai sig dari *unstandardized residual* yaitu 0,200. Nilai dari sig $0,200 > 0,05$. Jadi dapat dikatakan bahwa data berdistribusi normal serta dapat dikatakan bahwa uji pada uji asumsi klasik normalitas terpenuhi.

b. Uji Multikolinieritas

Penelitian yang dilakukan menggunakan uji multikolinieritas, uji ini berfungsi untuk melihat apakah suatu model regresi mempunyai korelasi antara variabel independen atau tidak. Nilai yang digunakan dalam pengujian ini yaitu *tolerance* serta *variance inflation factor* (VIF), dengan ketentuan apabila hasil dari nilai *tolerance* lebih besar dari 0,10 maka tidak terjadi multikolinieritas, begitupun sebaliknya apabila nilai *tolerance* lebih kecil dari 0,10 maka terjadi multikolinieritas. Apabila nilai VIF lebih kecil dari 10 maka tidak terjadi multikolinieritas, dan sebaliknya apabila nilai VIF lebih besar dari 10 maka terjadi multikolinieritas.⁸ Berikut merupakan hasil uji multikolinieritas:

⁸ Ibid., 59.

Tabel 4.12

Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
X1	0,666	1,502	Tidak terjadi multikolinieritas
X2	0,666	1,502	Tidak terjadi multikolinieritas

Sumber: Data primer diolah 2022

Berdasarkan hasil dari uji multikolinieritas di atas, dapat dilihat nilai *tolerance* dari $X_1 = 0,666$ dan $X_2 = 0,666$, sedangkan besarnya nilai VIF dari $X_1 = 1,502$ dan $X_2 = 1,502$. Nilai dari *tolerance* variabel X_1 dan X_2 lebih besar dari 0,10 sementara nilai VIF dari variabel X_1 dan X_2 lebih kecil dari 10 maka dapat dikatakan bahwa tidak terjadi kasus multikolinieritas.

c. Uji Heterokesdastisitas

Heterokesdastisitas adalah suatu varian gangguan tidak konstan.

Uji ini memiliki tujuan mengetahui ada atau tidak suatu variabel yang ada pada regresi yang tidak sama dengan metode korelasi *spearman*. Adapun ketentuan jika secara keseluruhan dari variabel indepen memiliki nilai signifikan lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi kasus heterokesdastisitas⁹. Berikut merupakan hasil dari uji heterokesdastisitas:

⁹ Ibid., 70-71.

Tabel 4.13
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Sig	Keterangan
X1	0,403	Tidak terjadi heteroskedastisitas
X2	0,405	Tidak terjadi heteroskedastisitas

Sumber: Data primer diolah 2022

Dilihat dari tabel 4.9 di atas menunjukkan nilai signifikansi dari variabel X1= 0,403 dan X2= 0,405 dimana kedua hasil tersebut lebih besar dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa uji tersebut tidak terjadi kasus heteroskedastisitas.

2. Hasil Pengujian Analisis Regresi Linier Berganda

Uji analisis regresi linier berganda merupakan suatu alat untuk memprediksi adanya pengaruh dari dua variabel independen atau lebih terhadap satu variabel dependen. Hampir sama dengan sederhana, namun berganda terdiri lebih dari satu variabel bebas yang mempengaruhi variabel terikat.¹⁰ Berikut adalah hasil dari uji analisis regresi linier berganda:

¹⁰ Ibid., 301.

Tabel 4.14

Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.668 ^a	.447	.435	2.173

a. Predictors: (Constant), Biaya Administrasi, Fitur

Sumber: Data primer diolah 2022

Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda di atas, nilai R memperoleh hasil sebesar 0,668. Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa korelasi berganda yaitu fitur dan biaya administrasi terhadap kepuasan sebesar 66,8%. Sedangkan nilai dari R Square memperoleh hasil 0,447 dalam arti jumlah presentase sumbangan pengaruh dari variabel fitur dan biaya administrasi terhadap kepuasan sebesar 44,7%, sisanya 55,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak terdapat dalam penelitian.

Tabel 4.15

Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.778	1.561		4.343	.000
	Fitur	.616	.141	.413	4.371	.000
	Biaya Administrasi	.383	.107	.338	3.580	.001

a. Dependent Variable: Kepuasan

Sumber: Data primer diolah 2022

Berdasarkan hasil dari uji yang terdapat pada tabel di atas, maka dapat diuraikan model persamaan regresi:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2$$

$$Y = 6,778 + 0,616 X_1 + 0,383 X_2$$

Dari model persamaan regresi di atas dapat diuraikan sebagai berikut:

- a. Besarnya konstanta diketahui 6,778 dengan arti apabila koefisien dari variabel fitur dan biaya administrasi bernilai nol, maka variabel kepuasan bernilai 6,778.
- b. Nilai dari koefisien regresi fitur memiliki nilai positif yaitu 0,616 dimana memiliki arti bahwa setiap peningkatan fitur sebesar 1 satuan, maka meningkatkan kepuasan sebesar 0,616 satuan dengan asumsi variabel independen yang lain memiliki nilai tetap.
- c. Nilai dari koefisien regresi biaya administrasi memiliki nilai positif yaitu 0,383 dimana memiliki arti bahwa setiap peningkatan biaya administrasi sebesar 1 satuan, maka meningkatkan kepuasan sebesar 0,383 satuan dengan asumsi variabel independen yang lain memiliki nilai tetap.

3. Hasil Uji Hipotesis

a. Uji t

Uji t merupakan uji parsial yang dapat digunakan untuk menguji pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat secara individu.¹¹ Adapun ketentuan dari hasil pengujian memakai tingkat

¹¹ Agus Widarjono, *Analisis Multivariat...*, 17.

signifikansi 0,05. Apabila nilai dari signifikansi $> 0,05$ maka H_0 diterima dan apabila nilai signifikansi $< 0,05$ maka H_0 ditolak.

Hipotesis yang digunakan yaitu:

H_0 : X_1 tidak berpengaruh terhadap Y

H_1 : X_1 berpengaruh terhadap Y

H_0 : X_2 tidak berpengaruh terhadap Y

H_2 : H_2 berpengaruh terhadap Y

Adapun hasil dari uji t dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.16

Hasil Uji t

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.778	1.561		4.343	.000
	Fitur	.616	.141	.413	4.371	.000
	Biaya Administrasi	.383	.107	.338	3.580	.001

a. Dependent Variable: Kepuasan

Sumber: Data primer diolah 2022

Berdasarkan hasil uji t pada tabel di atas maka dapat diuraikan sebagai berikut:

- 1) Pengujian pengaruh dari variabel X_1 terhadap variabel Y menunjukkan hasil $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $4,371 > 1,986$ dan signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 maka H_0 ditolak.

Dapat diartikan terdapat pengaruh fitur terhadap kepuasan secara signifikan.

- 2) Pengujian pengaruh dari variabel X_2 terhadap variabel Y menunjukkan hasil $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $3,580 > 1,986$ dan signifikansi sebesar 0,001 lebih kecil dari 0,05 maka H_0 ditolak. Dapat diartikan terdapat pengaruh biaya administrasi terhadap kepuasan secara signifikan.

b. Uji F

Uji F digunakan untuk evaluasi pengaruh keseluruhan dari variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen.¹² Pengujian memakai tingkat signifikansi 0,05 dengan ketentuan apabila hasil nilai signifikansi kurang dari 0,05 maka H_0 ditolak dengan arti terdapat pengaruh yang signifikan. Adapun hasil dari uji F terdapat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.17

Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	354.395	2	177.198	37.544	.000 ^b
	Residual	438.938	93	4.720		
	Total	793.333	95			

a. Dependent Variable: Kepuasan

b. Predictors: (Constant), Biaya Administrasi, Fitur

Sumber: Data primer diolah 2022

¹² Ibid., 19.

Melihat tabel hasil uji F diatas dapat diketahui perolehan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ maka dapat diartikan variabel bebas yang terdiri dari fitur dan biaya administrasi secara bersama- sama berpengaruh terhadap variabel terikat yaitu kepuasan.

c. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk melihat suatu prosentase perubahan dari variabel terikat yang disebabkan oleh variabel bebas, mengukur presentase keseluruhan variasi dari variabel terikat yang dijelaskan oleh variabel bebas.¹³ Adapun hasil koefisien determinasi adalah sebagai berikut:

Tabel 4.18

Nilai Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.668 ^a	.447	.435	2.173

a. Predictors: (Constant), Biaya Administrasi, Fitur

Sumber: Data primer diolah 2022

Berdasarkan hasil nilai koefisien determinasi yang terdapat pada tabel di atas, dapat diketahui hasil dari *R Square* sebesar 0,447 menunjukkan pengaruh dari variabel bebas yang terdiri dari fitur dan biaya administrasi terhadap variabel terikat yaitu kepuasan sebesar 44,7% dan sisanya 55,3% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak terdapat dalam penelitian.

¹³ Ibid., 17.

E. Pembahasan

Adapun pembahasan hasil dari analisis yang telah dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Pengaruh Fitur Terhadap Kepuasan Pengguna Bank Syariah Indonesia *Mobile*.

Berdasarkan perolehan hasil uji yang sudah dilakukan menunjukkan hasil bahwa variabel fitur (X_1) memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pengguna Bank Syariah Indonesia *Mobile*. Apabila semakin tinggi kualitas fitur yang dimiliki oleh aplikasi Bank Syariah Indonesia *Mobile* maka kepuasan pengguna aplikasi Bank Syariah Indonesia *Mobile* semakin tinggi pula. Hal ini didukung dengan uji t dari variabel fitur memiliki hasil nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $4,371 > 1,986$ serta hasil nilai dari signifikansi yaitu 0,000 lebih kecil dari 0,05 dari hasil tersebut maka nilai kriteria H_{01} ditolak dan H_{a1} diterima dengan arti fitur memiliki pengaruh terhadap kepuasan.

Fitur yaitu sarana kompetitif guna dapat mendiferensiasi atau membedakan produk dari perusahaan dengan produk pesaing. Adapun cara efisien dapat bersaing adalah menjadi produsen yang pertama yang memperkenalkan sebuah fitur baru yang bernilai.¹⁴ Penelitian sama dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Siti

¹⁴ Kotler dan Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran...*, 273.

Rukani dan Novi Marlana dengan judul “Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Fitur Layanan Terhadap Kepuasan Menggunakan Aplikasi *Edulearning* Sebagai Media Pembelajaran Online” dengan hasil yang menunjukkan bahwa fitur yang baik memiliki pengaruh terhadap kepuasan.¹⁵

2. Pengaruh Biaya Administrasi Terhadap Kepuasan Pengguna Bank Syariah Indonesia *Mobile*.

Berdasarkan perolehan hasil uji yang sudah dilakukan menunjukkan hasil bahwa variabel biaya administrasi (X_2) memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pengguna Bank Syariah Indonesia *Mobile*. Apabila semakin terjangkau biaya administrasi yang diterapkan atau dipatok oleh aplikasi Bank Syariah Indonesia *Mobile* maka kepuasan pengguna aplikasi Bank Syariah Indonesia *Mobile* semakin tinggi pula. Hal ini didukung dengan uji t dari variabel biaya administrasi memiliki hasil nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $3,580 > 1,986$ serta hasil nilai dari signifikansi yaitu 0,001 lebih kecil dari 0,05 dari hasil tersebut maka nilai kriteria H_{02} ditolak dan H_{a2} diterima dengan arti biaya administrasi memiliki pengaruh terhadap kepuasan.

¹⁵ Siti Rukani Dan Novi Marlana, “Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Fitur Layanan Terhadap Kepuasan Menggunakan Aplikasi *Edulearning* Sebagai Media Pembelajaran Online,” Jurnal PTK Dan Pendidikan, Volume 7, Nomor 2, (2021), 108.

Biaya merupakan suatu nilai tukar, pengeluaran, pengorbanan yang dikeluarkan oleh seseorang guna memperoleh suatu manfaat. Jika nilai dari seorang pelanggan adalah harga yang murah maka pelanggan akan merasakan suatu kepuasan.¹⁶ Penelitian sama dengan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Edi Murdiyanto, “Pengaruh *Online Trading* Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Sucorinvest Central Gani Cabang Kediri” dengan hasil biaya yang terjangkau memiliki pengaruh terhadap kepuasan.

3. Pengaruh Fitur Dan Biaya Administrasi Terhadap Kepuasan Pengguna Bank Syariah Indonesia *Mobile*.

Berdasarkan hasil dari uji yang sudah dilakukan menunjukkan hasil bahwa variabel X_1 dan X_2 yaitu fitur dan biaya administrasi memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan dengan memperoleh hasil nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu 4,371 dan 3,580 lebih besar dari 1,986 dari hasil tersebut maka dapat diartikan apabila fitur dan biaya administrasi semakin baik dan terjangkau maka akan positif serta signifikan pula terhadap kepuasan pengguna Bank Syariah Indonesia *Mobile*. Berdasarkan hasil dari uji F yang dilakukan memperoleh hasil fitur dan biaya administrasi secara bersama- sama menunjukkan hasil positif terhadap kepuasan dengan ditunjukkan hasil perhitungan nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05.

¹⁶ Handi Irawan, *10 Prinsip...*, 2.

Melihat hasil tersebut maka nilai kriteria H_{03} ditolak dan H_{a3} diterima serta hasil nilai dari koefisien determinasi R (*R Square*) sebesar 0,447 jadi variabel bebas mampu mempengaruhi variabel terikat 44,7% dan sisanya 55,3% dipengaruhi oleh faktor- faktor lain seperti kualitas layanan, faktor emosional, kemudahan.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari analisis data serta pembahasan mengenai pengaruh fitur dan biaya administrasi terhadap kepuasan pengguna bank syariah Indonesia *mobile* mahasiswa FEBI IAIN Ponorogo Angkatan tahun 2018 dapat diambil kesimpulan adalah sebagai berikut:

1. Fitur berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna Bank Syariah Indonesia *Mobile* dengan hasil nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $4,371 > 1,986$ serta hasil nilai dari signifikansi yaitu 0,000 lebih kecil dari 0,05. Dari hasil tersebut maka hipotesis pertama yang menyatakan terdapat pengaruh fitur terhadap kepuasan secara parsial dan signifikan diterima.
2. Biaya administrasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna Bank Syariah Indonesia *Mobile* dengan hasil nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $3,580 > 1,986$ serta hasil nilai dari signifikansi yaitu 0,001 lebih kecil dari 0,05. Dari hasil tersebut maka hipotesis kedua yang menyatakan terdapat pengaruh biaya administrasi terhadap kepuasan secara parsial dan signifikan diterima.
3. Secara simultan fitur dan biaya administrasi berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pengguna Bank Syariah Indonesia *Mobile* dengan ditunjukkan hasil perhitungan nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05. Dari hasil tersebut maka hipotesis ketiga yang menyatakan terdapat pengaruh fitur dan biaya administrasi terhadap kepuasan

diterima, yang berarti terdapat pengaruh yang signifikan secara bersama-sama dari fitur dan biaya administrasi terhadap kepuasan pengguna Bank Syariah Indonesia *Mobile*.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan dari hasil penelitian yang dilakukan, maka saran dari peneliti adalah sebagai berikut:

1. Bank Syariah Indonesia diharapkan terus dapat meningkatkan kualitas dari layanan aplikasi *BSI Mobile* guna nasabah terus merasakan kepuasan yang semakin tinggi dengan adanya aplikasi *BSI Mobile* dan dapat mencapai visi dari Bank Syariah Indonesia yaitu menjadi bank syariah berskala dunia, target untuk masuk dalam peringkat sepuluh besar dari bank syariah dunia yang memiliki nilai kapitalisasi besar pada tahun 2025.
2. Bagi peneliti yang akan datang diharapkan dapat lebih mengembangkan, memperluas dan memperdalam dari variabel penelitian sehingga dapat memperoleh ilmu dan informasi yang lebih luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Al- Arif, M. Nur Rianto. *Dasar- Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta. 2012.
- Agustina, Heny. “Penggunaan Teknologi Informasi, Kemudahan, Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan Internet Banking Studi Pada Bank Syariah Mandiri.” *Jurnal Manajemen Kinerja*, Volume 3. Nomor 1. (Februari 2017): 26.
- Darya, Gusti Putu. *Akuntansi Manajemen*. Ponorogo: Uwais Inspirasi Indonesia. 2019.
- Duli, Nikolaus. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Deepublish. 2019.
- Eriyanto. *Analisis Isi: Pengantar Metodologi Untuk Penelitian Ilmu Komunikasi Dan Ilmu – Ilmu Sosial Lainnya*. Prenada Media. 2015.
- Hermawan, Asep. *Penelitian Bisnis Paradigma Kuantitatif*. Jakarta: PT Grafindo. 2005.
- Irawan, Handi. *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Elex Media Komputindo. 2009.
- *Indonesia Customer Satisfaction Membedah Strategi Kepuasan Pelanggan Merek Pemenang Icsa*. Jakarta: Elex Media Kampitudo. 2003.
- Juliandi, Azuar, dkk. *Metodologi Penelitian Bisnis Konsep dan Aplikasi*. Medan: UMSU Press. 2014.
- Kazmier, Leonard J. *Schaum’s Easy Outlines Statistic Untuk Bisnis*. Jakarta: Erlangga. 2004.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. *Prinsip- Prinsip Pemasaran Edisi 12 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga. 2008.
- Mamik. *Metodologi Kualitatif*. Sidoarjo: Zifatama Publisher. 2015.
- Murdiyanto, Edi. “Pengaruh Online Trading Terhadap Kepuasan Nasabah PT Sucorinvest Central Gani Cabang Kediri.” *Jurnal Ekonika*, Volume 3. Nomor 2. (2018). 166-168.
- Natalia, Jenny dan Ginting, Dahlia Br. “Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Penggunaan Aplikasi VIU.” *Jurnal Media Informatika*, Volume 17. Nomor 3. (2018): 149.

- Nasution, Satria Mirsya Affandy. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Faktor Emosional Biaya Dan Kemudahan Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Aplikasi Jasa Gojek Di Medan," *Jurnal Proceeding Seminar Nasional Kewirausahaan*, Volume 2. Nomor 1. (2021): 147.
- Nugroho, Eko. *Prinsip-Prinsip Menyusun Kuisisioner*. Malang: UB Press. 2018.
- Poon, Wai-Ching. "Users Adoption Of E-Banking Services: The Malaysian Perspective," *Journal Of Business* 23, Nomor 1. (2008): 64.
- Putra, Darma. *Pengolahan Citra Digital*. Yogyakarta: Andi. 2010.
- Rangkuti, Freddy. *Measuring Customer Satisfaction Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama. 2006.
- Ramolo, Sudarman. "Hubungan Gaya Hidup, Kualitas Produk, Harga Dengan Kepuasan Konsumen Pengguna Laptop Acer." *Skripsi*. Universitas Sanata Dharma Yogyakarta, 2019.
- Rahmawati. *Manajemen Pemasaran*. Samarinda: Mulawarman University Press. 2016.
- Reyhansyah, Ivan. "Analisis Pengaruh Service Quality dan Biaya Terhadap Kepuasan Pelanggan Studi Kasus Pada PT Mustikasakti Sarana Kencana." *Majalah Ilmiah Bahari Jogja*, Volume 18. Nomor 1. (Februari 2020): 100.
- Rukani, Siti dan Marlana, Novi. "Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Fitur Layanan Terhadap Kepuasan Menggunakan Aplikasi Edulearning Sebagai Media Pembelajaran Online," *Jurnal PTK dan Pendidikan*, Volume 7. Nomor 2. (2021): 100-111.
- Rosidi, Achmad. "Pengaruh Pengetahuan Produk, Biaya Administrasi Dan Bagi Hasil Terhadap Minat Masyarakat," *Jurnal Ilmu Ekonomi*, Volume 5. Nomor 3. (Agustus, 2021): 444-445.
- Setiadi, Nugroho J. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group. 2013.
- Siregar, Syofian. *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*. Jakarta: Kencana. 2017.
- Siyoto, Sandu Dan Sodik, Ali. *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing. 2015.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta. 2019.

Sumarwan, Ujang Sumarwan. dkk, *Riset Pemasaran Dan Konsumen*. Bogor: IPB Press. 2011.

Suntoyo, Danang. *Perilaku Konsumen dan Pemasaran*. Yogyakarta: Center Of Academic Publishing Service. 2015.

Susanto, Angga Sandy. "Membuat Segmentasi Berdasarkan *Lifestyle* (Gaya Hidup)." *Jurnal JIBEKA*, Volume 7. Nomor 2. (Agustus, 2013): 2-3.

Tjiptono, Fandy. *Pemasaran Jasa Prinsip, Penerapan Dan Penelitian*. Yogyakarta: ANDI. 2019.

Waluyo, Minto. *Manajemen Psikologi Industri*. Batu: Literasi Nusantara. 2019.

Wudarjono, Agus. *Analisis Multivariat Terapan: Dengan Program SPSS, AMOS Dan SMARTPLS*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN. 2015.

Widianingrum, Karina. "Pengaruh Manfaat, Kemudahan Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan *Mobile Banking* Bank Syariah Dan Dampaknya Terhadap Kepuasan Nasabah Studi Kasus BNI Syariah Wilayah DKI Jakarta." *Skripsi*. UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2021.

Internet:

<https://bsimobile.co.id>

<https://playgoggle>

