

**PERBANDINGAN PENGARUH *SERVICE EXCELLENT* DAN  
KUALITAS LAYANAN *MOBILE BANKING* TERHADAP  
KEPUASAN NASABAH**

**(Studi pada BRI Syariah KCP Ponorogo Dan Bank Muamalat  
KCP Ponorogo)**

**SKRIPSI**



Oleh :

Anggar Wulandari

NIM. 210817197

Pembimbing

Ruliq Suryaningsih, M.Pd.

NIDN. 2020068801

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

**2021**

## ABSTRAK

Wulandari, Anggar. Perbandingan Pengaruh *Service Excellent* dan kualitas layanan *mobile banking* terhadap kepuasan nasabah (Studi pada BRI Syariah KCP Ponorogo dan bank muamalat KCP Ponorogo). *Skripsi*. 2021. Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Intitut Agama Islam Negeri Ponorogo, pembimbing: Ruliq Suryaningsih, M.Pd

**Kata kunci** : *Service excellent*, kualitas layanan *mobile banking*, tingkat kepuasan nasabah

Kepuasan nasabah adalah hal yang ingin di capai dan di harapkan oleh setiap perusahaan. Kepuasan merupakan hal vital bagi suatu perusahaan. Menurut teori kepuasan nasabah dapat di pengaruhi oleh kualitas layanan. Agar kepuasan nasabah tercapai, perusahaan harus menyediakan kualitas layanan yg unggul diantaranya dengan menyusun strategi seperti *service excellent* dan kualitas layanan *mobile banking* yang baik. Namun teori tersebut bertentangan dengan kenyataan yang ada, menurut wawancara nasabah puas menjadi nasabah di perusahaan tersebut namun nasabah masih menyayangkan tentang kualitas layanan yang dlam hal ini adalah *service excellent* dan kualitas layanan *mobile banking* yang menurut nasabah perlu di tingkatkan kembali.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah : 1) apakah *service excellent* dan kualitas layanan *mobile banking* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di BRI Syariah KCP Ponorogo dan Bank Muamalat KCP Ponorogo secara parsial? 2) apakah *service excellent* dan kualitas layanan *mobile banking* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di BRI Syariah KCP Ponorogo dan Bank Muamalat KCP Ponorogo secara simultan ? 3) Apakah terdapat perbedaan tingkat kepuasan nasabah di BRI Syariah KCP Ponorogo dan Bank Muamalat KCP Ponorogo ?

Penelitian ini bersifat kuantitatif yang termasuk kedalam penelitian asosiatif-komparatif. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah BRI Syariah KCP Ponorogo dan Bank Muamalat KCP Ponorogo pengguna layanan *mobile banking* dari masing-masing bank tersebut dengan sampel 100 responden, masing-masing 50 nasabah dari BRI Syariah KCP Ponorogo dan Bank Muamalat KCP Ponorogo. Metode yang di gunakan dalam penelitian ini adalah metode *incidental sampling*

Hasil penelitian ini adalah: 1) *Service excellent* dan kualitas *mobile banking* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di BRI Syariah KCP Ponorogo dan Bank Muamlat KCP Ponorogo secara parsial. 2) *Service excellent* dan kualitas *mobile banking* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di BRI Syariah KCP Ponorogo dan Bank Muamalat KCP Ponorogo secara simultan. 3) Terdapat perbedaan yang signifikan tingkat kepuasan nasabah di BRI Syariah KCP ponorogo dan Bank Muamalat KCP Ponorogo

## LEMBAR PERSETUJUAN


Skripsi atas nama saudara:


Nama : Anggar Wulandari  
NIM : 210817197  
Jurusan/Prodi : Perbankan Syariah  
Judul : Perbandingan Pengaruh *Service excellent* dan kualitas layanan *Mobile Banking* terhadap kepuasan nasabah ( Studi pada BRI Syariah KCP Ponorogo dan Bank Muamalat Ponorogo)

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji dalam ujian Munaqasah.


Ponorogo, 29 Maret 2021

Mengetahui,  
Kepala Jurusan Perbankan  
Syariah



  
Agung Eko Purwana, SE,MSI  
NIP. 197109232000031002

Menyetujui,  
Pembimbing



Ruliq Suryaningsih, M.Pd  
NIDN. 2020068801



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 : Perbandingan Pengaruh *Service Excellent* dan Kualitas Layanan *Mobile Banking* terhadap kepuasan nasabah (Studi Pada BRI Syariah KCP Ponorogo dan Bank Muamalat KCP Ponorogo)

Nama : Anggar Wulandari

NIM : 210817197

Jurusan : Perbankan Syariah Syariah

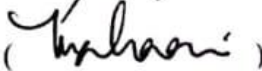
Telah diujikan dalam sidang *Ujian Skripsi* oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo dan dapat diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana dalam bidang Perbankan Syariah Syariah.

**DEWAN PENGUJI:**

Ketua Sidang  
Dr. Luhur Prasetyo, S.Ag., M.E.I  
NIP. 197801122006041002

(  )

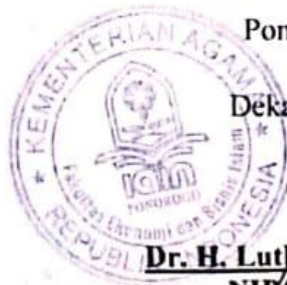
Penguji I  
Dr. Shinta Maharani, S.E., M.Ak.  
NIP. 197905252003122002

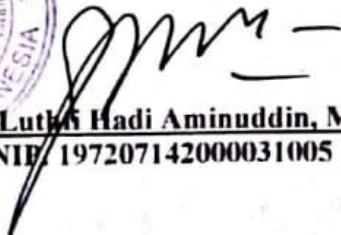
(  )

Penguji II  
Ruliq Suryaningsih, M.Pd.  
NIP. 2020068801

(  )

Ponorogo, 20 April 2021  
Mengesahkan,  
Dekan FEBI IAIN Ponorogo



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



## SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI

Yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Anggar Wulandari

NIM : 210817197

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

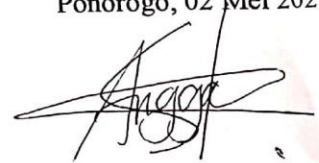
Jurusan : Perbankan Syariah

Judul : Perbandingan pengaruh *service excellet* dan kualitas layanan *mobile banking* terhadap kepuasan nasabah (Studi pada BRI Syariah KCP Ponorogo dan Bank Muamalat KCP Ponrogo)

Menyatakan bahwa naskah skripsi telah di periksa dan di sahkan oleh dosen pembimbing, Selanjutnya saya bersedia naskah tersebut di publikasikan oleh Perpustakaan IAIN Ponorogo yang dpat di akses di **etheses.iainponorogo.ac.id**. Adapun isi dari keseluruhan tulisan teersebut seluruhnya menjadi tanggungjawab penulis.

Demikian surat pernyataan saya untuk dapat di gunakan semestinya.

Ponorogo, 02 Mei 2021



Anggar Wulandari

21081717

## PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Anggar Wulandari

NIM : 210817197

Jurusan : Perbankan Syariah

Menyatakan bahwa Skripsi yang berjudul:

PERBANDINGAN PENGARUH *SERVICE EXCELLENT*  
DAN KUALITAS LAYANAN *MOBILE BANKING*  
TERHADAP KEPUASAN NASABAH (STUDI PADA BRI  
SYARIAH KCP PONOROGO DAN BANK MUAMALAT  
KCP PONOROGO)

Secara keseluruhan adalah hasil penelitian saya sendiri kecuali bagian tertentu yang menjadi sumber rujukan

Ponorogo, 29 Maret 2021



Anggar Wulandari

NIM. 210817197

P O N O R O G O

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Dalam suatu kehidupan manusia tidak lepas dari bidang-bidang yang mendukungnya untuk tetap bertahan hidup. Salah satunya adalah bidang ekonomi. Dimana bidang ekonomi adalah penyokong hidup paling utama karena tanpa itu semua mustahil manusia dapat bertahan hidup. Membahas bidang ekonomi tidak lepas dari kegiatan jual beli. Dalam menjual, penjual berlomba-lomba untuk mendapatkan keuntungan yang maksimal, begitu pula dengan pembeli. Sesuatu yang pembeli dapatkan haruslah dapat bermanfaat dan sesuai dengan harapan pembeli. Apabila harapan akan apa yang ia inginkan sama dengan apa yang ia dapatkan maka hal itu akan membawa kepuasan tersendiri bagi konsumen. Kepuasan adalah perasaan suka atau tidak suka, senang atau tidak senang terhadap sesuatu yang telah pembeli/pemakai dapatkan. Jika seorang pembeli merasa tidak senang atau tidak seperti yang di inginkan maka hal tersebut di katakan tidak puas. Di katakan puas, apabila barang yang pembeli dapatkan sesuai dengan apa yang pembeli harapkan. Menurut Kotler dan Amstrong dalam Jasfar “Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan persepsi pelanggan terhadap hasil dari suatu

produk dengan harapannya”<sup>1</sup>. Kepuasan nasabah sangat berguna untuk perusahaan agar tetap bertahan dan memiliki citra baik di masyarakat sehingga masyarakat akan tetap loyal kepada perusahaan dan perusahaan akan mendapatkan tujuan yang di inginkan.

Untuk mendapatkan kepuasan konsumen, dapat di lihat dari beberapa faktor yang terkait antara lain kualitas produk, kualitas layanan, harga, faktor manusia dan faktor situasi.<sup>2</sup>. Dari ke lima faktor tersebut salah satunya adalah adalah pelayanan. Kepuasan seringkali di artikan atau di lihat dari nilai barang yang di dapatkan, padahal pelayanan juga sangat lah penting. Kualitas pelayanan tersebut dapat di lihat dari berbagai jenis pelayanan yang di berikan, seperti *service excellent* atau pelayanan prima dan kualitas layanan *mobile banking* demi mendukung kemudahan nasabah dalam bertransaksi keuangan virtual. Pelayanan yang baik akan membawa konsumen untuk tetap loyal terhadap perusahaan, sehingga perusahaan haruslah menyusun strategi pelayanan yang baik dan benar agar pelayanan yang di berikan dapat maksimal. Arti dari pelayanan itu sendiri adalah suatu kegiatan yang ditawarkan oleh organisasi atau perorangan kepada pelanggan, yang sifatnya tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki<sup>3</sup>.

Pelayanan prima merupakan terjemahan istilah “*excellent service*” yang secara harfiah berarti pelayanan terbaik atau sangat baik. Disebut sangat

---

<sup>1</sup> Farida Jasfar . *Teori dan Aplikasi Sembilan Kunci Keberhasilan Bisnis Jasa: Sumber Daya Manusia, Inovasi, Dan Kepuasan Pelanggan* (Jakarta: Salemba Empat,2012)

<sup>2</sup> Zeithaml, Valerie A., and Bitner, Mary Jo. 1996. *Services Marketing*. 1 st edition New York: McGrawHill

<sup>3</sup> M. Nur Riyanto, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*,( Bandung: Alfabeta, 2012, hlm 211



baik atau terbaik karena sesuai dengan standar pelayanan yang berlaku atau dimiliki instansi pemberi pelayanan. Hakekat pelayanan publik adalah pemberian pelayanan prima kepada masyarakat yang merupakan perwujudan kewajiban aparatur pemerintah sebagai abdi masyarakat<sup>4</sup>. Pelayanan prima menurut Barata “Hakikat pelayanan prima/ layanan prima beritik tolak pada upaya pelaku bisnis untuk memberikan layanan terbaiknya sebagai wujud kepedulian perusahaan kepada konsumen atau pelanggan”<sup>5</sup>. Konsep *service of excellence* dalam buku Ruslan Rosady dijelaskan terdapat 4 (empat) unsur pokok yaitu : 1). Kecepatan, 2). Ketepatan, 3). Keramahan, dan 4). Kenyamanan. Keempat unsur tersebut merupakan suatu kesatuan pelayanan jasa yang terintegrasi, artinya pelayanan atau jasa yang diberikan menjadi tidak *Excellence* (unggul), jika salah satu unsurnya kurang. Selain *Service Excellent*, Kepuasan nasabah juga dapat dilihat dari kualitas layanan kemudahan akses suatu bank. Dalam hal ini, mobile banking menjadi salah satu cara agar nasabah merasa puas akan layanan yang diberikan suatu perusahaan. Kemajuan teknologi juga harus membawa dampak yang baik bagi perusahaan jasa keuangan. Tentunya pemakaian teknologi secara bijak dan tepat dapat menjadikan kemudahan bagi nasabah dalam bertansaksi non tunai.

Dengan adanya kemudahan layanan *Mobile banking* diharapkan nasabah dapat memperoleh kepuasan sesuai harapan dengan menggunakan

---

<sup>4</sup> Bintoro, *Konsumen dan Pelayanan Prima*, Cetakan 1, (Yogyakarta:Gava Media, 2014) hal, 107

<sup>5</sup> Barata, Atep Adya. *Dasar-Dasar Pelayanan Prima*.( Jakarta : Gramedia.). 2003

berbagai macam produk dan jasa yang di tawarkan oleh pihak bank<sup>6</sup>. *Mobile banking* merupakan sebuah fasilitas dari bank dalam era modern ini yang mengikuti perkembangan teknologi dan komunikasi. Layanan yang terdapat pada *mobile banking* meliputi pembayaran, transfer, *history*, dan lain sebagainya. Penggunaan layanan *mobile banking* pada telepon seluler memungkinkan para nasabah dapat lebih mudah untuk menjalankan aktivitas perbankannya tanpa batas ruang dan waktu<sup>7</sup>. Adapun faktor yang mempengaruhi sikap konsumen pada penggunaan *m-Banking* menurut Laporan BRI tahun 2016 dalam penelitiannya menginventarisir enam faktor yang mempengaruhi sikap konsumen pada *mobile banking* yaitu keamanan *system Mobile banking*, Kemudahan akses, privasi pengguna, kehandalan layanan, Kredibilitas perusahaan jasa layanan perbankan, dan kecepatan koneksi jaringan. Nasabah dapat menggunakan akses *mobile banking* untuk bertransaksi melalui *smartphone* tanpa harus pergi ke kantor bank terdekat.

Setiap perusahaan pasti mempunyai standar tersendiri untuk di jadikan pedoman dalam melakukan pelayanan prima dan kualitas layanan *mobile banking* demi mencapai tujuan yang di harapkan, tidak terkecuali Bank Rakyat Indonesia Syariah dan Bank Muamalat. PT BRIS merupakan salah satu anak perusahaan Bank BRI yang fokus pada Perbankan Syariah. BRI

---

<sup>6</sup> Adhitya Wardhana. Pengaruh kualitas layanan Mobile banking (M-Banking) terhadap kepuasan nasabah di Indonesia. *DeReMa Jurnal Managemen*, Vol.10 No, 2, September 2015

<sup>7</sup> Hanif Astika Kurniawati, Wahyu Agus Winarno, Alfi Arif. Analisis Minat Penggunaan Mobile Banking Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) Yang Telah Dimodifikasi. *e-Journal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi*, 2017, Volume IV (1) : 24-29

Syariah melihat potensi besar pada segmen perbankan syariah. Dengan niat untuk menghadirkan bisnis keuangan yang berlandaskan pada prinsip-prinsip luhur perbankan syariah, Bank berkomitmen untuk produk serta layanan terbaik yang menenteramkan, BRI Syariah terus tumbuh secara positif. BRI Syariah fokus membidik berbagai segmen di masyarakat. Basis nasabah yang terbentuk secara luas di seluruh penjuru Indonesia menunjukkan bahwa BRI Syariah memiliki kapabilitas tinggi sebagai bank ritel modern terkemuka dengan layanan finansial sesuai kebutuhan nasabah. BRI Syariah telah beberapa kali meraih penghargaan kategori perbankan syariah<sup>8</sup>. Salah satu penghargaan terbaru adalah kategori *Service excellent dan best mobile banking*. Untuk aplikasi *Mobile banking* di BRI Syariah adalah *Mobile BRIS/BRISOnline*. *MobileBRIS* adalah layanan yang memungkinkan Nasabah memperoleh informasi perbankan dan melakukan komunikasi serta transaksi perbankan melalui perangkat yang bersifat mobile seperti telepon seluler/handphone menggunakan media menu pada aplikasi *mobileBRIS* dengan menggunakan media jaringan internet pada handphone yang dikombinasikan dengan media *Short Message Service* (SMS) secara aman dan mudah<sup>9</sup>. Jadi tidak dapat di ragukan lagi apabila BRISyariah di anggap sebagai salah satu bank terbaik di Indonesia. Perusahaan lainnya yang masih di lingkup wilayah perbankan syariah adalah Bank Muamalat. PT Bank Muamalat Indonesia Tbk (“Bank

---

<sup>8</sup> <https://www.brisyariah.co.id/> (Di akses pada tanggal 20 September 2020, pukul 13.50)

<sup>9</sup> *Ibid*, 9

Muamalat Indonesia”) memulai perjalanannya sebagai Bank Syariah pertama di Indonesia pada 1 November 1991 atau 24 Rabi’us Tsani 1412 H. Pendirian Bank Muamalat Indonesia digagas oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI), Ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia (ICMI) dan pengusaha muslim yang kemudian mendapat dukungan dari Pemerintah Republik Indonesia<sup>10</sup>. Dalam hal pelayanan *mobile banking*, Bank Muamalat mempunyai aplikasi non tunai yaitu Muamalat DIN. *Mobile Banking* Muamalat adalah salah satu fitur aplikasi Muamalat Mobile, fitur lainnya adalah Internet Banking Muamalat, info lokasi ATM/cabang, info produk, SalaMuamalat 1500016 (*call center*), arah kiblat, jadwal salat, registrasi *Mobile Banking* dan pengaturan bahasa. Muamalat *Mobile* dirancang untuk melayani transaksi finansial dan nonfinansial secara *real time* yang dapat beroperasi selama 24 jam<sup>11</sup> Serupa dengan BRI Syariah, Bank Muamalat juga telah berkali-kali mendapatkan penghargaan. Di tahun 2019 ini Bank Muamalat mendapatkan penghargaan sebagai *Best Islamic Finance Awards 2019 Kategori Best Islamic Wealth Management Bank*<sup>12</sup>.

Kedua Bank tersebut sama-sama menjadi salah satu bank umum syariah yang terbaik karena telah berkali-kali mendapatkan penghargaan seperti menjadi bank dengan *best satisfaction* dan *best service excellent*. Selain itu, di pandang dari segi peminatnya BRI Syariah maupun Bank

---

<sup>10</sup> <https://www.bankmuamalat.co.id/> (di akses pada tanggal 30 Januari 2020, pukul 14..15)

<sup>11</sup> *Ibid*, 11

<sup>12</sup> <https://www.gfmag.com/magazine/may-2019/best-islamic-banks-world-2019> (di akses pada tanggal 30 Januari 2020, pukul 14.17)

Muamalat mempunyai keunggulan masing-masing yang membuat nasabah memilih kedua bank tersebut

Tabel 1.1

*Satisfaction Loyalty Engagement (SLE) Awards 2019*<sup>13</sup>

Bank Umum Syariah Indonesia

Peringkat	Nama Bank
1	Bank Muamalat
2	BNI Syariah
3	BRI Syariah
4	Bank Syariah Mandiri

Sumber: <https://infobanknews.com/topnews/ini-dia-bank-bank-dengan-nasabah-paling-loyal/>

Berdasarkan tabel diatas Bank Muamalat mendapatkan peringkat terbaik sebagai bank dengan tingkat kepuasan, loyalitas, dan keterikatan (*engagement*) nasabah terhadap bank pilihannya terbaik

Tabel 2.1

*16th Banking Service Excellence Awards 2019*<sup>14</sup>

Bank Umum Syariah Indonesia

Peringkat	Nama Bank
1	Bank Syariah Mandiri
2	BCA Syariah
3	BNI Syariah
4	BJB Syariah
5	BRI Syariah
6	Bank Bukopin Syariah
7	Bank Muamalat

<sup>13</sup> <https://infobanknews.com/> di akses pada tanggal 25 September 2020 jam 09.00 am

<sup>14</sup> *Ibid.*



Sumber: <https://infobanknews.com/topnews/29-bank-raih-penghargaan-banking-service-excellence-awards-2019/>

Dari tabel di atas dapat dilihat BRI Syariah berada di urutan ke 4 peringkat *service excellent* award 2019 kategori bank umum Syariah dan berada di peringkat ketiga kategori *Best overall Minus E-Banking syariah commercial bank*. Sedangkan Bank Muamalat berada di peringkat ke 7 *best service excellent*

Sejalan dengan adanya peringkat *service excellent award* dalam SLE award 2019 tersebut, penulis menjadi lebih tertarik untuk meneliti apakah *Service Excellent* benar-benar berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Jika dilihat dari peringkat tersebut, Bank Muamalat berada di peringkat pertama sebagai bank dengan nasabah yang puas, loyal dan terikat terbaik namun berbanding terbalik dengan peringkat yang ada di *service excellent* award 2019, Bank Muamalat berada di peringkat 7. Menurut salah satu nasabah, pelayanan baik dari *service excellent* maupun layanan *mobile banking* yang ada di bank muamalat kurang memuaskan sebagai alasannya adalah salah satu karyawan kemampuannya dalam menguasai pengetahuan produk masih kurang dan layanan *mobile banking* kurang cepat serta rumit untuk di akses sehingga nasabah melakukan *complaint* namun nasabah tersebut merasa puas<sup>15</sup>.

Serupa dengan Bank Muamalat, BRIS juga mengalami hal yang sama namun tidak signifikan seperti yang terjadi di BRI Syariah. Pada

---

<sup>15</sup> Anggar Wulandari, *Wawancara*, 26 September 2020

*service excellent* award 2019 BRIS berada pada peringkat 5 sedangkan pada SLE award 2019 BRIS berada pada peringkat 3 serta mendapatkan *Best Overall Minus E banking Syariah Commercial Bank* pada peringkat ke 3 tahun 2029. Menurut Nasabah BRIS, pelayanan yang diberikan sudah cukup bagus hal ini dikarenakan namun nasabah belum begitu puas dengan apa yang di berikan oleh BRI Syariah<sup>16</sup>. Sebagai studi kasus, peneliti mengambil tempat di BRISyariah KCP Ponorogo dan Bank Muamalat Ponorogo. Ponorogo adalah sebuah Kabupaten yang berada di Jawa Timur Indonesia<sup>17</sup>, Dimana belum banyak kantor cabang BRIS dan Bank Muamalat. Minat masyarakat terhadap bank syariah pun belum begitu tinggi seperti di kota lainnya. Sehingga dari faktor tersebut *service excellent* dan kualitas layanan *mobile banking* tentu menjadi perhatian dan daya tarik tersendiri bagi masyarakat untuk menjadi nasabah di kedua bank tersebut.

Maka, dari uraian latar belakang diatas penulis tertarik untuk meneliti lebih mendalam tentang pengaruh pelayanan prima dan kualitas layanan *mobile banking* kepuasan nasabah, karena ingin mengetahui bagaimana tanggapan nasabah tentang pelayanan yang ada di BRI Syariah KCP Ponorogo dan Bank Muamalat Ponorogo selama ini, seberapa besar tingkat kepuasan nasabah terhadap peranan penting pelayanan oleh

---

<sup>16</sup> Anggar Wulandari, *Wawancara*, 26 September 2020

<sup>17</sup> Wikipedia

sumber daya manusia yang ada dalam Bank tersebut. Dan membandingkan tingkat kepuasan nasabah pada kedua bank tersebut.

Hal ini juga di dukung dari penelitian yang di lakukan oleh Nada Akrobin dengan judul “Pengaruh *Service Excellent* terhadap kepuasan nasabah di Bank Syariah Mandiri Cabang Jogjakarta” yang menyatakan bahwa Kepuasan nasabah di pengaruhi oleh *Service excellent*<sup>18</sup>. Begitu juga dengan penelitian Mariatul Nadila yang berjudul “Pengaruh Layanan *Mobile Banking* terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah yang menyatakan bahwa layanan *mobile banking* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah”<sup>19</sup>

Sehubungan dengan hal tersebut maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul “Perbandingan Pengaruh *Service Excellent* dan penggunaan *mobile banking* Terhadap Kepuasan Nasabah BRI Syariah KCP Ponorogo dan Bank Muamalat KCP Ponorogo”

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka terdapat beberapa rumusan masalah yang di ambil peneliti, yaitu:

1. Apakah *service excellent* dan kualitas layanan *mobile banking* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di BRI Syariah KCP Ponorogo dan Bank Muamalat KCP Ponorogo secara parsial?

---

<sup>18</sup> Nada Akrobin, “Pengaruh *Service Excellent* terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri,” *Skripsi*. (Jogjakarta: UIN Sunan Kalijaga, 2019)

<sup>19</sup> Mariatul Nadila, “Pengaruh layanan *mobile banking* terhadapkepuasn dan loyalitas nasabah di BRI Syariah KC Margonda Depo,” *Skripsi*. (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2017)

2. Apakah *service excellent* dan kualitas layanan *mobile banking* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di BRI Syariah KCP Ponorogo dan Bank Muamlat KCP Ponorogo secara simultan?
3. Apakah terdapat perbedaan tingkat kepuasan nasabah pada BRI Syariah KCP Ponorogo dan Bank Muamalat Ponorogo?

### C. Tujuan

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk menjawab semua rumusan masalah yang telah di kemukakan di atas. Tujuan tersebut antara lain :

1. Untuk membuktikan bahwa pengaruh *service excellent* dan kualitas layanan *mobile banking* terhadap kepuasan nasabah di BRI Syariah KCP Ponorogo secara parsial maupun simultan
2. Untuk membuktikan bahwa pengaruh *service excellent* dan kualitas layanan *mobile banking* terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat Ponorogo secara parsial maupun simultan
3. Untuk mengetahui perbandingan tingkat kepuasan nasabah pada BRI Syariah KCP Ponorogo dan Bank Muamalat

### D. Manfaat

Adapun manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini adalah sebagai berikut,

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi rujukan ataupun acuan dalam memperdalam pengetahuan Ilmu Perbankan Syariah tentang

*Service Excellent*, kualitas layanan *mobile banking* aupun Kepuasan nasabah. Selain itu, penelitian ini diharapkan bisa dijadikan bahan masukan untuk kepentingan pengembangan pengetahuan bagi pihak-pihak tertentu guna menjadikan penelitian ini menjadi acuan untuk penelitian yang akan datang terhadap objek yang sejenis atau aspek lainnya yang belum tercakup dalam penelitian ini.

## 2. Manfaat Praktis

Penelitian ini merupakan salah satu syarat bagi peneliti untuk mendapatkan gelar sarjana strata satu (S1). Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat dijadikan acuan oleh BRI Syariah KCP Ponorogo dan Bank Muamalat KCP Ponorogo dalam upaya memperbaiki Pelayanan Prima (*Service Excellence*) dan kualitas layanan *mobile banking* agar dapat memberikan yang terbaik untuk nasabah dimasa yang akan datang. Selain manfaat bagi peneliti, tentunya penulisan penelitian ini juga di tujukan kepada pihak BRI Syariah, Bank Muamalat dan perusahaan lainnya yang menggunakan *Service Excellent* dan *mobile banking* agar tujuan perusahaan dapat tercapai.

## E. Sistematika Pembahasan

Untuk mempermudah dan memperjelas penyusunan penelitian ini, maka sistematis penulisanya dijelaskan sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan, Dalam bab ini berisi tentang beberapa sub bab yang yaitu latar belakang diadakannya penelitian yang di dalamnya tertulis masalah yang akan di teliti oleh peneliti, rumusan masalah penelitian yang



bersumber dari latar belakang, tujuan penulisan penelitian dan manfaat yang dapat di ambil dari penelitian yang terakhir sistematika penulisan.

Bab II Kajian Pustaka. Pada bab ini terdapat beberapa sub bab yaitu kerangka teori yang berisikan teori pendukung penelitian, hipotesis penelitian yang menjadi dugaan sementara penelitian dan juga penelitian terdahulu yang dijadikan rujukan penelitian ini.

Bab III Metode Penelitian , Bab ini merupakan penjabaran yang lebih rinci tentang metode penelitian, prosedur penelitian dan proses penelitian yang meliputi jenis dan sumber data penelitian, populasi dan sampel penelitian, metode pengumpulan data yang di pakai dalam penelitian ini, variabel penelitian, dan teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini

Bab IV Analisis Data dan Pembahasan, Bab ini akan diuraikan mengenai gambaran umum atau deskripsi objek penelitian, hasil dari penelitian yang dilakukan, analisis data yang telah diolah serta jawaban dari rumusan masalah

Bab V Penutup, Bab ini akan diuraikan mengenai kesimpulan yang menyajikan secara singkat keseluruhan hasil penelitian yang diperoleh dalam pembahasan dan juga mengenai saran yang diberikan kepada pihak perbankan, akademisi, dan masyarakat.

Daftar Pustaka adalah daftar dari berbagai sumber referensi yang menjadi bahan dalam penelitian seperti buku-buku, jurnal ilmiah, majalah atau website dan lainnya.

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### A. Landasan Teori

##### 1. Kepuasan Nasabah

###### a. Pengertian

Menurut Hill, Brierley dan MacDougall, kepuasan pelanggan adalah ukuran kinerja produk total sebuah organisasi dibandingkan serangkaian keperluan pelanggan. Kepuasan pelanggan bukanlah konsep absolute, melainkan relatif atau tergantung pada apa yang diharapkan pelanggan.<sup>1</sup>

Menurut Band, kepuasan pelanggan sebagai perbandingan antara kualitas dari barang atau jasa yang dirasakan dengan keinginan, kebutuhan, dan harapan pelanggan<sup>2</sup>. Kepuasan nasabah adalah persepsi nasabah bahwa harapannya telah terpenuhi, diperoleh hasil yang optimal bagi setiap nasabah dan pelayanan perbankan dengan memperhatikan kemampuan nasabah dan keluarganya, perhatian terhadap keluarganya, perhatian terhadap kebutuhan nasabah sehingga kesinambungan yang sebaik-baiknya antara puas dan hasil. Dalam pengertian lain, kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dia terima dibandingkan dengan harapannya. Nasabah baru akan merasa puas apabila kinerja pelayanan perbankan yang mereka dapatkan sama atau melebihi dari apa yang mereka harapkan dan perasaan kecewa nasabah akan

---

<sup>1</sup>, Fandy Tjiptono. *Service Management*. (Yogyakarta: CV. Andi Offset. 2008)hal175

<sup>2</sup>M. N. Nasution, Op.cit, h. 49

timbul apabila kinerja yang diperolehnya tidak sesuai dengan apa yang menjadi harapannya<sup>3</sup>.

Bagi perusahaan yang bergerak di bidang jasa perbankan, memuaskan nasabahnya adalah hal pokok yang tidak boleh diabaikan, dimana kepuasan nasabah merupakan aspek strategis dalam memenangkan persaingan dan mempertahankan citra perusahaan di masyarakat yang luas, sehingga pelayanan yang bermutu bagi nasabah merupakan hal penting. Dengan adanya perbankan syariah yang telah memasuki persaingan berskala global, merupakan suatu tantangan yang harus dihadapi dan ditangani oleh bank syaria<sup>h</sup> untuk dapat memberikan kontribusi dalam pembangunan bangsa melalui pemberdayaan ekonomi umat. Kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima (*perceived service*) dengan tingkat layanan yang diharapkan (*expected service*).

Kesimpulannya nasabah akan merasa puas apabila pelayanan yang didapatkan sesuai dengan keinginan dan harapan. Selain itu jika pelayanan yang didapatkan nasabah kurang dari harapan nasabah sebelumnya, maka nasabah akan merasa kecewa dan mungkin saja nasabah akan beralih ke lembaga keuangan yang lainnya. Strategi dalam memasarkan produk juga harus diperhatikan oleh lembaga tersebut, karena produk yang ditawarkan

---

<sup>3</sup>Adisujai, *Kualitas Pelayanan dan Kaitannya dengan Kepuasan Nasabah Bank Syariah dalam*, <https://adisujai.wordpress.com/2010/08/15/kualitas-pelayanan-dan-kaitannya-dengan-kepuasan-nasabah-banksyariah/>

secara berlebihan akan membuat nasabah kurang mepercayainya dan lembaga akan kehilangan loyalitas dari para nasabahnya

Secara garis besar ada empat metode yang sering digunakan dalam mengukur kepuasan pelanggan, yaitu:

- 1) Sistem keluhan dan saran (seperti kotak saran, e-mail, fax dan lain-lain)
- 2) *Ghost Shopping (mystery shopping)* yaitu salah satu bentuk riset observasi yang memakai jasa orang-orang yang ‘menyamar’ sebagai pelanggan<sup>4</sup>
- 3) *Lost Customer Analysis*, yakni menghubungi/ mewawancarai pelanggan yang telah beralih pemasok dalam rangka memahami penyebabnya dan melakukan perbaikan layanan.
- 4) Survei kepuasan pelanggan (baik via pos, telepon, website, blog, maupun tatap muka langsung)<sup>5</sup>

Pada hakikatnya tujuan bisnis adalah untuk menciptakan dan mempertahankan para pelanggan. Karena pelanggan adalah orang yang menerima hasil pekerjaan seseorang atau suatu organisasi, maka hanya merekalah yang dapat menentukan kualitasnya<sup>6</sup>

#### **b. Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah**

Menurut Zeithaml dan Bitner, ada lima faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah, yaitu:

---

<sup>4</sup> Fandy Tjiptono, Loc.cit

<sup>5</sup>Fandy Tjiptono dan Anastasia Diana, *Total Quality Management*, (Yogyakarta: CV ANDI OFFSET, 2001), h. 104-105

<sup>6</sup> Ibid, h. 101-103

1) *Product and service features* (kualitas produk)

Fitur dari produk dan jasa yang disampaikan kepada pelanggan menjadi aspek penting dalam menentukan persepsi atau penilaian pelanggan dalam menciptakan kepuasan pelanggan itu sendiri.

2) *Consumer emotion* (Situasi)

Emosi yang dimaksud adalah suasana hati. Suasana hati pelanggan yang sedang gembira cenderung akan berpengaruh terhadap respon atau persepsi yang positif terhadap produk atau jasa yang diberikan, begitu juga sebaliknya

3) *Attribution for service success or failure* (kualitas layanan)

Pelayanan yang diberikan kepada pelanggan dapat menjadi lebih buruk atau lebih baik dari yang diharapkan. Apabila pelayanan yang diberikan sesuai atau melampaui harapan pelanggan, maka dapat dikatakan pelayanan tersebut adalah pelayanan yang sukses, sebaliknya apabila pelayanan yang diberikan tidak sesuai dengan harapan pelanggan, maka dapat dikatakan bahwa proses pelayanan tersebut mengalami kegagalan.

4) *Perception of equity and fairness* (harga)

Pemikiran pelanggan mengenai persamaan dan keadilan ini dapat mengubah persepsi pelanggan dalam tingkat kepuasannya terhadap suatu produk atau jasa<sup>7</sup>.

---

<sup>7</sup> Rachmad Hidayat, Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri, *jurnal manajemen dan kewirausahaan*, vol.11, no. 1, maret 2009: 59-72



5) *Other cunsomer, family member, and coworkers* (faktor manusia)

Kepuasan pelanggan terhadap suatu produk atau jasa dipengaruhi oleh ekspresi orang lain yang menceritakan kembali bagaimana mereka merasa puas atau tidak puas terhadap produk atau jasa tersebut. Kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh orang lain, seperti kepuasan terhadap perjalanan liburan keluarga dan reaksi, ekspresi dari anggota keluarga selama liburan<sup>8</sup>

Sementara itu, Teori lain menyebutkan bahwa kepuasan nasabah di pengaruhi oleh Ekspektasi, Diskonfirmasi (objektif dan subjektif), *perceived performance*, dan sikap konsumen<sup>9</sup>

**c. Indikator Kepuasan Nasabah**

Dalam mengukur kepuasan nasabah di perlukan indikator-indikator yang tepat agar hasil yang diharapkan valid dan akurat. Hawkins dan Lonney sebagaimana yang di kutip Fandy Tjiptono menjelaskan konsep inti mengenai objek pengukuran kepuasan nasabah<sup>10</sup>:

1) Kesesuaian harapan (*confirmation to expectation*)

Merupakan tingkat kesesuain kinerja produk dari yang di harapkan oleh pelanggan dengan apa yang diterima dan dirasakan oleh pelanggan, meliputi:

<sup>8</sup> Farida dan Jasfar, *9 Kunci Keberhasilan Bisnis Jasa*. (Jakarta : Salemba Empat), 2012

<sup>9</sup> Fandy Tjiptono, Anastasia Diana. *Kepuasan Pelanggan (Konsep, pengukuran & strategi)* (Yogyakarta: Penerbit ANDI, 2019) hal,135

<sup>10</sup> Fandy Tjiptono, Anastasia Diana. *Kepuasan Pelanggan (Konsep, pengukuran & strategi)* (Yogyakarta: Penerbit ANDI, 2019) hal,152

- a) Produk yang di peroleh sesuai atau melebihi yang di harapkan oleh pelanggan
- b) Pelayanan yang di berikan sesuai atau melebihi harapan pelanggan
- c) Fasilitas yang di dapat sesuai atau melebihi harapan pelanggan

2) Minat membeli Ulang (*Purchase Intent*)

Merupakan kesedian pelanggan untuk datang kembali dan melakukan pembelian ulang ats produk perusahaan terkait, meliputi:

- a) Berminat berkunjung kembali di karenakan pelayanan yang memuaskan
- b) Berminat berkunjung kembali karena nilai dan manfaat yang di peroleh setelah menggunakan produk
- c) Berminat berkunjung kembali karena fasilitas yang di tawarkan memadai

3) Kesiediaan merekomendasi (*Willingnes to recommend*)

Merupakan kesediaan pelanggan untuk menyarankan atau merekomensikan produk terkait kepada teman, saudara atau tetangga untuk menggunakan produk terkait, meliputi:

- a) Menyarankan saudara , teman tau kerabat untuk menggunakan produk terkait karena pelayanan yang memuaskan
- b) Menyarankan saudara, teman atau kerabat untuk menggunakan produk terkait karena nilai dan manfaat produk yang memuaskan

- c) Menyarankan saudara, teman atau kerabat menggunakan produk karena fasilitas yang di tawarkan memadai

## 2. *Service excellent*

### a. Pengertian

Jasa sering dipandang sebagai suatu fenomena yang rumit. Kata jasa itu sendiri mempunyai banyak arti dari mulai pelayanan personal (*Personal Service*) sampai jasa sebagai suatu produk. Menurut Kotler "jasa adalah Setiap tindakan atau kinerja yang dapat ditawarkan satu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan sesuatu<sup>11</sup>. Produksinya mungkin saja terkait atau mungkin juga tidak terkait dengan produk fisik", sedangkan menurut Ranguti "Jasa merupakan pemberian suatu kinerja atau tindakan tak kasat mata dari satu pihak kepada pihak lain. Pada umumnya jasa diproduksi dan dikonsumsi secara bersamaan, di mana interaksi antara pemberi jasa dan penerima jasa mempengaruhi hasil jasa tersebut"<sup>12</sup>.

Pengertian pelayanan adalah usaha melayani kebutuhan orang lain. Pelayanan pada dasarnya adalah kegiatan yang ditawarkan oleh organisasi atau program kepada konsumen, yang bersifat tidak berwujud atau tidak dapat dimiliki<sup>13</sup>. *Service Excellent* adalah kepedulian kepada pelanggan/nasabah dengan memberikan layanan terbaik untuk

<sup>11</sup> Philip Kotler, , 2007, Alih Bahasa: Benyamin Molan; Penyunting: Bambang Sarwiji, SE; *Manajemen Pemasaran*, edisi 12 Jilid 1, Jakarta: PT. Indeks.

<sup>12</sup> Nyoman Suparmanti Asih, *Pengaruh Pelayanan Prima (Service Excellence) Terhadap Kepuasan Pelanggan Salon Agata Singaraja*, Jurnal Program Studi Pendidikan Ekonomi (JPPE) Volume: 7 Nomor: 2 Tahun: 2016

<sup>13</sup>M.Nurianto Al Arif,Op.cit, h. 211

memfasilitasi kemudahan pemenuhan kebutuhan dan mewujudkan kepuasannya, agar mereka selalu loyal kepada perusahaannya<sup>14</sup>.

Untuk menarik pelanggan/nasabah dan mempertahankan pelanggan lama, suatu perusahaan harus mengadakan pelayanan yang terbaik (*service excellent*) dan teratur. Hal tersebut perlu dilakukan oleh suatu perusahaan, karena sikap pelanggan adalah dinamis jika ia menyukai barang atau jasa dari perusahaan dan berhak menentukan pilihan yang cocok bagi mereka<sup>15</sup>. Jika perusahaan ingin selalu dianggap yang terbaik (*excellent*) dimata pelanggannya, perusahaan harus memeberikan pelayanan yang terbaik (*service eexcellent*). Pelayanan yang baik ini harus dapat dipenuhi oleh perusahaan sehingga keinginan pelanggan dapat diberikan secara maksimal

Mewujudkan layanan prima (*service excellent*) tidaklah semudah membalikkan telapak tangan. Banyak faktor yang perlu dipertimbangkan secara cermat, karena upaya penyempurnaan kualitas layanan berdampak signifikan terhadap budaya organisasi secara keseluruhan. Di antara berbagai factor tersebut adalah Mengidentifikasi kualitas layanan, mengelola ekspektasi pelanggan, menumbuhkembangkan kualitas layanan, menindaklanjuti layanan, dan mengembangkan system informasi kualitas layanan. Menurut Zeithaml dan Bitner, kualitas pelayanan adalah

---

<sup>14</sup>Adya Barata Atep, *Dasar-dasar Pelayanan Prima*, (Jakarta: Elex Media Komputindi, 2004), h. 27

<sup>15</sup> Burhanuddin Abdullah, *Budaya Kerja Perbankan*, (Jakarta: LP3ES, 2006), h. 148

tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan<sup>16</sup>

**b. Indikator- indikator *Service Excellent***

Dalam memberikan pelayanan yang prima (*service excellent*) sebagai usaha untuk mencapai suatu kepuasan pelanggan, pihak perbankan dapat berpedoman pada konsep pendekatan pelayanan prima (*service excellence*) yang di kembangkan oleh Barata yaitu *Ability* (kemampuan), *Attitude* (sikap), *Appearance* (penampilan), *Attention* (perhatian), *Action* (tindakan), *Accountability* (tanggungjawab)<sup>17</sup>.

1) *Ability* (kemampuan).

Kemampuan adalah pengetahuan dan keterampilan tertentu yang mutlak diperlukan untuk menunjang program layanan prima yang dapat meliputi kemampuan dalam bidang kerja yang ditekuni untuk melaksanakan komunikasi yang efektif, mengembangkan motivasi dan menggunakan public relation sebagai instrumen dalam membawa hubungan kedalam dan keluar organisasi atau perusahaan.

2) *Attitude* (sikap).

Setiap insan mempunyai perilaku yang harus ditonjolkan ketika menghadapi pelanggan yang dapat disesuaikan dengan kondisi dan kemauan nasabah.

---

<sup>16</sup> Atik Andriana, Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Konsumen Cv. Mufidah) *Jurnal*, hal. 4.

<sup>17</sup> Adya Barata Atep, Op.cit, h.41



3) *Appearance* (penampilan).

Penampilan adalah kemampuan seseorang baik yang bersifat fisik maupun non fisik yang mampu merefleksikan kepercayaan deviden kredibilitas dari pihak lain<sup>18</sup>

4) *Attention* (perhatian)

Karyawan harus mampu memberikan kepedulian penuh terhadap pelanggan baik yang berkaitan dengan perhatian akan kebutuhan dan keinginan pelanggan maupun pemahaman atas saran dan kritiknya<sup>19</sup>

5) *Action* (tindakan).

Melakukan sesuatu harus memerlukan tindakan. Tindakan adalah suatu perbuatan dalam berbagai kegiatan yang nyata yang harus dilakukan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan.

6) *Accountability* (pertanggung jawaban)

Sikap dan tindakan keberpihakan kepada pelanggan sebagai bentuk kepedulian, untuk meminimalkan ketidakpuasan pelanggan<sup>20</sup>

*Service excellent* adalah suatu pola layanan terbaik dalam manajemen modern yang mengutamakan kepedulian terhadap pelanggan atau nasabah. Dalam *service excellent* terdapat dua elemen penting yang saling berkaitan yaitu pelayanan dan kualitas. Untuk dapat memberikan pelayanan prima dan menjalin hubungan yang baik dengan nasabah maka

---

<sup>18</sup>Atep Adya Barata, *Dasar-Dasar Pelayanan Prima* (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2003), 31

<sup>19</sup> Rosady Ruslan, *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2012), hal. 280

<sup>20</sup> Nina Rahmayanty, *Manajemen Pelayanan Prima*, (Bandung: Graha Ilmu, 2010), hal. 15.

yang menjadi kunci keberhasilannya adalah orang (*human*), karena pelayanan dan menjalin hubungan dengan nasabah merupakan interaksi antara pegawai atau pekerja perusahaan dengan masyarakat di luar perusahaan yang disebut nasabah. Perlu ditetapkan konsep diri dalam memberi pelayanan dan menjalin hubungan dengan nasabah berupa<sup>21</sup> :

1) Sikap mental positif

Sikap mental ini merupakan landasan dalam melaksanakan interaksi dengan nasabah. Ada tujuh perwujudan dari sikap mental positif, yaitu keinginan untuk maju, belajar dari orang lain, terbuka dan menerima ide-ide baru, kritis, aktif bertanya dan diskusi, partisipasi dalam kegiatan, komitmen mau mencoba sampai sukses, dan cermat mencatat hal-hal penting.

2) Orientasi kepuasan nasabah dan mengenal nasabah

Pencapaian kepuasan nasabah hanya dapat dicapai dengan adanya sinergi dalam perusahaan yang pada akhirnya pegawai dapat memberikan kepuasan yang berkesinambungan kepada nasabah yang akan memberikan keuntungan jangka panjang kepada stake holder dan selanjutnya pemilik perusahaan dapat meningkatkan kesejahteraan pegawainya

3) Penghayatan terhadap waktu

Sebagai pegawai perusahaan terkadang belum terdapat persepsi yang sama diantara para petugas mengenai waktu, sehingga tidak

---

<sup>21</sup> Kasmir, *Etika Customer Service*, (Jakarta: Raja Wali Pers, 2011), hal. 34.

jarang kita bahwa terdapat pegawai yang masih menganggap remeh kepada nasabah, seolah-olah tidak menghargai waktu yang telah dikorbankan. Untuk itu perlu adanya persepsi yang sama terhadap waktu dalam kaitannya dalam pelayanan. Kunci keberhasilan pelayanan adalah bagaimana kita dapat membagi waktu-waktu tersebut bersama dengan nasabah dan menempatkan waktu tersebut sesuai dengan proporsinya masing-masing sehingga dapat memuaskan nasabah

**c. Hubungan antara *Service Excellent* dan kepuasan nasabah**

*Service excellent* dan kepuasan nasabah mempunyai hubungan yang sangat erat. *Service excellent* di ciptakan oleh perusahaan sebagai standar kualitas pelayanan terbaik yang akan di berikan perusahaan terhadap nasabah atau pelanggannya. Barata dalam bukunya menuliskan, dalam menyelenggarakan layanan, baik kepada pelanggan, pihak penyedia dan pemberi layanan harus selalu berupaya untuk mengacu pada tujuan utama yaitu kepuasan konsumen (*consumer satisfaction*) atau kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*)<sup>22</sup>.

Senada dengan yang dijelaskan oleh Barata, Anonim menjelaskan bahwa pelayanan prima merupakan totalitas pelayanan yang diberikan suatu perusahaan, dilakukan secara sadar, terpadu (harus dilakukan oleh seluruh pegawai) dan konsisten (mutu pelayanan setiap unit harus

---

<sup>22</sup> Atep Adya Barata, *Dasar-Dasar Pelayanan Prima* (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2003) hal, 14

sama/standar) dengan mengacu pada standar kualitas pelayanan yang setinggi-tingginya dengan maksud untuk memuaskan kebutuhan pelanggan<sup>23</sup>

### 3. Kualitas layanan *Mobile Banking*

#### a. Pengertian

Penggunaan sistem menurut Davis dalam Tirtana dan Sari adalah kondisi nyata penggunaan sistem. Dikonsepkan dalam bentuk pengukuran terhadap frekuensi dan durasi waktu penggunaan teknologi. Seseorang akan puas menggunakan sistem jika mereka meyakini bahwa sistem tersebut mudah digunakan dan akan meningkatkan produktivitas mereka, yang tercermin dari kondisi nyata penggunaan<sup>24</sup>. *Mobile Banking* adalah layanan perbankan yang dapat diakses langsung melalui jaringan telepon selular/handphone GSM (*Global for Mobile Communication*) atau CDMA dengan menggunakan layanan data yang telah disediakan oleh operator telepon selular misal XL, Indosat, Telkomsel, dan operator telepon lainnya<sup>25</sup>

*Mobile banking* adalah salah satu layanan yang paling sering digunakan nasabah dalam bertransaksi dan memungkinkan nasabah untuk melakukan transaksi hanya melalui telepon genggam<sup>26</sup>. Dengan adanya kemudahan

---

<sup>23</sup> Anonim. *Management Kualitas Pelayanan Prima*.(Jakarta: PT Pinter Konsultama,2008)

<sup>24</sup> Irwan Tirtana dan Shinta Permata Sari. *Analisis Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan Dan Kepercayaan Terhadap Penggunaan Mobile Banking* . Seminar Nasional Dan Call For Paper Program Studi Akuntansi-Feb Ums, 25 Juni 2014

<sup>25</sup> Maryanto, Supriyono, . *Buku Pintar Perbankan*.( Yogyakarta: CV. Andi Offset.)2011. Hal 67

<sup>26</sup> Adi Pratama, Fadli Moh. Saleh, Femilia Zahra, Nadhira Afdhalia. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Niat Dalam Menggunakan Mobile Banking*. “Jurnal Akun Nabelo” Volume 2/Nomor 1/Juli 2019 (Hal. 204 – 216)

dalam bertransaksi *mobile banking*, nasabah dapat melakukan transaksi non tunai dari rumah ataupun dimanapun berada. Jika dulu, ingin melakukan transaksi seperti transfer, pembayaran listrik atau token ataupun mengecek saldo harus pergi ke ATM terdekat, sekarang dengan adanya kemajuan teknologi yang menyebabkan masyarakat harus lebih pintar dan memahami semua perubahan agar tidak ketinggalan informasi.

Penawaran layanan *mobile banking* sudah seringkali dilakukan ketika nasabah membuka rekening tabungan. Hal itu di karena pihak bank sangat peduli dengan masyarakat agar dapat mengakses rekening tabungan mereka dengan mudah. Namun belum banyak nasabah yang mengukukan kemudahan itu di karenakan terkendala dengan adaanyaa hambatan-hambatan yang di lami oleh nasabah.

#### **b. Indikator Kualitas Layanan *Mobile banking***

Gummesson dan Lovelock dalam Wardhana mengungkapkan bahwa kualitas layanan *mobile banking* di bagi menjadi 4 bagian, yaitu :

- 1) *Speed*, Kecepatan dan kemudahan dalam menggunakan M-banking
- 2) *Security*, keterjaminan atas rahasia pengguna M-banking dalam setiap layanannya
- 3) *Accuracy*, ketepatan dan keakuratan dalam memperoleh informasi melalui M-banking
- 4) *Trust*, kepercayaan nasabah kepada pihak bank atas layanan M-banking

Kegunaan, keuntungan dan kenyamanan yang dapat diperoleh dari penggunaan *mobile banking*, adalah:



1) Mudah

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

2) Praktis

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

3) Aman

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

4) Penggunaan yang bersahabat

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

5) Nyaman

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

### c. Hubungan Kualitas Layanan *Mobile Banking* dan Kepuasan Nasabah

Kualitas layanan mempunyai hubungan yang erat dengan kepuasan nasabah. Penggunaan *mobile banking* termasuk dalam salah satu upaya pelayanan yang di berikan oleh perusahaan kepada nasabahnya. Hal tersebut bertujuan untuk memberikan kemudahan bagi para nasaabah. Dengan adanya *mobile banking* serta kualiatas layanan *mobile banking* yang baik dapat memberikan kepuasan bagi nasabah.

Tjiptono menjelaskan apabila layanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas layanan dipersepsikan baik dan memuaskan.<sup>27</sup>. Karena pada dasarnya manusia hanya butuh kemudahan dalam melakukan kegiatan tanpa terkecuali dalm melakukan transaksi keuangan. Penggunaan *mobile banking* dan di dukung dengan layanan kualitas layanan yang bagus di harapkan nasabah tidak perlu lagi datang ke kantor atau atm untuk melakukan transaksi keuangan kecuali mengambil uang.

## B. Kajian Pustaka

Penelitian terdahulu sangat penting untuk di ketahui sebagai dasar pijakan penelitian yang di lakukan sekarang. Tujuannya untuk mengetahui hasil penelitian yang telah dilakukan

Penelitian pertama di lakukan oleh Ayu Istichomah mahasiswa jurusan Muamalah fakultas Syariah IAIN Ponorogo pada tahun 2018 dengan judul

---

<sup>27</sup> Fandy Tjiptono, *Manajemen Jasa*, 60

“*Pengaruh Service Excellent dan Strategi Pemasaran Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah di BRI Syariah Madiun*”. penelitian yang dilakukan penulis merupakan jenis penelitian menggunakan metode kuantitatif. Dari analisis statistik dapat disimpulkan bahwa *service excellent* mempengaruhi tingkat kepuasan nasabah. Hal ini ditunjukkan dengan nilai *t*hitung sebesar 2,959 dengan nilai signifikansi sebesar 0,004 dan koefisien regresi (b1) sebesar 0,286. Strategi pemasaran mempengaruhi tingkat kepuasan nasabah. Hal ini ditunjukkan dengan nilai *t*hitung sebesar 4,462 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 dan koefisien regresi (b2) sebesar 0,431. Secara bersama-sama, *service excellent* dan strategi pemasaran mempengaruhi tingkat kepuasan nasabah. Hal ini didasarkan pada hasil pengujian analisis regresi linier berganda diperoleh *F*hitung sebesar 30,604 dengan signifikansi 0,000.<sup>28</sup>

Penelitian kedua yang dilakukan oleh Wijaya Lefi Yandie pada tahun 2017 dengan judul *Pengaruh Etika dan Pelayanan Prima Customer Service Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah*. Penelitian tersebut membahas tentang Etika dan Pelayanan Prima untuk memberikan suatu tingkat kepuasan kepada Customer yang berada di PT. BNI Syariah Kantor Cabang Palembang. Cabang Palembang. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Dalam penelitian ini penyebaran kuisioner sebanyak 99 responden. adalah berupa uji validitas, uji reliabilitas, dan uji asumsi klasik. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa mempunyai pengaruh terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah. Untuk variabel

---

<sup>28</sup> Ayu Istichomah, “Pengaruh Service Excellent dan Strategi Pemasaran terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah di BRI Syariah Madiun”, *Skripsi*. (Ponorogo : IAIN Ponorogo, 2018)

Pelayanan Prima (X2) thitung sebesar = 3,150, hal ini berarti thitung  $3,150 > t_{tabel}$  1,984. Maka dapat disimpulkan Etika dan Pelayanan Prima customer service berpengaruh secara signifikan terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah pada PT. BNI Syariah KC Palembang.<sup>29</sup>

Penelitian ke tiga di lakukan oleh Nada Akrobin dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga, Jogjakarta pada tahun 2019 dengan judul “*Pengaruh Service Excellent terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri (Studi kasus pada Bank Syariah Mandiri di Kota Jogjakarta)*”. Penelitian ini bersifat kuantitatif dengan sampel penelitian 92 nasabah Bank Syariah Mandiri Yogyakarta. Hasil Penelitian ini secara simultan menunjukkan semua variabel service excellent berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Sedangkan secara parsial variabel kemampuan dan tanggungjawab berpengaruh positif dan signifikan, variabel tindakan tidak berpengaruh negatif dan signifikan sedangkan bukti fisik, jaminan, sikap dan penampilan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.<sup>30</sup>

Penelitian ke empat dilakukan oleh Yogi Yuliansyah dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta pada tahun 2017 dengan judul “*Analisis pengaruh layanan mobile banking terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Mandiri KCP Kaliurang, Jogjakarta*”. Hasil dari penelitian tersebut adalah variabel keamanan, kemampuan akses dan kondisi fasilitas berpengaruh

---

<sup>29</sup> Wijaya Lefi Yandie, “Pengaruh Etika dan Pelayanan Prima Customer Service Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah”, *Tugas Akhir*. (Palembang : UIN Raden Patah, 2017)

<sup>30</sup> Nada Akrobin, “Pengaruh Service Excellent terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri”, *Skripsi*. ( Jogjakarta: UIN Sunan Kalijaga, 2019)

positif terhadap kepuasan nasabah sedangkan variabel tambahan biaya berpengaruh negative terhadap kepuasan nasabah.<sup>31</sup>

Penelitian ke lima di lakukan oleh Melfi Adela dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro pada tahun 2020 dengan judul “*Pengaruh Layanan M-Banking Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Bank BNI Syariah KCP Rajabasa)*”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel keamanan sistem mobile banking tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah, variabel kemudahan penggunaan layanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah, variabel kredibilitas perusahaan layanan perbankan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dan variabel kecepatan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Sedangkan secara simultan diketahui bahwa nilai Fhitung 22,330 lebih besar dari Ftabel 2,471 artinya secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.<sup>32</sup>

Penelitian ke enam adalah penelitian dari lawn Firmansyah (Universitas Indonesia) pada tahun 2018 dengan judul *Perbandingan Kualitas Pelayanan Mobile Banking Pada Bank Syariah Mandiri dan BRI Syariah*. Penelitian kuantitatif digunakan sebagai metode utama penelitian dengan mengambil sampel sebanyak 70 responden yang merupakan 35 nasabah Bank Syariah Mandiri dan 35 nasabah BRI Syariah yang menggunakan layanan mobile banking. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa nilai rata-rata kualitas pelayanan mobile

---

<sup>31</sup> Yogi Yuliansyah, “Analisis pengaruh layanan mobile banking terhadap kepuasan nasabah pada Bank syariah mandiri KCP kaliurang Yogyakarta”, *Skripsi*. (Jogjakarta :Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, 2017)

<sup>32</sup> Melfi Adela, “Pengaruh Layanan M-Banking Terhadap Kepuasan Nasabah” (Studi Kasus Pada Bank Bni Syariah Kcp Rajabasa). *Skripsi*.(Lampung: IAIN Metro,2020)



banking pada Bank Syariah Mandiri lebih besar dari nilai rata-rata kualitas pelayanan *mobile banking* pada BRI Syariah. Artinya kualitas pelayanan *mobile banking* yang di rasakan oleh nasabah Bank Syariah Mandiri lebih tinggi/baik jika dibandingkan dengan BRI Syariah. Untuk hasil pengolahan pada uji t sampel bebas, penelitian tidak menemukan adanya perbedaan yang signifikan antara kualitas pelayanan *mobile banking* Bank Syariah Mandiri dengan BRI Syariah<sup>33</sup>

Berbeda dengan penelitian terdahulu seperti yang di paparkan di atas, pada penelitian ini penulis hanya menggunakan dua Variabel yaitu *service excellent* dan kualitas layanan *mobile banking*. Perbedaan lainnya yaitu jenis dari penelitian ini yaitu asosiatif-komparatif serta mengambil studi kasus di BRISyariah KCP Ponorogo dan Bank Muamalat Ponorogo. Dari penelitian-penelitian terdahulu yang tertulis di atas tentunya terdapat perbedaan maupun persamaan dengan penelitian yang penulis lakukan saat ini. Untuk lebih jelasnya perbedaan dan persamaan dengan penelitian terdahulu maka akan di tabulasikan pada tabel di bawah ini

Tabel 1.2  
Penelitian Terdahulu

NO	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Kesimpulan	Perbedaan
1.	Wijaya Yafei Yandhi (2017)	Pengaruh Etika Dan Pelayanan Prima <i>Customer Service</i> Terhadap Tingkat kepuasan nasabah	1. Adanya pengaruh dalam etika terhadap tingkat kepuasan pelanggan 2. Adanya pengaruh pelayanan prima terhadap tingkat	1. Penelitian yang dilakukan oleh wijaya hanya berfokus pada <i>customer service</i> saja sedangkan untuk penelitian

<sup>33</sup> Alwan Firmasyah, "Perbandingan Kualitas Pelayanan Mobile Banking Pada Bank Syariah Mandiri Dan BRI Syariah," *Skripsi*. (Jakarta Universitas Indonesia)

NO	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Kesimpulan	Perbedaan
			kepuasan pelanggan <sup>34</sup>	<p>ini luas cangkupannya, dalam artian karyawan bank yang berpern langsung kepada nasabah tidak hanya customer service saja.</p> <p>2. Wijaya menggunakan dua variabel independent yaitu Etika dan pelayanan prima sedangkan penelitian ini menggunakan <i>service excellent</i> dan penggunaan <i>mobile banking</i></p> <p>3. penelitian Wijaya berjenis penelitian kuantitatif dimana hanya mencari pengaruh antara variabel independent terhadap variabel dependet sedangkan penelitian ini berjenis kuantitatif dengan pendekatan asosiatif</p>

<sup>34</sup> Wijaya Lefi Yandie, "Pengaruh Etika dan Pelayanan Prima Customer Service Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah", *Tugas Akhir*.(Palembang : UIN Raden Patah, 2017)

NO	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Kesimpulan	Perbedaan
				komparatif yaitu mencari pengaruh dan perbandingan kedua tempat yang berbeda
2.	Yogi Yuliansyah (2017)	Analisis Pengaruh layanan <i>mobile banking</i> terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Mandiri KCP Kaliurang, Jogjakarta	variabel keamanan, kemampuan akses dan kondisi fasilitas berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah sedangkan variabel tambahan biaya berpengaruh negative terhadap kepuasan nasabah <sup>35</sup>	1. Penelitian Yogi hanya menggunakan satu variabel yaitu layanan <i>mobile banking</i> serta berfokus pada konsep-konsep di dalam <i>mobile banking</i> terhadap kepuasan nasabah sedangkan penelitian ini menggunakan dua variabel independent serta tik berfokus pada salah satu variabel saja
3.	Ayu Istichomah (2018)	Pengaruh <i>Service Excellent</i> dan Strategi Pemasaran Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah di BRI Syariah Madiun	1. pelayanan yang baik ( <i>service excellent</i> ) mempengaruhi tingkat kepuasan nasabah. 2. strategi pemasaran mempengaruhi tingkat kepuasan nasabah 3. Secara bersama-sama, service	1. Penelitian yang di lakukan oleh Ayu menggunakan dua variabel indepent yaitu <i>service excellent</i> dan strategi pemasaran sedangkan penelitian ini menggunakan

<sup>35</sup> Yogi Yuliansyah, "Analisis pengaruh layanan *mobile banking* terhadap kepuasan nasabah pada Bank syariah mandiri KCP kaliurang Yogyakarta", Skripsi. (Jogjakarta :Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, 2017)

NO	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Kesimpulan	Perbedaan
			<p>excellent dan strategi pemasaran mempengaruhi tingkat kepuasan nasabah<sup>36</sup>.</p>	<p>dua variabel bebas yaitu <i>service excellent</i> dan penggunaan <i>mobile banking</i></p> <p>2. Penelitian Ayu berjenis penelitian kuantitatif dimana hanya mencari pengaruh antara variabel independent terhadap variabel dependet sedangkan penelitian ini berjenis kuantitatif dengan pendekatan asosiatif komparatif yaitu mencari pengaruh dan perbandingan kedua tempat yang berbeda</p>
4.	Alwan Firmansyah (2018)	Perbandingan Kualitas Pelayanan <i>Mobile Banking</i> Pada Bank Syariah Mandiri Dan BRISyariah	<p>Hasil dari penelitian ini adalah</p> <p>1. kualitas pelayanan <i>mobile banking</i> yang di rasakan oleh nasabah Bank Syariah Mandiri lebih tinggi/baik jika dibandingkan dengan BRI Syariah</p>	1. Penelitian Alwan menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan kompratif saja sedangkan pada penelitian ini

<sup>36</sup> Ayu Istichomah, "Pengaruh Service Excellent dan Strategi Pemasaran terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah di BRI Syariah Madiun", *Skripsi*. (Ponorogo : IAIN Ponorogo,2018)

NO	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Kesimpulan	Perbedaan
			<p>2. Untuk hasil pengolahan pada uji t sampel bebas, penelitian tidak menemukan adanya perbedaan yang signifikan antara kualitas pelayanan mobile <sup>37</sup>banking Bank Syariah Mandiri dengan BRI Syariah</p>	<p>menggunakan pendekatan asosiatif komparatif</p> <p>2. Dalam penelitian Alwan yang di bandingkan adalah kualitas pelayanannya sedangkan dalam penelitian ini yang di bandingkan adalah kepuasan nasabahnya.</p>
5.	Nada Akrobin (2019)	Pengaruh <i>Service Excellent</i> terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri (Studi kasus pada Bank Syariah Mandiri di Kota Jogjakarta)	<p>1. pengaruh bukti fisik, jaminan, kehandalan, daya tanggap, empati, sikap dan tanggungjawab terhadap kepuasan nasabah baik secara simultan</p> <p>2. Secara parsial bukti fisik, jaminan, empati dan sikap tidak berpengaruh positif dan signifikan, kehandalan dan tanggungjawab berpengaruh positif dan signifikan serta daya tanggap tidak berpengaruh</p>	<p>1. Penelitian Nada hanya menggunakan 6 variabel independent yang termasuk kedalam <i>service excellent</i> sedangkan penelitian ini menggunakan dua variabel independent yaitu <i>service excellent</i> dan penggunaan mobile banking</p>

<sup>37</sup> Alwan Firmasyah, "Perbandingan Kualitas Pelayanan Mobile Banking Pada Bank Syariah Mandiri Dan BRI Syariah," *Skripsi*. (Jakarta Universitas Indonesia)



NO	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Kesimpulan	Perbedaan
			negaatif dan signifikan <sup>38</sup>	
6.	Melfi Adela (2020)	Pengaruh <i>M banking</i> terhadap kepuasan nasabah (Studi Kasus Pada Bank Bni Syariah Kcp Rajabasa)	<p>Hasil dari penelitian ini adalah</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. variabel keamanan sistem <i>mobile banking</i> tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah, variabel kemudahan penggunaan layanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah, variabel kredibilitas perusahaan layanan perbankan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dan variabel kecepatan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah</li> <li>2. secara simultan diketahui bahwa nilai <math>F_{hitung}</math> 22,330 lebih besar dari <math>F_{tabel}</math> 2,471 artinya secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan nasabah<sup>39</sup></li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Penelitian Melfi hanya menggunakan satu variabel independent dengan menggunakan masing-masing indicator untuk membuktikan bahwa <i>M banking</i> berpengaruh terhadap kepuasan nasabah sedangkan penelitian ini menggunakan dua variabel independent</li> <li>2. Pada penelitian Melfi, Melfi menggunakan teori <i>Mbanking</i> dari laporan BRI sedangkan dalam penelitian ini menggunakan teori dan pendapat Lovelock</li> </ol>

<sup>38</sup> Nada Akrobin, "Pengaruh Service Excellent terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri", *Skripsi*. (Jogjakarta: UIN Sunan Kalijaga, 2019)

<sup>39</sup> Melfi Adela, "Pengaruh Layanan M-Banking Terhadap Kepuasan Nasabah" (Studi Kasus Pada Bank Bni Syariah Kcp Rajabasa). *Skripsi*. (Lampung: IAIN Metro, 2020)

### C. Kerangka Berpikir

Kerangka pemikiran merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah didefinisikan sebagai masalah yang penting atau disebut juga riset<sup>40</sup>. Teori saling berkaitan masalah faktor kerangka pemikiran. Kerangka pemikiran yang baik akan menjelaskan secara teoritis pertautan antara *service excellent* di BRI Syariah KCP Ponorogo dan Bank Muamalat Ponorogo yang akan diteliti. Jadi secara teoritis perlu dijelaskan hubungan perbandingan antara *service excellent* di BRI Syariah KCP Ponorogo dan Bank Muamalat Ponorogo terhadap kepuasan Nasabah. Setelah membandingkan antara *service excellent* di BRI Syariah KCP Ponorogo dan Bank Muamalat Ponorogo secara teoritis, akan menjelaskan kembali antara kedua hubungan variabel. Berdasarkan landasan teori yang dikemukakan di atas, maka dihasilkan kerangka berpikir yang berupa kerangka asosiatif:

Variable X1 : *Service Excellent*

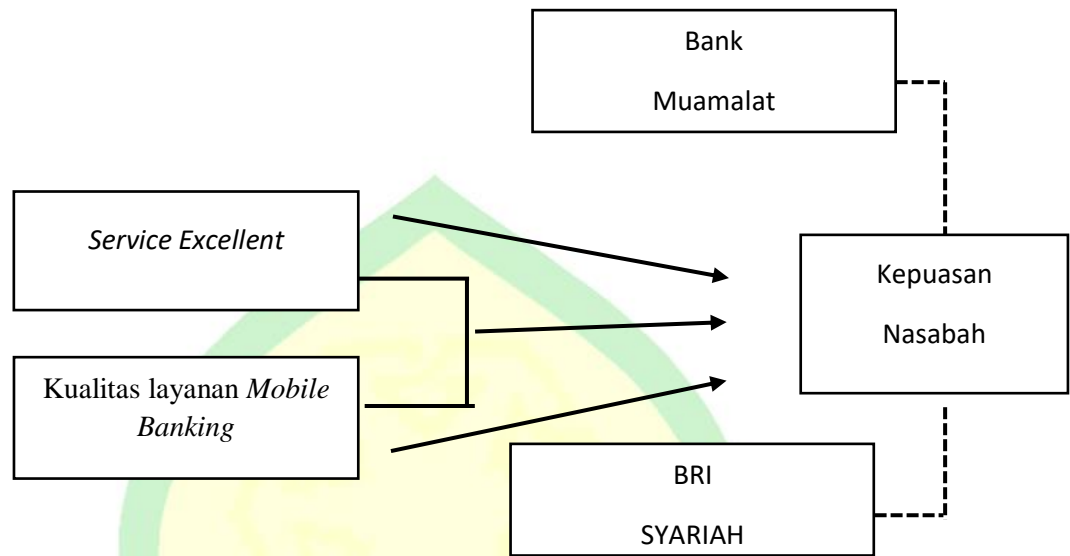
Variabel X2 : kualitas layanan *Mobile Banking*

Variabel Y : Kepuasan Nasabah

Berdasarkan landasan teori dan telaah pustaka di atas, maka dapat diajukan kerangka berpikir penelitian adalah Jika *service excellent* dan kualitas layanan *mobile banking* yang diberikan kepada nasabah baik, maka tingkat kepuasan yang didapat oleh nasabah akan baik, begitupun juga sebaliknya dan dapat di gambarkan melalui kerangka konseptual berikut,

---

<sup>40</sup>Husein umar, *Metode Riset Bisnis*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2015), h. 242



Gambar 2.1 Kerangka Konseptual

Keterangan :

—————> : Garis pengaruh

----- : Garis Perbedaan

Pada penelitian kali ini peneliti akan membandingkan antara tingkat *Kepuasan nasabah* di BRI Syariah KCP Ponorogo dan Bank Muamalat Ponorogo. Penelitian ini dimulai dari mencari pengaruh *service excellent* dan kualitas layanan *mobile banking* terhadap kepuasan nasabah secara parsial maupun simultan kemudian akan dibandingkan tingkat kepuasan nasabah pada kedua bank tersebut dalam perspektif Ekonomi Islam untuk memperoleh suatu kesimpulan terkait penelitian yang dilaksanakan

#### D. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, di mana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan<sup>41</sup>.

Berdasarkan tinjauan pustaka, Kepuasan nasabah di pengaruhi oleh kualitas layanan, dimana dalam pelaksanaan dan mewujudkan kualitas layanan yang terbaik perusahaan mempunyai standard dan aturan-aturan tertentu contohnya adalah *service excellent* dan kualitas layanan *mobile banking*. Menurut Freddy Rangkuti, kualitas layanan mempengaruhi kepuasan nasabah. Nasabah akan merasa puas apabila kualitas layanan yang di berikan seperti yang diharapkan oleh nasabah begitu pula sebaliknya.

Dalam penelitian yang di lakukan oleh Ayu Istichomah yang meneliti tentang pengaruh *service excellent* dan strategi pemasaran terhadap kepuasan nasabah, menyatakan bahwa *service excellent* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah secara signifikan. Begitu pula dalam penelitian yang di lakukan oleh Irfan Nurahmdi Harish yang meneliti tentang pengaruh kualitas layanan *mobile banking* terhadap kepuasan nasabah. Dalam penelitian tersebut kualitas layanan *mobile banking* berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah. Sehingga dapat di simpulkan apabila *service excellent* dan kualitas layanan *mobile banking* di tingkatkan maka kepuasan nasabah akan meningkat.

---

<sup>41</sup> Sugiyono . *Metode Penelitian Kuantitati, kualitatif dan R&D* (Alfabeta: Bandung, 2016) hal 64

H<sub>01</sub> : Tidak ada Pengaruh *Service Excellent* dan kualitas layanan *mobile banking* terhadap kepuasan nasabah di BRISyariah KCP Ponorogo dan Bank Muamalat KCP Ponorogo secara parsial

H<sub>a1</sub> : Ada Pengaruh *Service Excellent* dan kualitas layanan *Mobile Banking* terhadap kepuasan nasabah di BRISyariah KCP Ponorogo dan Bank Muamalat KCP Ponorogo secara parsial

Menurut tinjauan pustaka di atas, karena *service excellent* dan kualitas layanan *mobile banking* termasuk dalam kualitas layanan maka jika keduanya secara bersama-sama di tingkatkan, kepuasan nasabah akan meningkat

H<sub>02</sub> : Tidak ada Pengaruh *Service Excellent* dan kualitas layanan *mobile banking* terhadap kepuasan nasabah di BRISyariah KCP Ponorogo Bank Muamalat KCP Ponorogo secara simultan

H<sub>a2</sub> : Ada Pengaruh *Service Excellent* dan kualitas layanan *mobile banking* terhadap kepuasan nasabah di BRISyariah KCP Ponorogo dan Bank Mumalat KCP Ponorogo secara simultan

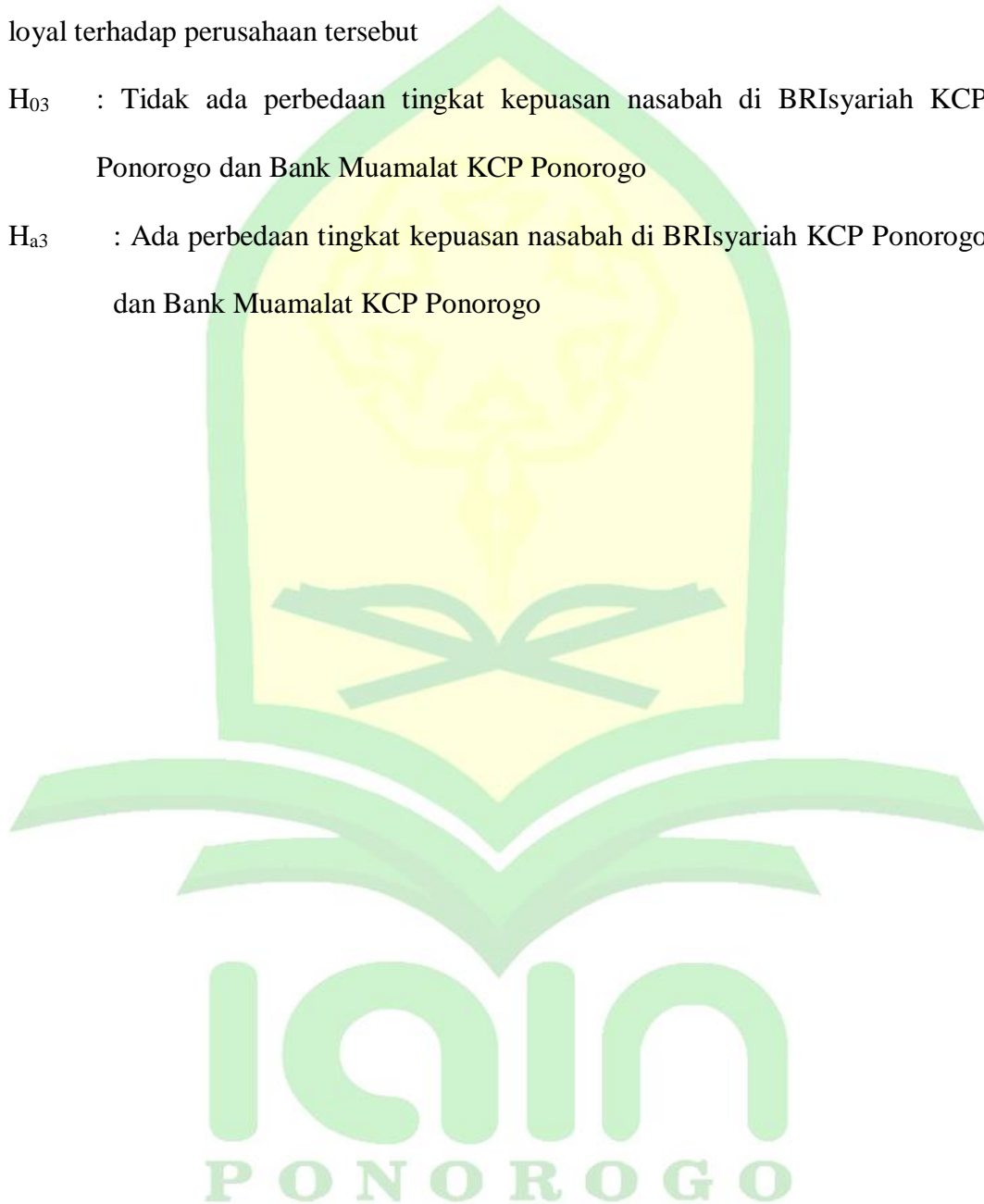
Menurut Tse dan Wilton dalam Tjiptono , kepuasan atau ketidak puasaan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya (norma kinerja lainnya) dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya. Menurut Mohammad, kepuasan pelanggan merupakan salah satu kunci keberhasilan suatu usaha. Hal ini dikarenakan dengan memuaskan konsumen, organisasi atau suatu usaha dapat meningkatkan tingkat keuntungannya dan juga dapat memperluas pangsa pasar yang dimilikinya



Setiap perusahaan mempunyai cara dan standar sendiri dalam mencapai tujuan perusahaan serta untuk menarik konsumen sebanyak banyaknya. Namun di samping itu semua, kepuasan nasabah menjadi tujuan utama agar nasabah tetap loyal terhadap perusahaan tersebut

H<sub>03</sub> : Tidak ada perbedaan tingkat kepuasan nasabah di BRI Syariah KCP Ponorogo dan Bank Muamalat KCP Ponorogo

H<sub>a3</sub> : Ada perbedaan tingkat kepuasan nasabah di BRI Syariah KCP Ponorogo dan Bank Muamalat KCP Ponorogo



## BAB III

### METODELOGI PENELITIAN

#### A. Rancangan Penelitian

Dalam metodologi penelitian, terminologi rancangan penelitian seringkali ditemui. Rancangan penelitian merupakan pola atau model penelitian yang dibuat untuk membantu mempermudah peneliti dalam menjalankan kegiatannya. Rancangan penelitian adalah spesifikasi metode-metode dan prosedur-prosedur guna menemukan informasi yang dibutuhkan untuk menyusun atau memecahkan masalah<sup>1</sup>.

Dilihat dari jenis datanya, penelitian dibagi menjadi dua yaitu kualitatif dan kuantitatif. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, dapat diartikan sebagai suatu proses dalam penelitian menggambarkan dan menemukan pengetahuan yang menggunakan data berupa angka sebagai alat menemukan keterangan mengenai apa yang ingin diketahui. Penelitian kuantitatif dapat dilaksanakan dengan deskriptif, penelitian asosiatif, penelitian komparatif, penelitian eksperimental. Penelitian ini termasuk penelitian asosiatif-komparatif kuantitatif. Menurut Sugiyono, menyatakan bahwa pengertian asosiatif adalah sebagai berikut: Penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh ataupun hubungan antara dua variabel atau lebih<sup>2</sup>. Sedangkan Penelitian komparatif adalah suatu penelitian

---

<sup>1</sup>Muhammad Teguh, *Metodologi Penelitian Ekonomi Teori dan Aplikasi* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2001), 87

<sup>2</sup> Sugiyono. *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2003) edisi 1

yang bersifat membandingkan. Disini variabelnya masih sama dengan variabel mandiri tetapi untuk sampel yang lebih dari satu, atau dalam waktu yang berbeda<sup>3</sup>. Dalam penelitian ini untuk mengetahui hubungan antara *service excellent* dan kualitas layanan *mobile banking* terhadap kepuasan nasabah yang selanjutnya akan di bandingkan tingkat kepuasan nasabah pada bank Muamalat dan BRI Syariah

## B. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

### 1. Variabel Penelitian

Variabel penelitian suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek, atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulan. Macam – macam variabel penelitian ada 2 yaitu

#### a. Variabel *Independent* atau variabel bebas,

Variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan<sup>4</sup>. Dalam penelitian ini variabel independent ada 2 yaitu *service excellent* dan kualitas layanan *mobile banking*

---

<sup>3</sup> Ibid.

<sup>4</sup> Sugiyono . Metode Penelitian Kuantitati, kualitatif dan R&D (Bandung : Alfabeta, 2016) hal

b. Variabel *dependen* atau variabel bebas,

Variabel yang di pengaruhi atau variabel yang menjadi akibat. Dalam penelitian ini variabel dependennya adalah kepuasan nasabah<sup>5</sup>

## 2. Definisi Operasional

Tabel 3.1  
Definisi Operasional

Variabel	Indikator	Item Pernyataan	Sumber referensi
<i>Service Excellent</i>	1. <i>Ability</i> (kemampuan))	1.1 karyawan memahami prosedur pelayanan (cara berkomunikasi dengan nasabah, mengembangkan motivasi)	Atep Adya Barata, Dasar-Dasar Pelayanan Prima (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2003), 31
		1.2 karyawan mampu menjelaskan produk-produk bank syariah dengan baik dan benar kepada nasabah	
	2. <i>Attitude</i> (sikap)	2.1 Karyawan mempersilahkan nasabah dengan baik dan ramah	
		2.2 karyawan selalu memperhatikan nasabah ketika berbicara	
	3. <i>Appearance</i> (penampilan)	3.1 karyawan berpakaian rapi, bersih dan sopan	
		3.2 karyawan selalu tampak	

<sup>5</sup> Sugiyono . *Metode Penelitian Kuantitati, kualitatif dan R&D* (Bandung : Alfabeta, 2016) hal 38-39

Variabel	Indikator	Item Pernyataan	Sumber referensi
		menyenangkan ketika bersama nasabah	
	4. <i>Attention</i> (perhatian)	4.1 karyawan mendengarkan keluhan atau kritikan nasabah 4.2 karyawan memberikan feedback yang di perlukan oleh nasabah	
	5. <i>Action</i> (tindakan)	5.1 karyawan mewujudkan kebutuhan nasabah dengan mencatat dan mengonfirmasikan atas kebutuhan nasabah 5.2 karyawan melayani dengan tepat dan cepat	
	6. <i>Accountability</i> (tanggungjawab)	6.1 karyawan dapat mempertanggungjawabkan apa yang telah di katakannya 6.2 karyawan dapat membuktikan bahwa tindakan yang di lakukan adalah benar	
Kualitas Layanan <i>Mobile Banking</i>	1. <i>speed</i> (kecepatan dan kemudahan)	1.1 M-banking dapat di akses dengan cepat 1.2 M-banking dapat diakses dengan mudah	Gummeson E, Lovelock, C., 2004. Whither Services Marketing? Journal of Service Research, 7(1), 20–41. doi:10.1177/1094670504266131
	2. <i>Security</i> (Keamanan)	1.1 Layanan aman dengan memasukkan PIN setiap kali mau akses 1.2 Rahasia nasabah terjaga dengan adanya persetujuan perlindungan	
	3. <i>Accuracy</i> (keakuratan)	1.1 Informasi transaksi nasabah tepat dan akurat	



Variabel	Indikator	Item Pernyataan	Sumber referensi
		1.2 Layanan tersedia dengan tepat sesuai yang di butuhkan	
	4 <i>Trust</i> (kepercayaan)	1.1 Nasabah percaya kepada pihak bank 1.2 Transaksi yang di sampaikan kepada nasabah benar adanya dan dapat di buktikan	
Kepuasan Nasabah	1. Kesesuaian harapan ( <i>confirmation to expectation</i> )	1.1 Produk yang di peroleh sesuai atau melebihi yang di harapkan oleh pelanggan 1.2 Pelayanan yang di berikan sesuai atau melebihi harapan pelanggan 1.3 Fasilitas yang di dapat sesuai atau melebihi harapan pelanggan	Fandy Tjiptono, Anastasia Diana. Kepuasan Pelanggan (Konsep, pengukuran & strategi) (Yogyakarta: Penerbit ANDI, 2019) hal,135
	2. Minat membeli Ulang ( <i>Purchase Intent</i> )	2.1 Berminat berkunjung kembali di karenakan pelayanan yang memuaskan 2.2 Berminat berkunjung kembali karena nilai dan manfaat yang di peroleh setelah menggunakan produk 2.3 Berminat berkunjung kembali karena fasilitas yang di tawarkan memadai	
	3. Kesiediaan merekomendasi ( <i>Willingnes to recommend</i> )	3.1 Menyarankan orang lain untuk menggunakan produk terkait karena	

Variabel	Indikator	Item Pernyataan	Sumber referensi
		<p>pelayanan yang memuaskan</p> <p>3.2 Menyarankan orang lain untuk menggunakan produk terkait karena nilai dan manfaat produk yang memuaskan</p> <p>3.3 Menyarankan orang lain menggunakan produk karena fasilitas yang di tawarkan memadai</p>	

### C. Lokasi, Populasi, dan Sampel

#### 1. Lokasi Penelitian

Dalam penelitian tidak kalah penting untuk di prioritaskan adalah tempat dimana penelitian itu di lakukan atau di sebut lokasi penelitian. Lokasi penelitian harus di sesuaikan dengan masalah yang di ambil oleh peneliti. Penelitian ini mengambil lokasi di kota Ponorogo, dimana Ponorogo adalah kota kecil di Jawa Timur yang masyarakatnya belum begitu percaya akan hal-hal modern. Di Ponorogo, belum banyak bank syariah yang berdiri, hanya beberapa saja. Hal itu tentu bagi masyarakat yang berpegang teguh pada keyakinan Islam dan tidak ingin merugi pasti memilih bank Syariah. Maka dari itu, kualitas layanan (*service excellent* dan kualitas *mobile banking*) bank tentu menjadi perhatian nasabah dalam memilih perusahaan mana yang akan menjadi

tempat transaksinya. Dalam penelitian ini, peneliti mengambil lokasi di BRI Syariah KCP Ponorogo dan Bank Muamalat KCP Ponorogo, dimana BRI Syariah merupakan anak dari BRI yang selama ini sudah di kenal dengan baik oleh masyarakat dan Bank Muamalat KCP Ponorogo yang merupakan bank syariah pertama di Indonesia.

## 2. Populasi

Wilayah generalisasi yang terdiri atas, obyek/ subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya adalah populasi<sup>6</sup>. Dengan kata lain populasi merupakan keseluruhan objek atau subjek yang berada pada suatu wilayah dan memenuhi syarat-syarat tertentu berkaitan dengan masalah penelitian, atau keseluruhan unit dari individu dalam ruang lingkup yang akan diteliti. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah pengguna mobile banking BRI Syariah KCP Ponorogo dan nasabah pengguna mobile banking Bank Muamalat Ponorogo. Menurut wawancara terhadap Kepala KCP BRI Syariah dan Bank Muamalat Ponorogo di ketahui bahwa jumlah populasi pengguna *mobile banking* di Ponorogo tidak di ketahui. Karena perhitungan rata-rata di lakukan di BRI Syariah pusat dan Bank Muamalat Pusat.

---

<sup>6</sup> Sugiyono. Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D. (Bandung: Alfabeta,2016)  
hal.80

### 3. Sampel

Sebagian atau wakil populasi yang diteliti adalah sampel<sup>7</sup>. Dinamakan penelitian sampel apabila kita bermaksud untuk menggeneralisasikan hasil penelitian sampel. Yang dimaksud menggeneralisasikan adalah mengangkat kesimpulan penelitian sebagai suatu yang berlaku bagi populasi. Sampel dari penelitian ini adalah nasabah pengguna *mobile banking* dari Bank BRI Syariah KCP Ponorogo dan Bank Muamalat KCP Ponorogo yang tidak diketahui jumlahnya

Alreck dan Seetle dalam Yessi Rifmasari mengemukakan bahwa untuk populasi besar, sampel minimum kira-kira 100 responden dan sampel maksimumnya adalah 1000 responden atau 10% dengan kirasannya angka minimum dan maksimum. Secara lebih rinci Jack E Fraenkel dan Norman E Wallen menyatakan (meskipun bukan ketentuan mutlak) bahwa minimum sampel adalah 100 untuk studi deskriptif, 50 untuk studi korelasional, 30 perkelompok untuk studi kausal komparatif.<sup>8</sup>

Sampel nasabah BRI Syariah KCP Ponorogo dan Bank Muamalat Ponorogo dengan populasi tidak diketahui sebagai berikut dengan menggunakan rumus Lemeshow:<sup>9</sup>

---

<sup>7</sup> Syahrudin, Salim. Metodologi penelitian kuantitatif. (Bandung: CitaPustaka Media, 2012) hal 113

<sup>8</sup> Yessi Rifmasari, Studi komparasi implementasi kurikulum pada pembelajaran akselerasi dan pembelajaran reguler ( Universitas Pendidikan Indonesia, Repository.upi.edu, perpustakaan.upi.edu)

<sup>9</sup> Stanley Lemeshow, David W HosmerJ, Janeile Klar & Stephen K. Lwanga. *Besar sampel dalam penelitian kesehatan* (Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 1997) hal, 2

$$n = \frac{Z^2_{1-\alpha/2} P(1-P)}{d^2}$$

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

$$n = \frac{3,8416 \cdot 0,25}{0,01}$$

$$N = 96,04 = 100$$

Keterangan:

n : jumlah sampel yang dicari

z : skor pada kepercayaan 95% (1,96)

p : maksimal estimasi (0,5)

d : Nilai presisi (ditentukan 90% atau d=0,1)

Sehingga dalam penelitian ini sampel yang harus di ambil adalah 100 sampel terdiri dari 50 nasabah penggunaan *mobile banking* BRI Syariah KCP Ponorogo dan 50 nasabah pengguna *mobile banking* Bank Muamalat KCP Ponorogo.

Karena penelitian ini bersifat asosiatif-komparatif dengan jumlah populasi yang tidak di ketahui maka sampel yang di ambil masing-masing adalah 50 nasabah dengan pertimbangan menurut Alreck dan Seetle yang memenuhi jumlah minimum untuk penelitian kausal komparatif.



#### **D. Teknik Pengambilan Sampel**

Dalam penelitian ini teknik sampling yang digunakan adalah sampling insidental. Sampling insidental adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat menjadi sampel apabila cocok dengan jenis dan sumber data penelitian peneliti<sup>10</sup>.

#### **E. Jenis dan Sumber data**

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengumpulan data secara primer. Sumber data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data<sup>11</sup>. Dalam penelitian data primer di peroleh dari wawancara dan penyebaran angket kepada responden BRI Syariah KCP Ponorogo dan Bank Muamalat KCP Ponorogo atas *service excellent*, kualitas layanan *mobile banking* dan kepuasan nasabah.

#### **F. Metode Pengumpulan Data**

Pengumpulan data dalam suatu penelitian merupakan hal yang harus dilakukan untuk mendapatkan bahan-bahan yang relevan, terpercaya dan akurat. Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah Kuisisioner/Angket. Metode yang digunakan untuk pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuisisioner. Pernyataan pada kuisisioner berpedoman pada indikator-indikator variabel, pengerjaanya dengan memilih salah satu alternatif jawaban yang

---

<sup>10</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Bandung: ALFABETA, 2016) hal, 85.

<sup>11</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Bandung: ALFABETA, 2013) hal, 113.

disesuaikan. Setiap butir pertanyaan disertai lima jawaban dengan menggunakan skor nilai. Skala pengukuran menggunakan skala likert.

Dengan skala likert maka, variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan titik tolak menyusun butir-butir instrumen yang berupa pertanyaan atau pernyataan yang perlu dijawab oleh responden. Setiap jawaban dihubungkan dengan pernyataan atau dukungan sikap yang diungkapkan dengan kata-kata. Jawaban dari setiap butir instrumen yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif. Dalam penelitian ini digunakan pilihan respon skala lima dengan jawaban pernyataan yang bersifat positif skor jawaban adalah:

- 1) SS (Sangat Setuju) : skor 4
- 2) S (Setuju) : skor 3
- 3) TS (Tidak Setuju) : skor 2
- 4) STS (Sangat Tidak Setuju) : skor 1<sup>12</sup>

Para peneliti cenderung melakukan modifikasi dari skala likert, misalnya dengan menambah kategori jawaban menjadi tujuh atau mengurangi kategori menjadi 3. Selain itu, ada yang menggunakan 4 kategori dengan alasan penggunaan kategori ganjil mendorong responden memilih yang pertengahan<sup>13</sup>

---

<sup>12</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Bandung: ALFABETA, 2016) hal, 93

<sup>13</sup> Syahrur, Salim. *Metodelogi penelitian kuantitatif* (Bandung : Citapustaka Media,2012)

Menurut Hadi Sutrisno, modifikasi terhadap skala likert di maksudkan untuk menghilangkan kelemahan yang terkandung oleh skala likert yang berjumlah ganjil dengan dua alasan yaitu:

1. Kategori netral mempunyai arti ganda, yang bisa di artikan belum memutuskan atau bisa juga di artikan setuju tidak, tidak setuju pun tidak. Tentunya jawaban ganda ini tidak di harapkan dalam suatu instrumen penelitian
2. Responden cenderung akan memilih jawaban netral jika menggunakan skala likert 5 butir. Jawaban seperti itu tentu akan menghilangkan banyak data penelitian sehingga mengurangi banyaknya informasi yang di dapat dari responden<sup>14</sup>

### **G. Metode Pengolahan dan Analisis Data**

Setelah keseluruhan data terkumpul, maka langkah selanjutnya penulis menganalisa data tersebut sehingga dapat ditarik kesimpulan. Dalam menganalisa ini penulis menggunakan metode berfikir deduktif yakni berangkat dari fakta-fakta yang umum, peristiwa-peristiwa yang kongkrit, kemudian dari fakta-fakta dan peristiwa-peristiwa yang umum kongkrit ditarik generalisasi-generalisasi yang mempunyai sifat khusus<sup>15</sup>.

---

<sup>14</sup> Sutrisno Hadi, *analisis butir untuk instrumen angket, tes, dan skala nilai* (Yogyakarta: FP UGM, 1991) hal 19

<sup>15</sup> Sutrisno Hadi, *Metode Research*. (Yogyakarta : ANDI, 2002), hal, 42.

Metode analisis yang digunakan adalah dengan menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif dengan penelitian studi kasus yang dipergunakan untuk mengumpulkan, mengolah, dan kemudian menyajikandata observasi agar pihak lain dapat dengan mudah mendapat gambaran mengenai objek dari penelitian tersebut. Deskriptif kuantitatif dilakukan untuk menjawab pertanyaan penelitian yaitu menganalisis pengaruh antar variabel.

Alat uji analisis data menggunakan analisis regresi sederhana, alat uji ini bertujuan untuk mengetahui dua variabel antara variabel independent X dengan variabel dependent Y yang akan dikenai prosedur analisis statistik regresi apakah menunjukkan hubungan yang linear atau tidak. Untuk keabsahan data maka sebelumnya data yang diperoleh dari lapangan akan diuji terlebih dahulu dengan menggunakan uji validitas kuisisioner dan uji reliabilitas kuisisioner.

## 1. Uji Instrumen

### a) Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau ketepatan suatu instrumen. Valid berarti instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur.<sup>16</sup>

Suatu instrumen penelitian dikatakan valid, bila:

---

<sup>16</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Bandung: ALFABETA, 2016) hal, 121.

- 1) Koefisien korelasi product moment melebihi 0,3
- 2) Koefisien korelasi product moment  $> r_{\text{tabel}} (\alpha ; n-2)$   $n =$  jumlah sampel
- 3) Nilai  $\text{sig} \leq \alpha$

Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan rumus korelasi product moment sebagai berikut<sup>17</sup>:

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

Keterangan :

$r_{\text{hitung}}$  = koefisien korelasi

$n$  = jumlah responden

$x$  = jumlah skor item

$y$  = jumlah skor total (seluruh item)

Dalam Penelitian uji validitas dilakukan melalui 1 tahap kepada 50 dari BRI Syariah KCP Ponoro dan 50 nasaabah dari nasabah Bank Muamalat Ponorogo untuk mengukur tingkat validitas dalam penelitian digunakan rumus korelasi *product moment*.

<sup>17</sup> Riduwan, Belajar Mudah Penelitian Untuk GuruKaryawan dan Peneliti Pemula, hal, 57.



## b) Uji Reliabilitas

Reliabilitas yaitu mengukur sejauh mana alat ukur yang digunakan dapat dipercaya dalam penelitian ini, artinya bila alat ukur tersebut diujikan berkali-kali hasilnya tetap<sup>18</sup>. Uji reliabilitas menggunakan rumus *Alpha Cronbach*.

Adapun untuk menguji reliabilitas instrumen rumus yang digunakan adalah koefisien alpha cronbach sebagai berikut<sup>19</sup>:

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left[ 1 - \frac{\sum Si^2}{Sx^2} \right]$$

keterangan

$\alpha$  = koefisien alpha Cronbach

$k$  = jumlah item pertanyaan

$\sum Si^2$  = jumlah varian skor item

$Sx^2$  = varian skor uji seluruh item k

Dasar pengambilan keputusan dalam uji reliabilitas, yaitu:

- a) Jika hasil uji reliabilitas menunjukkan  $\alpha > 0,7$  maka instrumen ukuran tersebut mengindikasikan satisfactory internal consistency

<sup>18</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Bandung: ALFABETA, 2016) hal, 121.

<sup>19</sup> Ulber Silalahi, *Metode Penelitian Sosial Kuantitatif* (Bandung: Refika Aditama, 2015), hal, 470.

reliability, sehingga layak digunakan sebagai instrumen ukuran untuk penelitian.

- b) Jika hasil reliabilitas  $\alpha < 0,6$  maka instrumen ukuran tersebut mengindikasikan unsatisfactory internal consistency reliability, sehingga tidak layak digunakan sebagai instrumen ukuran untuk penelitian. Namun jika hasil perhitungan menunjukkan sama dengan atau lebih besar dari 0,6 maka instrumen reliabel.

## 2. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif adalah suatu cara mendeskripsikan data yang terkumpul sebagaimana adanya tanpa membuat kesimpulan berlaku atau generalisasi<sup>20</sup>. Tujuan dari analisis deskriptif ini adalah mengubah data mentah menjadi bentuk atau gambaran yang mudah di pahami. Dalam penelitian ini analisis deskriptif di gunakan untuk menjelaskan kondisi objek penelitian untuk mengetahui dan menganalisis data mengenai *service excellent*, kualitas layanan *mobile banking* dan kepuasan nasabah di BRI Syariah KCP Ponorogo dan Bank Muamalat KCP Ponorogo

---

<sup>20</sup> Agus Purwoto, *Panduan Laboratorium Statistika Inferensial* (Jakarta: Grasindo, 2007) hal, 1.

### 3. Uji Asumsi Klasik

Sebelum pengujian hipotesis dilakukan, harus terlebih dahulu melalui uji asumsi klasik. Pengujian ini dilakukan untuk memperoleh parameter yang valid dan handal.

#### a. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk melihat apakah dalam regresi variabel terikat dan variabel bebas, keduanya mempunyai distribusi normal ataukah tidak. Model regresi yang baik adalah model regresi yang berdistribusi normal. Analisis data mensyaratkan data berdistribusi normal untuk menghindari bias dalam analisis data. Data outlier (tidak normal) harus dibuang karena menimbulkan bias dalam interpretasi dan mempengaruhi data lainnya. Sebagai contoh distribusi tinggi penduduk 166cm, 168cm, 112cm. Nilai 112cm merupakan outlier sehingga harus dikeluarkan dalam analisis data<sup>21</sup>

Dalam penelitian ini, untuk mengetahui apakah data berdistribusi normal atau tidak, yaitu dengan uji statistik menggunakan uji *KolmogorovSmirnov*. Kriteria penarikan kesimpulan:

- 1) Nilai signifikan  $> 0,05$  maka data berdistribusi normal.

---

<sup>21</sup>Tony Wijaya, *Analisis Data Penelitian Menggunakan SPSS* (Yogyakarta: Universitas Atmajaya Yogyakarta, 2009), hal, 127.

2) Nilai signifikansi  $< 0,05$  maka data tidak berdistribusi normal<sup>22</sup>

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas merupakan uji yang ditunjukkan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (variabel independen)<sup>23</sup>. Model uji regresi yang baik selayaknya tidak terjadi multikolinearitas. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas adalah:

- 1) Nilai R<sup>2</sup> yang dihasilkan oleh suatu estimasi model regresi empiris sangat tinggi, tetapi secara individual variabel bebas banyak yang tidak signifikan mempengaruhi variabel terkait.
- 2) Menganalisis korelasi antar variabel bebas. Jika antar variabel bebas ada korelasi yang cukup tinggi (di atas 0,90) maka hal ini merupakan indikasi adanya multikolinearitas.
- 3) Multikolinearitas dapat juga dilihat dari VIF. Jika  $VIF < 10$  maka tingkat kolinearitas dapat ditoleransi<sup>24</sup>
- 4) Nilai *eigenvalue* sejumlah satu atau lebih variabel bebas yang mendekati nol memberikan petunjuk adanya multikolinearitas.

---

<sup>22</sup> Singgih, santoso, *Statistika Multivariat*, (Jakarta: Elex Media Kumputindo,2010), hal, 46.

<sup>23</sup> Echo, Perdana. *Olah data skripsi dengan spss 22* ( Bangka Belitung: Lab Kom FK UBB)

<sup>24</sup> *Ibid*,

c. Uji Autokorelasi

Persamaan regresi yang baik adalah yang tidak memiliki autokorelasi. Jika terjadi auto korelasi maka persamaan tersebut menjadi tidak baik atau tidak layak dipakai prediksi<sup>25</sup>. Salah satu ukuran dalam menentukan ada tidaknya masalah auto korelasi dengan uji Durbin-Waston (DW) dengan ketentuan sebagai berikut:

- 1) Terjadi autokorelasi positif, jika nilai DW dibawah -2 atau  $DW < -2$  atau Nilai DW lebih kecil atau lebih besar dari dL dan 4- dU
- 2) Tidak terjadi autokolerasi, jika nilai DW berada diantara -2 dan +2 atau  $DW \leq +2$  atau nilai DW diantara dL dan 4-dU<sup>26</sup>

d. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas terjadi jika pada *scatterpot* titik-titiknya mempunyai pola yang teratur baik menyempit, melebar, maupun bergelombang-gelombang<sup>27</sup>. Salah satu cara untuk melihat adanya problem heterokedastisitas adalah dengan meliha grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (ZPRED) dengan resisulannya (SRESID)

Uji Heteroskedastisitas juga dapat di lakukan dengan uji glejser.

Uji glejser dilakukan dengan meregresikan variabel-variabel bebas

<sup>25</sup> Echo, Perdana. *Olah data skripsi dengan spss 22* ( Bangka Belitung: Lab Kom FK UBB)

<sup>26</sup> Andryan Setyadharma, *Uji asumsi klasik dengan spss 16.0* ( Semarang : FK Ekonomi, 2010)

<sup>27</sup>Danang Sunyoto, *Praktik SPSS Untuk Kasus* (Yogyakarta: Muha Medika, 2011), hal, 125.



terhadap nilai absolut residualnya<sup>28</sup>. Langkah-langkah Uji glejser adalah sebagai berikut :

- 1) Meregresikan variabel independen terhadap variabel independen
- 2) Menghitung nilai absolut dari residual
- 3) Selanjutnya, meregresikan variabel independen dengan nilai absolut residual dan interpretasi heterokedastisitas dilakukan dengan melihat signifikansi variabel independen secara parsial terhadap absolut residual. Gangguan heteroskedastisitas terjadi jika terdapat pengaruh signifikan antara variabel independen dengan absolut residual<sup>29</sup>

#### 4. Uji hipotesis

##### a. Uji t

Untuk menguji kevalidan persamaan regresi menggunakan cara Uji t. atau biasa di sebut uji parsial, yaitu untuk menguji bagaimana pengaruh masing-masing variabel bebasnya secara sendiri-sendiri terhadap variabel terikatnya<sup>30</sup>. Uji ini dpat di lakukan denagan membandingkan t hitung dengan t tabel atau dengan melihat kolom signifikansi pada masing-masing t hitung, proses uji t identik dengan uji f (lihat Perhitungan SPSS pada *coefficient regression full model/enter*)

<sup>28</sup> Harjanto Sutedjo. *Uji asumsi Klasik*, hal, 5.

<sup>29</sup> *Ibid*, hal, 8.

<sup>30</sup> Bidang kajian kebijakan dan inovasi administrasi negara, *Processing data penelitian kuantitatif menggunakan E views* (Bali: FK kedokteran Univ Uduyana, 2008) hal, 32

Dasar pengambilan keputusan dalam uji t dengan menggunakan SPSS sebagai berikut:

- 1) Jika signifikansi  $> 0,05$  maka  $H_0$  diterima
- 2) Jika signifikansi  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak

b. Analisis regresi linier ganda

Analisis yang digunakan untuk mencari pola hubungan antara satu variabel terikat (*dependent*) dengan lebih dari satu variabel bebas (*independent*).<sup>31</sup> Topik permasalahan dalam penelitian ini terdiri dari satu variabel terikat dan dua variabel bebas, maka digunakan uji statistik dengan metode regresi linier dengan dua variabel bebas. Rumus yang digunakan yaitu sebagai berikut:

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2$$

Keterangan:

Y = variabel terikat

$X_1$  = variabel bebas pertama

$X_2$  = variabel bebas kedua

$\alpha$ ,  $b_1$ , dan  $b_2$  = konstanta i analisi regresi berganda

---

<sup>31</sup> Andhita Dessy Wulansari, *Aplikasi Statistika Parametrik dalam Penelitian*, hal, 176.

c. Uji F

Tujuan dilakukan uji f ini untuk mengetahui sejauh mana pengaruh secara simultan antara kelompok data A (variabel bebas X1, X2,... X6) terhadap kelompok data B (variabel tidak bebas Y). Dasar pengambilan keputusan dalam uji F dengan menggunakan SPSS sebagai berikut<sup>32</sup>:

- 1) Jika signifikansi > 0,05 maka H0 diterima
- 2) Jika signifikansi < 0,05 maka H0 ditolak

5. Uji Analisis Komparasi

Teknik analisis komparasi yaitu salah satu teknik analisis kuantitatif yang digunakan untuk menguji hipotesis mengenai ada atau tidaknya perbedaan antar variabel atau sampel yang diteliti. Jika ada perbedaan, apakah perbedaan itu signifikan ataukah perbedaan itu hanya kebetulan saja (*by chance*)

a. Uji Prasyarat

Sebelum memasuki uji hipotesis atau mencari tahu jawaban akan hipotesis, data yang di peroleh harus diuji kelayakan dapat dapat di lanjutkan proses analisis data,

- 1) Uji Normalitas dengan Uji Chi Kuadrat ( $\chi^2$ ) rumusnya adalah

---

<sup>32</sup> Wiratna Sujarweni, *Metode Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, hal, 164.

$$\chi^2 = \sum_{i=1}^k \frac{(O_i - E_i)^2}{E_i}$$

#### Keterangan

$O_i = f_i$  adalah frekwensi absolut / pengamatan, dan

$E_i = (\sum f_i) \cdot Z_i$ . Sedangkan ( $Z_i$  adalah luas daerah dibawah kurva normal untuk kelas interval ke- $i$ )

Kriteria kenormalannya adalah jika  $\chi^2$  hitung  $< \chi^2$  tabel maka data tersebut berdistribusi normal. Nilai  $\chi^2$  tabel adalah nilai  $\chi^2$  untuk taraf nyata ( $\alpha$ ) = 5% dan derajat kepercayaan (dk) =  $k-3$  dimana  $k$  adalah banyaknya kelas interval<sup>33</sup>

Menguji normalitas dengan uji *Kolmogorov smirnov* ataupun uji *shapiro wilk* dengan menggunakan program IBM SPSS 22.0 dengan kriteria pengujian sebagai berikut,

- a) Jika nilai signifikansi lebih dari 0,05 ( $\alpha > 0,05$ ) maka data residual berdistribusi normal
- b) Jika nilai signifikansi kurang dari 0,05 ( $\alpha < 0,05$ ) maka data residual berdistribusi tidak normal<sup>34</sup>

<sup>33</sup> Virgono. *Rumus Analisa Komparatif*. S2 Unindra 2008, hal 9

<sup>34</sup> Santoso. *Statistik nonparametrik* ( Jakarta:Elex Media Komputindo,2010)

Data yang tidak berdistribusi normal, maka uji perbedaan akan di lakukan dengan menggunakan uji statistika non parameterik yaitu dengan menggunakan uji *Mannn Whitney/ Uji U*

## 2) Uji Homogenitas

*Homogeneity of variance* merupakan salah satu syarat untuk *uji t-test independent*. Variabel dependen harus memiliki varian yang sama dalam setiap kategori variabel independent. Jika terdapat lebih dari satu variabel independent, maka harus ada *homogeneity of variance* di dalam cell yang dibentuk oleh variabel independen kategorikal. SPSS memberikan test ini dengan nama *Levene's test of homogeneity of variance*. Jika nilai *Levene's test signifikan* (probabilitas < 0,05) maka hipotesis nol akan ditolak bahwa group memiliki varian yang berbeda dan hal ini menyalahi asumsi. Jadi yang dikehendaki adalah tidak dapat menolak hipotesis nol atau hasil *Levene test* tidak signifikan (probabilitas > 0,05)<sup>35</sup>

### b. Uji *Mann Whitney/ U*

Test ini digunakan untuk menguji hipotesis komparatif dua sampel independen bila datanya berbentuk ordinal yang telah tersusun pada tabel distribusi frekuensi kumulatif dengan menggunakan kelas-kelas interval.

---

<sup>35</sup> 6Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, (Semarang: Penerbit Universitas Diponegoro, 2009), hal, 70.

Ada 2 teknik pengujian dalam mencari ada tidaknya perbedaan di antara 2 variabel independent yang tidak berpasangan yaitu uji independent t test jika data residual berdistribusi normal atau bisa di sebut Uji statistik parametrik dan Uji *mann Whitney* sebagai alternatif jika data residual tidak berdistribusi normal atau biasa di sebut uji statistik non parametrik.

Menurut Santoso, sebagai alternative jika jumlah data minim, distribusi data tidak normal, jenis data ataupun lainnya dapat di gunakan berbagai metode parametrik, yang dengan dukungan software seperti SPSS memungkinkan pengguna mengolah data dan menginterpretasi output dengan mudah.<sup>36</sup>

Uji Mann Whitney/Uji U merupakan uji nonparametric yang digunakan untuk menguji ada tidaknya perbedaan dari dua populasi yang saling independen<sup>37</sup>

Kriteria pengujian menurut Santoso, yaitu

- 1) Jika nilai signifikasi lebih dari 0,05 ( $\alpha > 0,05$ ), maka Terdapat perbedaan yang signifikan
- 2) Jika nilai signifikansi kurang dari 0,05 ( $\alpha < 0,05$ ), Maka tidak ada perbedaan yang signifikan<sup>38</sup>

---

<sup>36</sup> Santoso. *Statistik nonparametrik* ( Jakarta:Elex Media Komputindo,2010)

<sup>37</sup> Suyanto, Ugiana P. *Statistika nonparameterik dengan spss, Minitab, dan R* (Medan: USU Press, 2017) hal, 19

<sup>38</sup> Santoso. *Statistik nonparametrik* ( Jakarta:Elex Media Komputindo,2010)



## BAB IV

### PEMBAHASAN DAN ANALISIS DATA

#### A. Gambaran Umum Objek Penelitian

##### 1. BRI Syariah

###### a. Sejarah Pendirian

Sejarah pendirian PT Bank BRI Syariah Tbk tidak lepas dari akuisisi yang dilakukan PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk terhadap Bank Jasa Arta pada 19 Desember 2007. Setelah mendapatkan izin usaha dari Bank Indonesia melalui surat no. 10/67/Kep.GBI/DPG/2008 pada 16 Oktober 2008 BRISyariah resmi beroperasi pada 17 November 2008 dengan nama PT Bank BRISyariah dan seluruh kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah Islam<sup>1</sup>.

Pada 19 Desember 2008, Unit Usaha Syariah PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk melebur ke dalam PT Bank BRI Syariah. Proses spin off tersebut berlaku efektif pada tanggal 1 Januari 2009 dengan penandatanganan yang dilakukan oleh Sofyan Basir selaku Direktur Utama PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk dan Ventje Rahardjo selaku Direktur Utama PT Bank BRISyariah.

BRI Syariah melihat potensi besar pada segmen perbankan syariah. Dengan niat untuk menghadirkan bisnis keuangan yang berlandaskan pada

---

<sup>1</sup> <https://www.brisyariah.co.id/> (Di akses pada tanggal 26 Januari 2021, pukul 08.00)

prinsip-prinsip luhur perbankan syariah, Bank berkomitmen untuk produk serta layanan terbaik yang menenteramkan, BRI Syariah terus tumbuh secara positif.

BRI Syariah fokus membidik berbagai segmen di masyarakat. Basis nasabah yang terbentuk secara luas di seluruh penjuru Indonesia menunjukkan bahwa BRI Syariah memiliki kapabilitas tinggi sebagai bank ritel modern terkemuka dengan layanan finansial sesuai kebutuhan nasabah.

BRI Syariah terus mengasah diri dalam menghadirkan yang terbaik bagi nasabah dan seluruh pemangku kepentingan. BRI Syariah juga senantiasa memastikan terpenuhinya prinsip-prinsip syariah serta Undang-Undang yang berlaku di Indonesia. Dengan demikian, BRI Syariah dapat terus melaju menjadi bank syariah terdepan dengan jangkauan termudah untuk kehidupan lebih bermakna.

Pada tahun 2018, BRI Syariah mengambil langkah lebih pasti lagi dengan melaksanakan *Initial Public Offering* pada tanggal 9 Mei 2018 di Bursa Efek Indonesia. IPO ini menjadikan BRI Syariah sebagai anak usaha BUMN di bidang syariah yang pertama melaksanakan penawaran umum saham perdana<sup>2</sup>.

---

<sup>2</sup>*Ibid.*

## **b. Visi dan Misi**

Seperti perusahaan lain pada umumnya, tentunya BRI Syariah juga mempunyai visi dan misi sebagai panduan mereka untuk melangkah. Adapun visi dan misi BRI Syariah adalah,

### 1) Visi

Menjadi bank ritel modern terkemuka dengan ragam layanan finansial sesuai kebutuhan nasabah dengan jangkauan termudah untuk kehidupan lebih bermakna.

### 2) Misi

Memahami keragaman individu dan mengakomodasi beragam kebutuhan finansial nasabah, Menyediakan produk dan layanan yang mengedepankan etika sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, Menyediakan akses ternyaman melalui berbagai sarana kapan pun dan dimana pun, Memungkinkan setiap individu untuk meningkatkan kualitas hidup dan menghadirkan ketenteraman pikiran<sup>3</sup>

## **c. BRI Syariah KCP Ponorogo**

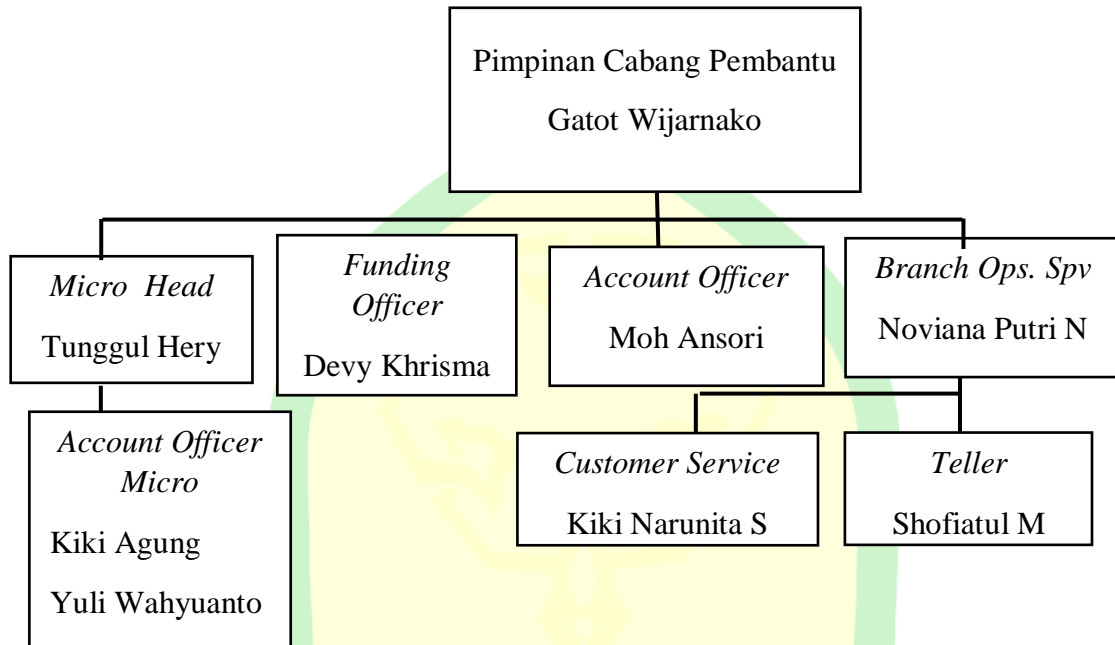
BRI Syariah KCP Ponorogo merupakan kantor cabang pembantu BRI Syariah KC Madiun. Dengan melihat adanya potensi yang cukup besar di Ponorogo maka di dirikanlh Kantor Cabang Pembantu Ponorogo. BRI Syariah KCP Ponorogo beralamat di Jl. Soekarno Hatta No. 2B Ponorogo

---

<sup>3</sup> Ibid.

Sesuai SK NO.KEP.B.039-PDR/07-2019 Struktur Organisasi

BRI Syariah KCP Ponorogo adalah sebagai berikut,



Gambar 4.1 Struktur Organisasi BRI Syariah KCP Ponorogo

#### d. Produk- produk BRI Syariah

##### 1) Penghimpunan dana

Produk Penghimpunan dana di BRI Syariah KCP Ponorogo adalah sebagai berikut,

##### a) Tabungan Faedah BRI Syariah Ib

Produk simpanan dari BRISyariah untuk nasabah perorangan yang menginginkan kemudahan transaksi keuangan sehari-hari.

##### b) Tabungan Haji BRI Syariah Ib

Merupakan produk simpanan yang menggunakan akad Bagi Hasil sesuai prinsip syariah Khusus bagi calon Haji yang

bertujuan untuk memenuhi kebutuhan Biaya Perjalanan Ibadah Haji (BPIH).

c) Tabungan Impian BRI Syariah Ib

Produk simpanan berjangka dari BRI Syariah untuk nasabah perorangan yang dirancang untuk mewujudkan impian nasabahnya (kurban, pendidikan, liburan, belanja) dengan terencana

d) Simpanan Faedah BRI Syariah IB

merupakan simpanan dana pihak ketiga dengan akad Mudharabah dimana nasabah sebagai pemilik dana dan bank sebagai pengelola dana, dengan pembagian hasil usaha antara kedua belah pihak berdasarkan nisbah dan jangka waktu yang disepakati

e) Simpanan Pelajar Ib

Tabungan untuk siswa yang diterbitkan secara nasional oleh bank-bank di Indonesia dengan persyaratan mudah dan sederhana serta fitur yang menarik<sup>4</sup>

f) Giro Faedah BRI Syariah Ib

Merupakan simpanan investasi dana nasabah pada BRISyariah dengan menggunakan akad Mudharabah Mutlaqah yang penarikannya dapat dilakukan sesuai kesepakatan dengan

---

<sup>4</sup> <https://www.brisyariah.co.id/> (Di akses pada tanggal 26 Januari 2021, pukul 08.00)

menggunakan cek, bilyet giro, sarana perintah pembayaran lainnya, atau dengan pemindah buku

g) Deposito BRI Syariah iB

Merupakan produk simpanan berjangka menggunakan Akad Bagi Hasil sesuai prinsip syariah bagi nasabah perorangan maupun perusahaan yang memberikan keuntungan optimal

3) Penyaluran Dana

Selain penghimpun dana, BRI Syariah KCP Ponorogo juga berperan dalam penyaluran dana yang meliputi,

a) Griya Faedah BRI Syariah Ib

KPR BRI Syariah iB hadir membantu Anda untuk mewujudkan impian Anda memiliki rumah idaman.

b) KPR sejahtera BRI Syariah Ib

KPR Sejahtera adalah Produk Pembiayaan Kepemilikan Rumah untuk pembiayaan rumah dengan dukungan bantuan dana Fasilitas Likuiditas Pembiayaan Perumahan (FLPP)<sup>5</sup>

c) KKB BRI Syariah iB

Pembiayaan Kepemilikan Mobil dari BRI Syariah kepada nasabah perorangan untuk memenuhi kebutuhan akan kendaraan dengan menggunakan prinsip jual beli (Murabahah)

---

<sup>5</sup> *Ibid.*



d) Pembiayaan umrah BRI Syariah Ib

Setiap muslim pasti merindukan baitullah, sempurnakan kerinduan anda pada Baitullah dengan ibadah Umrah, Pembiayaan Umrah BRI Syariah iB hadir membantu anda untuk menyempurnakan niat anda beribadah dan berziarah ke Baitullah

e) KMF purna BRI Syariah iB

KMF PURNA iB adalah Kepemilikan Multifaedah fasilitas pembiayaan yang diberikan kepada para pensiunan untuk memenuhi sebagian atau keseluruhan kebutuhan paket barang atau jasa dengan menggunakan prinsip jual beli (murabahah) atau sewa menyewa (ijarah)

f) KMF pra purna BRI Syariah iB

KMF PRA PURNA iB adalah fasilitas pembiayaan kepada para PNS aktif yang akan memasuki masa pensiunan untuk memenuhi sebagian atau keseluruhan kebutuhan paket barang atau jasa dengan menggunakan prinsip jual beli (murabahah) atau sewa menyewa (ijarah)<sup>6</sup>

g) KMF BRI Syariah iB

Kepemilikan Multi Faedah Pembiayaan yang diberikan khusus kepada karyawan untuk memenuhi segala kebutuhan (barang/jasa) yang bersifat konsumtif dengan cara yang mudah

---

<sup>6</sup> Ibid.

h) Pembiayaan Kepemilikan emas

Pembiayaan kepada perorangan untuk tujuan kepemilikan emas dengan menggunakan Akad Murabahah dimana pengembalian pembiayaan dilakukan dengan mengangsur setiap bulan sampai dengan jangka waktu selesai sesuai kesepakatan

i) Qardh beragun emas

Pembiayaan dengan agunan berupa emas, dimana emas yang diagunkan disimpan dan dipelihara oleh BRI Syariah selama jangka waktu tertentu dengan membayar biaya penyimpanan dan pemeliharaan atas emas

j) Mikro BRI Syariah

Skema pembiayaan mikro BRI Syariah menggunakan akad Murabahah (jual beli), dengan tujuan pembiayaan untuk modal kerja, investasi dan konsumsi. Jenis pembiayaan mikro BRI Syariah,

(1) Mikro 25 iB

(2) Mikro 75 iB

(3) Mikro 200 iB

(4) KUR

4) Produk Layanan BRI Syariah

Untuk memudahkan nasabah dalam bertransaksi BRI Syariah menyediakan layanan elektronik , yaitu

a) *SMS Banking*

Dengan hanya mengetikkan SMS dan mengirimkan ke 3338, transaksi perbankan semakin mudah dilakukan kapan dan dimana saja. *smsBRIS* (SMSBanking BRIS) adalah fasilitas layanan perbankan bagi Nasabah Tabungan BRIS yang memudahkan Anda untuk melakukan isi ulang pulsa, bayar tagihan, transfer sampai pembayaran Zakat, Infaq, Shodaqah

b) *Mobile banking*

*mobileBRIS* adalah layanan yang memungkinkan Nasabah memperoleh informasi perbankan dan melakukan komunikasi serta transaksi perbankan melalui perangkat yang bersifat mobile seperti telepon seluler/handphone menggunakan media menu pada aplikasi *mobileBRIS* dengan menggunakan media jaringan internet pada handphone yang dikombinasikan dengan media *Short Message Service* (SMS) secara aman dan mudah

c) *Internet Banking*

Adalah fasilitas layanan transaksi perbankan melalui jaringan internet yang dapat diakses selama 24 jam, kapan dan dimanapun Nasabah berada menggunakan *Personal Computer, Laptop, Notebook atau smartphone*.

*Internet Banking* BRI Syariah akan memberikan Anda kemudahan, kepraktisan, keamanan serta kenyamanan bagi nasabah dalam melakukan transaksi secara *online*. Dengan

layanan Internet Banking, transaksi dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja, selama terdapat koneksi jaringan internet

## 2. Bank Muamalat KCP Ponorogo

### a. Sejarah

Berdasarkan Akta No. 1 tanggal 1 November 1991 Masehi atau 24 Rabiul Akhir 1412 H, dibuat di hadapan Yudo Paripurno, S.H., Notaris, di Jakarta, PT Bank Muamalat Indonesia Tbk selanjutnya disebut “Bank Muamalat Indonesia” atau “BMI” berdiri dengan nama PT Bank Muamalat Indonesia. Akta pendirian tersebut telah disahkan oleh Menteri Kehakiman Republik Indonesia dengan Surat Keputusan No. C2-2413.HT.01.01 Tahun 1992 tanggal 21 Maret 1992 dan telah didaftarkan pada kantor Pengadilan Negeri Jakarta Pusat pada tanggal 30 Maret 1992 di bawah No. 970/1992 serta diumumkan dalam Berita Negara Republik Indonesia No. 34 tanggal 28 April 1992 Tambahan No. 1919A<sup>7</sup>

BMI didirikan atas gagasan dari Majelis Ulama Indonesia (MUI), Ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia (ICMI) dan pengusaha muslim yang kemudian mendapat dukungan dari Pemerintah Republik Indonesia, sehingga pada 1 Mei 1992 atau 27 Syawal 1412 H, Bank Muamalat Indonesia secara resmi beroperasi sebagai bank yang menjalankan usahanya berdasarkan prinsip syariah pertama di Indonesia. Dua tahun setelahnya, tepatnya pada pada 27 Oktober 1994,

---

<sup>7</sup> [www.bankmuamalat.co.id](http://www.bankmuamalat.co.id) (di akses pada 29 Januari 2021, pukul 07.39)

BMI memperoleh izin sebagai Bank Devisa setelah setahun sebelumnya terdaftar sebagai perusahaan publik yang tidak listing di Bursa Efek Indonesia (BEI).

Selanjutnya, pada 2003, BMI dengan percaya diri melakukan Penawaran Umum Terbatas (PUT) dengan Hak Memesan Efek Terlebih Dahulu (HMETD) sebanyak 5 (lima) kali dan menjadi lembaga perbankan pertama di Indonesia yang mengeluarkan Sukuk Subordinasi Mudharabah. Aksi korporasi tersebut membawa penegasan bagi posisi Bank Muamalat Indonesia di peta industri perbankan Indonesia<sup>8</sup>

BMI terus berinovasi dengan mengeluarkan produk-produk keuangan syariah seperti Asuransi Syariah (Asuransi Takaful), Dana Pensiun Lembaga Keuangan Muamalat (DPLK Muamalat) dan multifinance syariah (Al-Ijarah Indonesia Finance) yang seluruhnya menjadi terobosan baru di Indonesia. Selain itu, produk Bank yaitu Shar-e yang diluncurkan pada 2004 juga merupakan tabungan instan pertama di Indonesia. Produk *Shar-e Gold Debit Visa* yang diluncurkan pada 2011 tersebut memperoleh penghargaan dari Museum Rekor Indonesia (MURI) sebagai Kartu Debit Syariah dengan teknologi chip pertama di Indonesia serta layanan *e-channel* seperti *internet banking*, *mobile banking*, ATM, dan *cash management*. Seluruh produk-produk itu menjadi pionir produk

---

<sup>8</sup> *Ibid.*

syariah di Indonesia dan menjadi tonggak sejarah penting di industri perbankan syariah.

Seiring kapasitas Bank yang semakin besar dan diakui, BMI kian melebarkan sayap dengan terus menambah jaringan kantor cabangnya tidak hanya di seluruh Indonesia, akan tetapi juga di luar negeri. Pada 2009, Bank mendapatkan izin untuk membuka kantor cabang di Kuala Lumpur, Malaysia dan menjadi bank pertama di Indonesia serta satu-satunya yang mewujudkan ekspansi bisnis di Malaysia. Hingga saat ini, Bank telah memiliki 249 kantor layanan termasuk 1 (satu) kantor cabang di Malaysia. Operasional Bank juga didukung oleh jaringan layanan yang luas berupa 619 unit ATM Muamalat, 120.000 jaringan ATM Bersama dan ATM Prima, 55 unit Mobil Kas Keliling serta jaringan ATM di Malaysia melalui *Malaysia Electronic Payment* (MEPS)<sup>9</sup>.

BMI melakukan *rebranding* pada logo Bank untuk semakin meningkatkan awareness terhadap image sebagai Bank Syariah Islami, Modern dan Profesional. Bank pun terus merealisasikan berbagai pencapaian serta prestasi yang diakui, baik secara nasional maupun internasional. Kini, dalam memberikan layanan terbaiknya, BMI beroperasi bersama beberapa entitas anaknya yaitu Al-Ijarah Indonesia Finance (ALIF) yang memberikan layanan pembiayaan syariah, DPLK Muamalat yang memberikan layanan dana pensiun melalui Dana

---

<sup>9</sup> Ibid.



Pensiun Lembaga Keuangan, dan Baitulmaal Muamalat yang memberikan layanan untuk menyalurkan dana Zakat, Infak dan Sedekah (ZIS).

BMI tidak pernah berhenti untuk berkembang dan terus bermetamorfosa untuk menjadi entitas yang semakin baik dan meraih pertumbuhan jangka panjang. Dengan strategi bisnis yang terarah, Bank Muamalat Indonesia akan terus melaju mewujudkan visi menjadi *“The Best Islamic Bank and Top 10 Bank in Indonesia with Strong Regional Presence”*.<sup>10</sup>

**b. Visi dan Misi**

1) Visi

Menjadi bank syariah terbaik dan termasuk dalam 10 besar bank di Indonesia dengan eksistensi yang diakui di tingkat regional

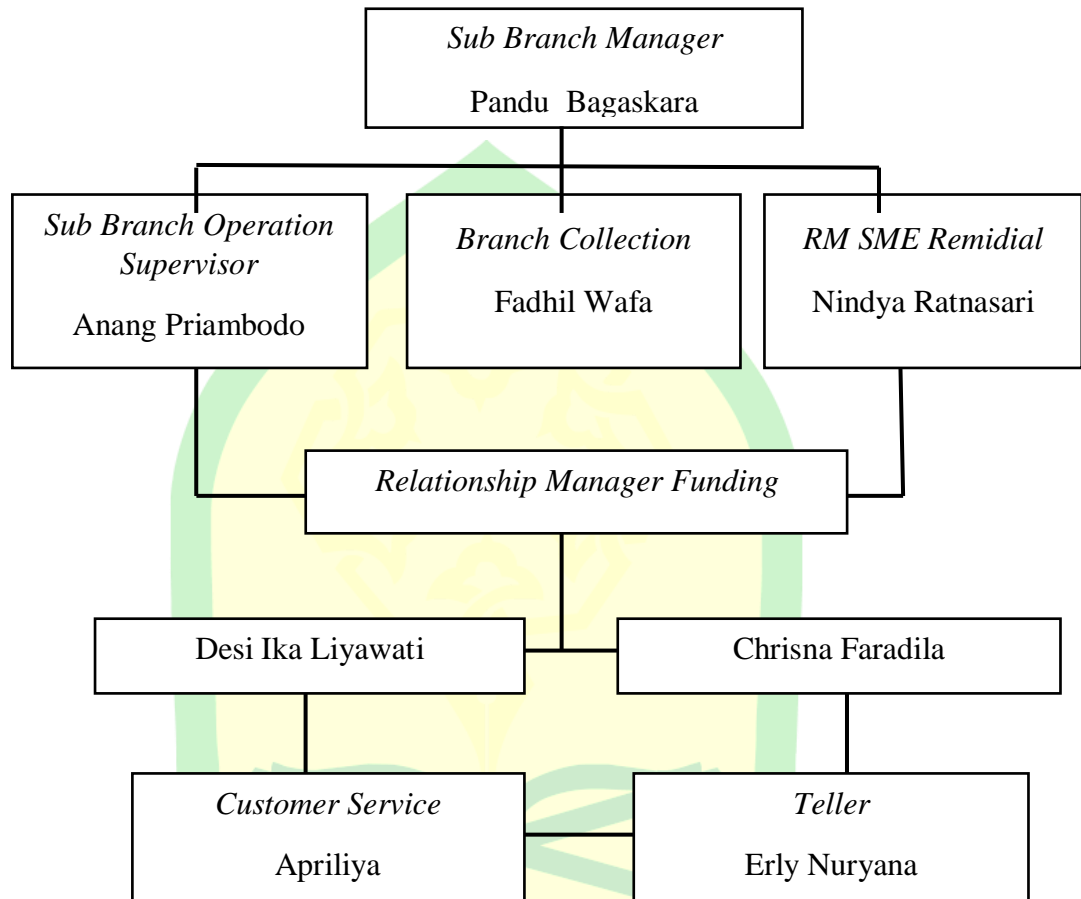
2) Misi

Membangun lembaga keuangan syariah yang unggul dan berkesinambungan dengan penekanan pada semangat kewirausahaan berdasarkan prinsip kehati-hatian, keunggulan sumber daya manusia yang islami dan professional serta orientasi investasi yang inovatif, untuk memaksimalkan nilai kepada seluruh pemangku kepentingan.

---

<sup>10</sup>Ibid.

**c. Bank Muamalat KCP Ponorogo**



Gambar 4.2 Struktur Organisasi Bank Muamalat KCP Ponorogo

**d. Produk dan layanan Bank Muamalat**

1) Penghimpun dana

a) Tabungan iB Hijrah

Tabungan dalam mata uang rupiah yang dapat digunakan untuk beragam jenis transaksi, memberikan akses yang mudah, serta manfaat yang luas. Tabungan iB Hijrah dilengkapi dengan dua pilihan kartu ATM/Debit yaitu kartu *Shar-e Reguler*, *Shar-e Gold*, dan *Shar-e Ihram*.

b) Tabungan iB Hijrah Valas

Tabungan dalam denominasi valuta asing US Dollar (USD) dan *Singapore Dollar* (SGD) bertujuan untuk melayani kebutuhan transaksi dan investasi yang lebih beragam.

c) Tabungan iB Hijrah Haji

Tabungan haji dan umrah dalam mata uang rupiah dan valuta asing US Dollar yang dikhususkan bagi nasabah muslim Indonesia yang berencana menunaikan ibadah haji dan umrah.

d) Tabungan iB Hijrah Rencana

Tabungan Hijrah Rencana merupakan tabungan berjangka dalam mata uang rupiah, memiliki setoran rutin bulanan dan tidak bisa ditarik sebelum jangka waktu berakhir kecuali penutupan rekening serta pencairan dana hanya bisa dilakukan ke rekening sumber dana. Tabungan Hijrah Rencana solusi bagi perencanaan keuangan guna memenuhi rencana dan impian dimasa depan<sup>11</sup>.

e) TabunganKu iB

Tabungan syariah dalam mata uang rupiah yang sangat terjangkau bagi nasabah dari semua kalangan masyarakat.

---

<sup>11</sup> [www.bankmuamalat.co.id](http://www.bankmuamalat.co.id) (di akses pada 29 Januari 2021, pukul 07.39)

f) Tabungan iB Hijrah Prima

Tabungan iB Hijrah Prima merupakan tabungan yang didesain bagi nasabah yang ingin mendapatkan bagi hasil maksimal dan kebebasan bertransaksi.

g) Tabungan iB Hijrah Bisnis

Tabungan iB Hijrah Bisnis adalah produk tabungan yang digunakan untuk mengakomodir kebutuhan bisnis nonindividu dengan memberikan kemudahan dan kenyamanan bertansaksi yang didukung oleh fasilitas *Cash Management System*.

h) Deposito iB Hijrah

Deposito syariah dalam mata uang rupiah dan US Dollar yang fleksibel dan memberikan hasil investasi yang optimal bagi nasabah. Deposito mudharabah diperuntukkan bagi nasabah perorangan dan institusi yang memiliki legalitas badan<sup>12</sup>.

i) Giro iB Attijary Giro iB

Hijrah Attijary merupakan produk giro dengan akad wadiah yang memberikan kemudahan dan kenyamanan dalam bertransaksi dan sarana untuk memenuhi kebutuhan bisnis nasabah perorangan maupun nonperorangan yang didukung oleh fasilitas *cash management*.

---

<sup>12</sup> Ibid.

j) Giro iB Hijrah Ultima Giro iB

Hijrah Ultima yaitu produk giro berbasis akad mudharabah yang berlaku perorangan maupun non perorangan serta memberikan kemudahan bertransaksi dengan imbal bagi hasil optimal.

k) Dana Pensiun Muamalat

DPLK Muamalat dapat diikuti oleh nasabah yang berusia minimal 18 tahun, atau sudah menikah, dengan dua pilihan usia pension dan iuran pension yang terjangkau, yaitu minimal Rp 20.000 per bulan dan pembayarannya dapat didebet secara otomatis dari rekening Bank Muamalat Indonesia atau dapat ditransfer dari bank lain<sup>13</sup>.

2) Produk Penyaluran Dana

Dana yang dihimpun oleh Bank sebagian besar disalurkan dalam bentuk pembiayaan, baik untuk usaha produktif maupun untuk keperluan konsumtif. Produk yang disalurkan oleh Bank Muamalat adalah sebagai berikut:

a) KPR iB Muamalat

KPR iB Muamalat adalah pembiayaan yang akan membantu nasabah untuk memiliki rumah tinggal/apartemen baru maupun secondary. Pembiayaan ini juga dapat digunakan untuk pengalihan take over KPR dari bank lain, pembangunan, dan

---

<sup>13</sup>[www.bankmuamalat.co.id](http://www.bankmuamalat.co.id) (di akses pada 1 Februari 2021, pukul 13.30)

renovasi tempat tinggal. Diperuntukkan bagi perorangan (WNI) cakap hukum yang berusia minimal 21 tahun atau maksimal 55 tahun untuk karyawan, dan 60 tahun untuk wiraswasta atau professional pada saat jatuh tempo pembiayaan.

b) iB Muamalat

Multiguna Pembiayaan untuk memenuhi kebutuhan nasabah dalam pembelian barang halal (selain tanah, bangunan, mobil dan emas) serta sewa jasa yang diperbolehkan secara syariah seperti umrah, wisata dan lainnya.

c) iB Muamalat Koperasi Karyawan

Pembiayaan yang diberikan kepada koperasi karyawan untuk disalurkan kepada para anggotanya (karyawan BUMN/PNS/Swasta) dengan tujuan pembelian barang halal. Diperuntukkan bagi para anggota koperasi karyawan dan diajukan secara berkelompok.

d) iB Muamalat Pensiun

Pembiayaan yang diberikan kepada para pensiun PNS/TNI/Polri/BUMN/BUMD/Swasta untuk pembelian barang konsumtif yang halal (termasuk rumah tinggal dan kendaraan bermotor) atau sewa jasa halal (seperti keperluan pendidikan anak, umrah, wisata, dan lainnya) dengan ketentuan pembayaran manfaat pensiun wajib dialihkan melalui Bank Muamalat Indonesia.



e) Pembiayaan Autoloan (*Via Multifinance*)

Pembiayaan yang diberikan kepada *end user* dengan tujuan pembelian kendaraan bermotor (mobil dan motor) melalui perusahaan *multifinance* yang bekerja sama dengan Bank Muamalat Indonesia.

f) iB Modal Kerja Reguler

Pembiayaan jangka pendek yang diperuntukkan bagi Nasabah Perorangan atau Badan Usaha untuk memenuhi kebutuhan Modal Kerja Asset Lancar.

g) iB Modal Kerja Proyek

Pembiayaan produktif yang diperuntukkan bagi nasabah untuk memenuhi kebutuhan Modal Kerja Proyek atas pembangunan, pemeliharaan, atau pengadaan

h) iB Modal Kerja Kontruksi *Developer*

Pembiayaan modal kerja khusus bagi *Developer* guna pembangunan *property residensial/non residensial*, sarana dan prasarana perumahan.

i) iB Modal Kerja Lembaga Keuangan Syariah

Pembiayaan yang diberikan bagi Lembaga Keuangan Syariah (seperti BPRS, Modal Ventura, KopSyah.) untuk memenuhi kebutuhan modal kerja yang akan disalurkan kembali ke *enduser* dengan pola *executing*.

j) iB Investasi Reguler Pembiayaan

yang disediakan dalam rangka pemenuhan pembelian aset tetap, pembelian mesin produksi, atau investasi lainnya selain properti dalam rangka peremajaan, perluasan, peningkatan kapasitas usaha, dan/atau pendirian unit usaha baru.

k) iB Properti Bisnis

Pembiayaan yang disediakan kepada nasabah untuk memenuhi kebutuhan akan pembelian Properti Bisnis sebagai investasi ataupun untuk peremajaan/renovasi dan pembangunan properti bisnis sebagai investasi ataupun untuk peremajaan/renovasi dan pembangunan properti bisnis atau diatas lahan milik nasabah.

l) iB Muamalat Usaha Mikro

Pembiayaan dalam bentuk modal kerja dan investasi yang diberikan kepada pengusaha mikro baik untuk perorangan maupun badan usaha non hukum.

m) iB Rekening Koran Muamalat

Pembiayaan jangka pendek untuk modal kerja yang bersifat fluktuatif dengan perputaran transaksi yang cepat dengan penarikan dana yang dapat dilakukan sesuai kebutuhan melalui

Cek atau Bilyet Giro.

### 3) Layanan Bank Muamalat

Adapun layanan Bank Muamalat Indonesia adalah sebagai berikut:

#### a) Perbankan Internasional (*Remittance*)

##### (1) Kas Kilat

Kas Kilat adalah layanan yang diberikan Bank kepada nasabah serta masyarakat lainnya, untuk menerima kiriman uang, baik tunai maupun non-tunai khususnya WNI yang bermukim di luar negeri.

##### (2) *Incoming Muamalat Remittance iB*

*Incoming Muamalat Remittance iB* adalah kiriman uang masuk dalam denominasi valuta asing yang ditujukan kepada. 85 penerima, baik untuk diterima tunai ataupun dikreditkan ke rekening penerima yang merupakan nasabah Bank.

##### (3) *Outgoing Muamalat Remittance iB*

*Outgoing Muamalat Remittance iB* adalah kiriman uang keluar dalam denominasi valuta asing yang ditujukan kepada penerima, baik untuk diterima tunai ataupun dikreditkan ke rekening penerima pada bank lain, baik di dalam maupun di luar negeri, sesuai dengan instruksi pengirim melalui Bank.

*b) Trade Finance*

(1) Ekspor

(a) *Advising L/C*

Layanan yang diberikan Bank untuk meneruskan/menyampaikan L/C kepada *Beneficiary* (orang yang disebut dalam surat) yang tercantum dalam L/C baik secara langsung maupun melalui *second Advising Bank*.

(b) *Outward Bills*

Layanan yang diberikan Bank untuk menangani dokumen L/C Ekspor berupa: pengujian dokumen L/C Ekspor, pengiriman dokumen kepada Issuing Bank atau pihak yang ditunjuk, penerimaan pembayaran hasil ekspor dan kegiatan lainnya yang masih terkait dengan penanganan dokumen L/C ekspor.

(c) *Negotiation*

Dana talangan yang diberikan oleh bank kepada beneficiary atas presentasi dokumen L/C Ekspor. Negosiasi dapat dilakukan baik menggunakan fasilitas ataupun tanpa fasilitas nasabah<sup>14</sup>.

---

<sup>14</sup> [www.bankmuamalat.co.id](http://www.bankmuamalat.co.id) (di akses pada 29 Januari 2021, pukul 14.30)

(d) L/C Transfer

Layanan yang diberikan oleh bank untuk menerbitkan L/C Transfer berdasarkan L/C yang diterima oleh bank dari *Issuing Bank*.

(2) Impor

(a) *Letter of Credit* (L/C)

Bank Muamalat Indonesia memiliki layanan penerbitan L/C yaitu penerbitan pernyataan oleh bank atas permintaan nasabah untuk keuntungan pihak lain (*Beneficiary*), yang oleh karenanya bank mengikatkan diri untuk membayar kepada *Beneficiary* apabila *Beneficiary* dapat memenuhi permintaan/persyaratan yang dinyatakan dalam L/C tersebut.

(b) Surat Berdokumen dalam Negeri (SKBDN)

Pada dasarnya produk dan layanan yang disediakan untuk *eksportir* dan *importer*, dapat juga digunakan untuk mendukung perdagangan dalam negeri. Yang membedakannya adalah acuan *best practice* yang 88 digunakan, dimana transaksi ekspor/import menggunakan standar internasional yang diatur dalam UPC DC (*Uniform Custom Practice on Documentary Collection*), sementara untuk transaksi dalam negeri

mengikuti Peraturan Bank Indonesia. Oleh karena itu, SKBDN lazim juga disebut sebagai L/C local.

(c) Bank Garansi

Bank Garansi adalah penerbitan pernyataan oleh Bank atas permintaan nasabah (pihak terjamin) untuk menjamin kewajiban nasabah karena ketidakmampuan nasabah untuk menjalankan kewajibannya dengan baik (wanprestasi) kepada pihak yang menerima jaminan berdasarkan suatu perjanjian yang telah dibuat antara nasabah dengan pihak yang menerima jaminan.

(d) Klaim Bank Garansi

Klaim Bank Garansi adalah layanan yang diberikan oleh Bank atas permintaan *beneficiary* untuk melakukan penagihan kepada issuing bank ketika *applicant* tidak dapat menjalankan kewajibannya dengan baik (wanprestasi) kepada pihak *beneficiary*.

(e) *Standby L/C*

*Standby L/C* merupakan suatu bentuk penjaminan dari Bank Penerbit *Standby L/C* kepada *Beneficiary* terhadap kemungkinan terjadinya wanprestasi/default atas diri *applicant* (pihak yang dijamin/pemohon *Standby L/C*)<sup>15</sup>.

---

<sup>15</sup> Ibid.



(f) Deposito Plus

Deposito Plus adalah pemasaran deposito yang dikombinasikan dengan SKBDN. Melalui program ini, nasabah yang menempatkan deposito di Bank, akan dimungkinkan untuk memiliki kendaraan secara langsung.

(g) LC Murabahah

LC Murabahah adalah fasilitas pembiayaan modal kerja yang diberikan oleh debitur importer untuk pembayaran atau pelunasan L/C atau SKBDN baik Sight 90 (atas unjuk) maupun *Usance* (berjangka) yang diterbitkan melalui Bank Muamalat Indonesia.

(h) *Buyer Financing*

*Buyer Financing* adalah pembiayaan jangka pendek yang diberikan oleh Bank dalam rangka menjaga kemampuan Nasabah dalam pembelian bahan baku/barang dagangan secara tepat waktu kepada supplier/penjual sehingga nasabah di mata supplier/penjual terjaga.

(i) AR *Financing* AR

*Financing* adalah suatu produk pembiayaan jangka pendek dengan pemberian dana talangan untuk

memenuhi kebutuhan modal kerja berdasarkan piutang usaha perusahaan dari transaksi perdagangan atau penjualan barang dan jasa.

(j) *Value Chain Financing*

*Value Chain Financing* adalah pembiayaan kepada nasabah melalui skema pembiayaan vendor maupun distributor.

c) Layanan 24 Jam

(1) ATM Muamalat

ATM Muamalat dilengkapi dengan berbagai fitur untuk memudahkan melakukan info saldo, cetak 5 transaksi terakhir, pembayaran tagihan, pembelian pulsa isi ulang, pembelian tiket, pembayaran premi asuransi, transfer antar bank, pembayaran uang sekolah dan pembayaran ZIS.

(2) Muamalat *Mobile*

*Muamalat Mobile* adalah aplikasi yang meliputi lokasi ATM/Cabang, Info Produk, Call Center 1500 016, Bahasa, Kiblat, Jadwal Sholat dan Aplikasi haji dan umroh. *Mobile Banking Muamalat* menawarkan kemudahan dalam bertransaksi secara *real time*, aman dan praktis menggunakan perangkat *Smartphone* Nasabah melalui koneksi internet (*Android, IOS, Blackberry, dan Windows Phone*) dengan fitur yang bisa diakses adalah pemindah

bukuan, transfer antar bank, cek saldo, pembayaran tagihan, pembelian serta IO Transaksi terakhir dan Mutasi Rekening. Untuk dapat menggunakan layanan *Mobile Banking*, nasabah hanya perlu mengunduh aplikasi *Mobile Banking Muamalat* dari *application store* dengan kata kunci “*Muamalat Mobile*” dan melakukan registrasi dan aktivasi di ATM/Cabang terdekat.

### (3) *Internet Banking Muamalat*

Layanan ini bertujuan untuk memudahkan Nasabah Ritel (Individu) dalam melakukan transaksi finansial seperti pemindahbukuan, transfer antar bank, pembayaran tagihan dan pembelian pulsa serta transaksi non finansial seperti cek saldo, 5 transaksi terakhir dan cek mutasi. Melalui fitur transaksi Debit Online di *Internet Banking Muamalat*, nasabah dapat berbelanja di mitra merchant-merchant Bank Muamalat Indonesia secara lebih mudah, praktis dan aman<sup>16</sup>.

### (4) *Cash Management*

Sistem Layanan ini lebih berkonsentrasi pada nasabah korporat. Dalam layanan ini, Bank Muamalat Indonesia menyelenggarakan penerimaan/koleksi

---

<sup>16</sup> [www.bankmuamalat.co.id](http://www.bankmuamalat.co.id) (di akses pada 29 Januari 2021, pukul 14.30)

pemasukan dana (*collection*) serta mengelola likuiditas perusahaan.

(5) Sala Muamalat

Sala Muamalat merupakan layanan *Phone Banking* 24 jam melalui telepon 1500016/(021) 1500016 (jika dihubungi melalui telepon seluler) yang memberikan kemudahan kepada Nasabah setiap saat dan di manapun nasabah berada untuk memperoleh informasi mengenai produk, saldo dan informasi transaksi, transfer antar rekening Bank Muamalat Indonesia hingga maksimal Rp 50.000.000 (lima puluh juta rupiah) serta pembayaran ZIS.118 f) Pembayaran Zakat, Infaq, dan Shadaqah (ZIS) Pembayaran ZIS memudahkan nasabah untuk membayar baik ke lembaga pengelola ZIS Bank Muamalat Indonesia maupun lembaga-lembaga ZIS lainnya yang bekerjasama dengan Bank Muamalat Indonesia melalui phone banking dan ATM Muamalat di seluruh Indonesia<sup>17</sup>.

**B. Hasil Uji Intrumen Penelitian**

Uji ini di lakukan agar mengetahui apakah item instrument yang disusun peneliti dapat di jadikan tolok ukur penelitian. Uji instrumen yang di gunakan adalah uji validitas dan uji reliabilitas

---

<sup>17</sup>Ibid.

## 1. Hasil Uji Validitas

Menurut Sugiyono, uji validitas digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Untuk menentukan kevalidan dari masing-masing item dalam kuesioner dilakukan dengan menggunakan rumus korelasi sederhana atau *Pearson Product Moment* dengan taraf signifikansi 5% dan jumlah responden 30 maka diperoleh  $r_{\text{tabel}}$  sebesar 0,361. Apabila  $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ , artinya terdapat korelasi antara variabel  $x$  dengan variabel  $y$  dan dikatakan valid. Apabila  $r_{\text{hitung}} < r_{\text{tabel}}$ , artinya tidak terdapat korelasi antara variabel  $X$  dengan variabel  $Y$  dan dikatakan tidak valid. Untuk pertanyaan yang tidak valid maka akan dikeluarkan dan tidak dianalisis dan tidak diikutkan ke tahap pengujian kehandalan.

Tabel 4.1  
Hasil uji validitas *service excellent*

ITEM	$R_{\text{hitung}}$	$R_{\text{tabel}}$	Sig	Keterangan
1	0,871	0,361	0,000	Valid
2	0,717	0,361	0,000	Valid
3	0,729	0,361	0,000	Valid
4	0,761	0,361	0,000	Valid
5	0,774	0,361	0,000	Valid
6	0,647	0,361	0,000	Valid
7	0,762	0,361	0,000	Valid
8	0,653	0,361	0,000	Valid
9	0,712	0,361	0,000	Valid
10	0,616	0,361	0,000	Valid
11	0,744	0,361	0,020	Valid
12	0,629	0,361	0,000	Valid

Sumber: Data primer diolah tahun 2021

Berdasarkan tabel di atas semua item variabel *service excellent* yang disusun sebagai tolok ukur penelitian adalah valid. Hal ini diketahui dari perbandingan antara  $R_{\text{hitung}} > R_{\text{tabel}}$ .  $R_{\text{hitung}}$  semua item di atas lebih

besar dari 0,361 ( $R_{tabel}$ ). Sehingga dapat di simpulkan semua item variabel *service excellent* adalah Valid.

Tabel 4.2  
Hasil Uji Validitas Kualitas layanan *Mobile Banking*

ITEM	$R_{Hitung}$	$R_{tabel}$	Sig	Keterangan
1	0,570	0,361	0,001	Valid
2	0,510	0,361	0,004	Valid
3	0,666	0,361	0,000	Valid
4	0,615	0,361	0,000	Valid
5	0,402	0,361	0,028	Valid
6	0,483	0,361	0,007	Valid
7	0,389	0,361	0,034	Valid
8	0,689	0,361	0,000	Valid

Sumber: Data primer diolah tahun 2021

Berdasarkan tabel di atas semua item variabel kualitas layanan *mobile banking* yang di susun sebagai tolok ukur penelitian adalah valid. Hal ini di ketahui dari perbandingan antara  $R_{hitung} > R_{tabel}$ .  $R_{hitung}$  semua item di atas lebih besar dari 0,361 ( $R_{tabel}$ ). Sehingga dapat di simpulkan semua item variabel kualitas layanan *mobile banking* adalah Valid

Tabel 4.3  
Hasil Uji Validitas kepuasan Nasabah

ITEM	$R_{Hitung}$	$R_{tabel}$	Sig	Keterangan
1	0,209	0,361	0,269	Tidak Valid
2	0,473	0,361	0,008	Valid
3	0,651	0,361	0,000	Valid
4	0,317	0,361	0,088	Tidak Valid
5	0,089	0,361	0,641	Tidak Valid
6	0,581	0,361	0,001	Valid
7	0,783	0,361	0,000	Valid
8	0,504	0,361	0,005	Valid
9	0,526	0,361	0,003	Valid

Sumber: Data primer diolah tahun 2021



Berdasarkan tabel di atas ada beberapa item variabel kepuasan nasabah yang di susun sebagai tolok ukur penelitian adalah tidak valid. Hal ini di ketahui dari perbandingan antara  $R_{hitung} > R_{tabel}$ .  $R_{hitung}$  item di atas kurang dari 0,361 ( $R_{tabel}$ ). Maka item yang tidak valid tersebut harus di hilangkan agar tidak mempengaruhi data hasil kuisisioner. Dan ada 6 item variabel kepuasan nasabah yang valid dan bisa di jadikan tolok ukur penelitian.

## 2. Hasil Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah instrument yang bila dipergunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Dalam penelitian ini uji reliabilitas menggunakan teknik *Cronbach Alpha*. Semakin mendekati 1 koefisien dari variabel semakin tinggi konsistensi jawaban setiap pertanyaan semakindapat dipercaya. Reliabilitas minimal adalah 0,6. Suatu variabel di katakan reliabel apabila nilai *Cronbach alpha*  $> 0,6$ . Uji Reliabilitas pada penelitian ini menggunakan software IBM SPSS 22.0

tabel 4.4

hasil Uji Reliabilitas *service excellent*

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.914	12

Sumber: Data primer diolah tahun 2021

Dari tabel diatas apat disimpulkan bahwa variabel *service excellent* adalah reliabel. Hal ini dapat di buktikan dengan hasil pengujian *Cronbach alpha* lebih dari batas minimum yaitu 0,6 (*cronbach alpha* > 0,6).

Tabel 4.5  
hasil Uji Reliabilitas kualitas layanan *mobile banking*

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's Alpha	N of Items
.674	6

Sumber: Data primer diolah tahun 2021

Dari tabel diatas apat disimpulkan bahwa variabel kualitas layanan *mobile banking* adalah reliabel. Hal ini dapat di buktikan dengan hasil pengujian *Cronbach alpha* lebih dari batas minimum yaitu 0,6 (*cronbach alpha* > 0,6).

Tabel 4.6  
hasil Uji Reliabilitas kepuasan nasabah

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's Alpha	N of Items
.649	8

Sumber: Data primer diolah tahun 2021

Dari tabel diatas apat disimpulkan bahwa variabel kepuasan nasabah adalah reliabel. Hal ini dapat di buktikan dengan hasil pengujian *Cronbach alpha* lebih dari batas minimum yaitu 0,6 (*cronbach alpha* > 0,6).

## C. Analisis Deskriptif

### 1. Deskripsi Responden

Pada penelitian ini, peneliti meneliti kepuasan nasabah BRI Syariah dan Bank Muamalat dengan menyebar kuisisioner online maupun offline kepada masing-masing 50 responden nasabah pengguna *mobile banking* BRI Syariah dan Bank Muamalat. Nasabah BRI Syariah dan Bank Muamalat yang termasuk responden penelitian ini adalah nasabah BRI Syariah yang menggunakan *mobile banking* (*BRISOnline* dan *MuamalatDin*) dan pernah datang melakukan transaksi di BRI Syariah KCP Ponorogo dan Bank Muamalat KCP Ponorogo. Peneliti mulai menyebar angket selama 1 bulan yaitu bulan Maret 2020.

Angket atau kuisisioner di sebar kepada responden melalui google form (*online*) dan berupa lembaran (*offline*). Untuk yang *online* peneliti menyebar melalui social media *whattapps* yang hampir semua orang memiliki dan selalu di buka setiap hari, sehingga responden tidak terbatas waktu untuk mengisinya.

Penetapan sampel di lakukan dengan menggunakan metode *incidental sampling* dengan syarat nasabah pengguna *mobile banking* dan pernah melakukan transaksi di BRIS KCP Ponorogo dan Bank Muamalat KCP Ponorogo. Dalam menentukan jumlah minimal kecukupan sampel menurut Roscoe dalam Sugiono adalah sepuluh kali jumlah variabel.<sup>18</sup>

---

<sup>18</sup> Raden Andriani Lestari. Pengaruh Kepemimpinan Partisipatif Dan Komitmen Organisasi Terhadap Efektifitas Implementasi Rencana Stratejik Pada Madrasah Aliyah Di Kabupaten Sukabumi Jawa Barat. *E-jurnal UPI*. 2014.

Penelitian ini menggunakan 3 variabel, dengan demikian jumlah sampel minimal adalah 30 sampel. Dalam penelitian ini peneliti menyebar angket Atau kuisioner sejumlah 100 angket, jadi sudah dapat memenuhi syarat jumlah sampel minimal. Sampel di ambil melalui penyebaran angket yang di sebar kepada nasabah BRI Syariah dan Bank Muamalat pengguna *mobile banking* dan pernah bertransaksi di BRISyriah KCP Ponorogo dan Bank Muamalat KCP Ponorogo yang berjumlah masing- masing 50 responden. Berdasarkan data yang telah di kumpulkan ada 2 karakteristik responden yang dapat di simpulkan, yaitu,

**a. Berdasarkan Jenis Kelamin**

Hasil penelitian kepada nasabah BRI Syariah pengguna *brisonline* dan muamalat DIN dan pernah bertransaksi di BRISyriah KCP Ponorogo dan Bank Muamalat KCP Ponorogo yang menjadi responden pada penelitian ini di peroleh gambaran bahwa jumlah responden berdasarkan jenis kelamin di gambarkan sebagai berikut

Tabel 4.7

Presentase jumlah responden berdasarkan jenis kelamin BRI Syariah KCP Ponorogo

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid laki-laki	15	30.0	30.0	30.0
Perempuan	35	70.0	70.0	100.0
Total	50	100.0	100.0	

*Sumber: Data primer diolah tahun 2021*

Berdasarkan tabel 4.7 di atas dapat di ketahui bahwa dari 50 jumlah responden BRI Syariah KCP Ponorogo, 30% berjenis kelamin laki-laki dan 70% berjenis kelamin perempuan. Dari jumlah tersebut dapat di ketahui bahwa jumlah responden BRI Syariah KCP Ponorogo sebagian besar berjenis kelamin perempuan

Tabel 4.8  
Presentase jumlah responden berdasarkan jenis kelamin Bank Muamalat KCP Ponorogo

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid laki-laki	19	38.0	38.0	38.0
Perempuan	31	62.0	62.0	100.0
Total	50	100.0	100.0	

*Sumber: Data primer diolah tahun 2021*

Berdasarkan tabel 4.8 di atas dapat di ketahui bahwa dari 50 jumlah responden Bank Muamalat KCP Ponorogo, 38% berjenis kelamin laki-laki dan 62% berjenis kelamin perempuan. Dari jumlah tersebut dapat di ketahui bahwa jumlah responden Bank Muamalat KCP Ponorogo sebagian besar berjenis kelamin perempuan

**IAIN**  
**PONOROGO**

**b. Berdasarkan Usia**

Tabel 4.9  
Presentase jumlah responden berdasarkan usia BRI Syariah KCP  
Ponorogo

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 19-23	39	78.0	78.0	78.0
24-28	1	2.0	2.0	80.0
29-33	5	10.0	10.0	90.0
34-38	2	4.0	4.0	94.0
39-43	2	4.0	4.0	98.0
44-48	1	2.0	2.0	100.0
Total	50	100.0	100.0	

*Sumber: Data primer diolah tahun 2021*

Berdasarkan tabel 4.9 di atas dapat di ketahui bahwa dari 50 jumlah responden BRI Syariah KCP Ponorogo, Jumlah responden usia 19-23 tahun sebanyak 39 atau 78%, usia 24-28 tahun berjumlah 1 orang atau 2%, usia 29-22 berjumlah 5 atau 10%, usia 34-38 berjumlah 2 atau 4 %, usia 39-43 sebanyak 2 atau 4 % dan usia 43-48 sebanyak 2 atau 4 % . Dari jumlah tersebut dapat di ketahui bahwa jumlah responden BRI Syariah KCP Ponorogo berusia di rentang 19 - 33 tahun

Tabel 4.10  
Presentase jumlah responden berdasarkan usia Bank Muamalat  
KCP Ponorogo

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 19-23	23	46.0	46.0	46.0
24-28	22	44.0	44.0	90.0
29-33	5	10.0	10.0	100.0
Total	50	100.0	100.0	

*Sumber: Data primer diolah tahun 2021*



Berdasarkan tabel 4.9 di atas dapat diketahui bahwa dari 50 jumlah responden Bank Muamalat KCP Ponorogo, jumlah responden usia 19-23 tahun sebanyak 23 atau 46%, usia 24-28 tahun berjumlah 22 orang atau 44%, dan usia 29-33 sebanyak 5 atau 10%. Dari jumlah tersebut dapat diketahui bahwa jumlah responden Bank Muamalat KCP Ponorogo berusia di rentang 19 - 33 tahun

## 2. Deskriptif Variabel

Data hasil penelitian terdiri dari dua variabel bebas yaitu *service excellent* dan variabel kualitas layanan *mobile banking* serta variabel terikat kepuasan nasabah. Pada bagian ini akan digambarkan atau dideskripsikan dari data masing-masing variabel yang telah diolah yaitu nilai minimum, maksimum, mean dan standar deviasi. Dalam penelitian ini pengolahan data dilakukan dengan menggunakan IBM SPSS 22.0

Tabel 4.11  
Hasil Uji Statistik Deskriptif BRI Syariah KCP Ponorogo

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
<i>Service excellent</i>	50	6	24	20.32	4.048
kualitas layanan mobile banking	50	4	16	13.34	2.544
kepuasan nasabah	50	3	12	10.00	1.990
Valid N (listwise)	50				

Sumber: Data primer diolah tahun 2021

Berdasarkan tabel di atas data hasil penelitian di BRI Syariah KCP Ponorogo kemudian dikategorikan ke dalam 3 kelompok yaitu rendah,

sedang, dan tinggi. Dasar pembentukan kategori ini adalah nilai minimum, maksimum dan standar deviasi.

a. *Service excellent*

Berdasarkan hasil uji statistik deskriptif pada tabel 4. 11 dapat di ketahui bahwa variabel *service excellent* memiliki nilai minimum sebesar 6 dan nilai maksimum sebesar 22. Nilai rata-rata atau mean sebesar 18,66 dan standar deviasinya sebesar 2,309. Kemudian, data *service excellent* di kategorikan dengan menggunakan *mean* dan standar deviasinya.

Tabel 4.12  
Kategorisasi Variabel *Service Excellent*

		Kategori			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Rendah	4	8.0	8.0	8.0
	Sedang	39	78.0	78.0	86.0
	Tinggi	7	14.0	14.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

Sumber: Data primer diolah tahun 2021

Berdasarkan tabel 4.12 diketahui bahwa responden yang memberikan penilaian terhadap variabel *service excellent* dalam kategori rendah sebanyak 4 orang (8%), kategori sedang sebanyak 39 orang (78%), dan kategori tinggi sebanyak 7 orang (14%)

b. Kualitas layanan *Mobile banking*

Berdasarkan hasil uji statistic deskriptif pada tabel 4.11 dapat di ketahui bahwa variabel kualitas layanan *mobile banking* memiliki nilai minimum sebesar 4 dan nilai maksimum sebesar 16. Nilai rata-rata atau

mean sebesar 13,34 dan standar deviasinya sebesar 2,544. Kemudian, data kualitas layanan *mobile banking* di kategorikan dengan menggunakan *mean* dan standar deviasinya

Tabel 4.13  
Kategori variabel Kualitas layanan *mobile banking*

		kategori2			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Rendah	6	12.0	12.0	12.0
	Sedang	34	68.0	68.0	80.0
	Tinggi	10	20.0	20.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

*Sumber: Data primer diolah tahun 2021*

Berdasarkan tabel 4.13 diketahui bahwa responden yang memberikan penilaian terhadap variabel kualitas layanan *mobile banking* dalam kategori rendah sebanyak 6 orang (12%), kategori sedang sebanyak 34 orang (68%), dan kategori tinggi sebanyak 10 orang (20%)

#### c. Kepuasan Nasabah

Berdasarkan hasil uji statistic deskriptif pada tabel 4.11 dapat di ketahui bahwa variabel kepuasan nasabah memiliki nilai minimum sebesar 3 dan nilai maksimum sebesar 12. Nilai rata-rata atau mean sebesar 10,00 dan standar deviasinya sebesar 1,990. Kemudian, data kepuasan nasabah di kategorikan dengan menggunakan *mean* dan standar deviasinya.

Tabel 4.14  
Kategori Variabel Kepuasan Nasabah

		<b>kategori3</b>			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Rendah	4	8.0	8.0	8.0
	Sedang	33	66.0	66.0	74.0
	Tinggi	13	26.0	26.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

*Sumber: Data primer diolah tahun 2021*

Berdasarkan tabel 4.14 diketahui bahwa responden yang memberikan penilaian terhadap variabel kepuasan nasabah dalam kategori rendah sebanyak 4 orang (8%), kategori sedang sebanyak 33 orang (66%), dan kategori tinggi sebanyak 13 orang (26%)

Tabel 4.15  
Hasil Uji Statistik Deskriptif Bank Muamalat KCP Ponorogo

<b>Descriptive Statistics</b>					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Service excellent	50	6	22	18.66	2.309
kualitas layanan	50	6	16	12.34	1.573
mobile banking	50	5	11	9.38	1.123
kepuasan nasabah	50				
Valid N (listwise)	50				

*Sumber: Data primer diolah tahun 2021*

Berdasarkan tabel di atas data hasil penelitian di BRI Syariah KCP Ponorogo kemudian di kategorikan ke dalam 3 kelompok yaitu rendah, sedang, dan tinggi. Dasar pembentukan kategori ini adalah nilai minimum, maksimum dan standar deviasi.

a. *Service excellent*

Berdasarkan hasil uji statistic deskriptif pada tabel 4.15 dapat di ketahui bahwa variabel *service excellent* memiliki nilai minimum sebesar 6 dan nilai maksimum sebesar 22. Nilai rata-rata atau mean sebesar 18,66 dan standar deviasinya sebesar 2,309. Kemudian, data *service excellent* di kategorikan dengan menggunakan mean dan standar deviasinya

Tabel 4.16  
Kategorisasi Variabel *Service Excellent*

<b>kategori1</b>				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid rendah	2	4.0	4.0	4.0
sedang	42	84.0	84.0	88.0
tinggi	6	12.0	12.0	100.0
Total	50	100.0	100.0	

Sumber: Data primer diolah tahun 2021

Berdasarkan tabel 4.16 diketahui bahwa responden yang memberikan penilaian terhadap variabel *service excellent* dalam kategori rendah sebanyak 2 orang (4%), kategori sedang sebanyak 42 orang (84%), dan kategori tinggi sebanyak 6 orang (12%)

b. *Kualitas layanan mobile banking*

Berdasarkan hasil uji statistic deskriptif pada tabel 4.15 dapat di ketahui bahwa variabel kualitas layanan *mobile banking* memiliki nilai minimum sebesar 6 dan nilai maksimum sebesar 16. Nilai rata-rata atau mean sebesar 12,34 dan standar deviasinya

sebesar 1,573. Kemudian, data kualitas layanan *mobile banking* di kategorikan dengan menggunakan mean dan standar deviasinya

Tabel 4.17  
Kategori variabel Kualitas layanan *mobile banking*

		kategori22			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	rendah	3	6.0	6.0	6.0
	sedang	37	74.0	74.0	80.0
	tinggi	10	20.0	20.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

Sumber: Data primer diolah tahun 2021

Berdasarkan tabel 4.17 diketahui bahwa responden yang memberikan penilaian terhadap variabel kualitas layanan *mobile banking* dalam kategori rendah sebanyak 3 orang (6%), kategori sedang sebanyak 37 orang (74%), dan kategori tinggi sebanyak 10 orang (20%)

#### c. Kepuasan nasabah

Berdasarkan hasil uji statistic deskriptif pada tabel 4.15 dapat di ketahui bahwa variabel kepuasan nasabah memiliki nilai minimum sebesar 3 dan nilai maksimum sebesar 12. Nilai rata-rata atau mean sebesar 10,00 dan standar deviasinya sebesar 1,990. Kemudian, data kepuasan nasabah di kategorikan dengan menggunakan mean dan standar deviasinya.



Tabel 4.18  
Kategori Variabel Kepuasan Nasabah

**kategori33**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid rendah	2	4.0	4.0	4.0
sedang	41	82.0	82.0	86.0
tinggi	7	14.0	14.0	100.0
Total	50	100.0	100.0	

*Sumber: Data primer diolah tahun 2021*

Berdasarkan tabel 4.18 diketahui bahwa responden yang memberikan penilaian terhadap variabel kepuasan nasabah dalam kategori rendah sebanyak 2 orang (4%), kategori sedang sebanyak 41 orang (82%), dan kategori tinggi sebanyak 7 orang (14%)

#### D. Hasil Analisis Data

Analisis data adalah mengolah dan menganalisis data yang di peroleh agar menjadi suatu intreprastasi yang dapat menjawab rumusan masalah. Pada penelitian ini mengolah data di mulai dari uji asumsi klasik kemudian uji regresi dan determinasi dan yang terakhir uji hipotesis untuk mengambil suatu jawaban dan kesimpulan.

##### 1. Hasil Uji Asumsi Klasik

###### a. Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah residual yang diperoleh pada penelitian mempunyai distribusi normal atau tidak. Pengujian normalitas dilakukan dengan uji *Kolmogorov Smirnov*. Jika nilai signifikasi lebih besar dari taraf signifikansi (0,05) maka nilai

residual di nyatakan berdistribusi normal (  $sig > 0,005$ ). Dalam penelitian ini pengujian normalitas menggunakan IBM SPSS 22.0

Tabel 4.19  
Hasil Uji Normalitas BRI Syariah KCP Ponorogo

<b>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</b>		Unstandardized Residual
N		50
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.99127664
	Most Extreme Differences	Absolute Positive
	Absolute Negative	-.097
Test Statistic		.097
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

*a. Test distribution is Normal.*

*Sumber: Data primer diolah tahun 2021*

Berdasarkan hasil uji normalitas terhadap data dari nasabah BRI Syariah KCP Ponorogo di atas menunjukkan bahwa nilai signifikansi 0,200 lebih besar dari taraf signifikansi 0,05 (  $sig > 0,05$ ). Dapat di simpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal

Tabel 4.20

Hasil uji normalitas Bank Muamalat KCP Ponorogo

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		50
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.82124074
Most Extreme Differences	Absolute	.105
	Positive	.105
	Negative	-.069
Test Statistic		.105
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

*a. Test distribution is Normal.*

*b. Calculated from data.*

*c. Lilliefors Significance Correction.*

*d. This is a lower bound of the true significance.*

Sumber: Data primer diolah tahun 2021

Berdasarkan hasil uji normalitas terhadap data dari nasabah Bank Muamalat KCP Ponorogo di atas menunjukkan bahwa nilai signifikansi 0,200 lebih besar dari taraf signifikansi 0,05 (sig > 0,05). Dapat di simpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal

b. Uji Heteroskedastisitas

Perhitungan ada tidaknya gejala ini dapat dilakukan dengan cara menentukan formulasi regresi linear berganda dengan menggunakan harga mutlak residual sebagai variabel dependen (variabel terikat). Kemudian melakukan regresi linier berganda dengan variabel dependennya adalah harga mutlak residual sedangkan variable independennya adalah *service excellent* dan kualitas layanan *mobile banking*.

Jika nilai signifikan (*p-value*) semua variabel independen > 0,05 maka tidak terjadi kasus heteroskedastisitas

Tabel 4.21  
Uji Heteroskedastisitas BRI Syariah KCP Ponorogo

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-.085	.473		-.180	.858
Service excellent	.020	.035	.131	.569	.572
kualitas layanan mobile banking	.034	.055	.144	.626	.535

a. Dependent Variable: ABS\_RES

*Sumber: Data primer diolah tahun 2021*

Dari hasil pengujian di atas menunjukkan nilai signifikansi variabel bebas ( *Service excellent* dan kualitas layanan *mobile banking*) lebih besar dari 0,05. yaitu, nilai signifikansi *Service excellent* (0,572 ) > 0,05 dan nilai signifikansi kualitas layanan *mobile banking* (0,535 ) > 0,05. Dengan hasil tersebut dapat di ambil kesimpulan bahwa tidak terjadi kasus heterokedastisitas

Tabel 4.22  
Uji Heteroskedastisitas Bank Muamalat KCP Ponorogo

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	.465	.596		.780	.439
Service excellent	-.001	.041	-.007	-.035	.973
kualitas layanan mobile banking	.019	.060	.062	.308	.759

a. Dependent Variable: ABS\_RES

*Sumber: Data primer diolah tahun 2021*

Dari hasil pengujian di atas menunjukkan nilai signifikansi variabel bebas ( *Service excellent* dan kualitas layanan *mobile banking*) lebih besar dari 0,05. yaitu, nilai signifikansi *Service excellent* (0,973 ) > 0,05 dan nilai signifikansi kualitas layanan *mobile banking* (0,759 ) > 0,05. Dengan hasil tersebut dapat di ambil kesimpulan bahwa tidak terjadi kasus heterokedastisitas

c. Hasil Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel independent. Model yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinieritas digunakan *Variance Inflation Factor* (VIF). Apabila untuk semua variable independen nilai VIF < 10, persamaan regresi linier berganda tidak terjadi kasus multikolinieritas

Tabel 4.23

Hasil Uji Multikolinieritas BRI Syariah KCP Ponorogo

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	.700	.798		.877	.385		
Service excellent	.265	.058	.539	4.529	.000	.373	2.680
kualitas layanan mobile banking	.294	.093	.376	3.158	.003	.373	2.680

a. Dependent Variable: kepuasan nasabah

Sumber: Data primer diolah tahun 2021

Berdasarkan hasil pengujian di atas, nilai VIF kedua variabel bebas ( *service excellent* dan kualitas kualitas layanan *mobile banking*) kurang dari 10. Sehingga dapat di ambil kesimpulan bahwa tidak terjadi multikolinieritas antar variabel pada penelitian ini.

Tabel 4.24

Hasil Uji Multikolinieritas Bank Muamalat KCP Ponorogo

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	2.771	1.045		2.652	.011		
Service excellent	.155	.072	.319	2.162	.036	.524	1.909
kualitas layanan mobile banking	.301	.105	.422	2.863	.006	.524	1.909

a. Dependent Variable: kepuasan nasabah

*Sumber: Data primer diolah tahun 2021*

Berdasarkan hasil pengujian di atas, nilai VIF kedua variabel bebas ( *service excellent* dan kualitas kualitas layanan *mobile banking*) kurang dari 10 (  $1,909 < 10$  ) . Sehingga dapat di ambil kesimpulan bahwa tidak terjadi multikolinieritas antar variabel pada penelitian ini

d. Hasil Uji Autokorelasi

Persamaan regresi yang baik adalah yang tidak memiliki autokorelasi. Jika terjadi auto korelasi maka persamaan tersebut menjadi tidak baik atau tidak layak dipakai prediksi. Salah satu

ukuran dalam menentukan ada tidaknya masalah auto korelasi dengan uji Durbin-Waston (DW) dengan ketentuan sebagai berikut:

- 1) Jika nilai Durbin Watson kurang dari atau lebih dari 4-dU maka terdapat autokorelasi
- 2) Jika nilai Durbin Watson di antara 4-dU maka tidak terdapat autokorelasi

Tabel 4.25

Hasil pengujian Autokorelasi BRI Syariah KCP Ponorogo

Nilai durbin Watson	Table durbin Watson		Keterangan
	Du	4-Du	
2,301	1,628	2,372	Tidak ada autokorelasi

*Sumber: Data primer diolah tahun 2021*

Berdasarkan hasil pengujian autokorelasi dengan menggunakan IBM SPSS 22.0 di peroleh nilai *Durbin Watson* 2,301. Jadi nilai *durbin watson* yang di peroleh adalah sebesar 2,301 yang terletak di antara nilai dU (1,628) dan 4-Du (2,372) sehingga dapat di simpulkan tidak terdapat autokorelasi pada model regresi tersebut

Tabel 4.26

Hasil pengujian Autokorelasi Bank Muamalat KCP Ponorogo

Nilai durbin Watson	Table durbin Watson		Keterangan
	Du	4-Du	
2,033	1,628	2,372	Tidak ada autokorelasi

*Sumber: Data primer diolah tahun 2021*

Berdasarkan hasil pengujian autokorelasi dengan menggunakan IBM SPSS 22.0 di peroleh nilai *Durbin Watson* 2,033.



Jadi nilai *durbin watson* yang di peroleh adalah sebesar 2,033 yang terletak di antara nilai dU (1,628) dan 4-Du (2,372) sehingga dapat di simpulkan tidak terdapat autokorelasi pada model regresi tersebut

## E. Hasil Uji Regresi dan Uji koefisien Determinasi

### 1. Hasil uji regresi linier sederhana

Analisis regresi linier sederhana di gunakan untuk mencari pengaruh satu variabel independent dan satu variabel dependen dengan rumus

$$Y = a + bx$$

keterangan

Y = Variabel dependen

X = Variabel Independen

a dan b = Konstanta<sup>19</sup>

Tabel 4. 27

Hasil Uji regresi linier sederhana X1 dan Y BRI Syariah KCP Ponorogo

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1.648	.806		2.045	.046
Service excellent	.411	.039	.836	10.562	.000

a. Dependent Variable: kepuasan nasabah

Sumber: Data primer diolah tahun 2021

<sup>19</sup> Sofyan Siregar, *Statistik parametrik untuk penelitian kuantitatif, Dilengkapi dengan perhitungan manual dan aplikasi SPSS versi 17*, hal 379

Berdasarkan tabel di atas dapat di buat model regresi linier sederhana sebagai berikut :  $Y = 1,648 + 0,411X$

- Nilai konstanta sebesar 1,648 menunjukkan bahwa, apabila variabel *service excellent* sama dengan 0 maka kepuasan nasabah adalah 1,648 satuan
- Nilai koefisien regresi *service excellent* adalah 0,411. Nilai yang positif menunjukkan hubungan yang searah antara variabel *service excellent* dan kepuasan nasabah BRI Syariah KCP Ponorogo. Jika variabel *service excellent* di tingkat kan sebesar satu satuan maka kepuasan nasabah juga akan meningkat sebesar 0,411 satuan

Tabel 4. 28

Hasil uji regresi linier sederhana X2 dan Y BRI Syariah KCP Ponorogo

Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.631	.915		1.783	.081
kualitas layanan mobile banking	.627	.067	.802	9.308	.000

a. Dependent Variable: kepuasan nasabah

Sumber: Data primer diolah tahun 2021

Berdasarkan tabel di atas dapat di buat model regresi linier sederhana sebagai berikut :  $Y = 1,631 + 0,627X$

- a. Nilai konstanta sebesar 1,631 menunjukkan bahwa, apabila variabel kualitas layanan *mobile banking* sama dengan 0 maka kepuasan nasabah adalah 1,631 satuan
- b. Nilai koefisien regresi kualitas layanan *mobile banking* adalah 0,627. Nilai yang positif menunjukkan hubungan yang searah antara variabel kualitas layanan *mobile banking* dan kepuasan nasabah BRI Syariah KCP Ponorogo. Jika variabel kualitas layanan *mobile banking* di tingkat kan sebesar satu satuan maka kepuasan nasabah juga akan meningkat sebesar 0,627 satuan

Tabel 4. 29

Hasil uji regresi linier sederhana X1 dan Y Bank Muamalat KCP Ponorogo

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	3.847	1.046		3.678	.001
Service excellent	.297	.056	.610	5.330	.000

a. Dependent Variable: kepuasan nasabah

Sumber: Data primer diolah tahun 2021

Berdasarkan tabel di atas dapat di buat model regresi linier sederhana sebagai berikut :  $Y = 3,847 + 0,297X$

- a. Nilai konstanta sebesar 3,847 menunjukkan bahwa, apabila variabel *service excellent* sama dengan 0 maka kepuasan nasabah adalah 3,847 satuan

- b. Nilai koefisien regresi *service excellent* adalah 0,297. Nilai yang positif menunjukkan hubungan yang searah antara variabel *service excellent* dan kepuasan nasabah Bank Muamalat KCP Ponorogo. Jika variabel *service excellent* di tingkat kan sebesar satu satuan maka kepuasan nasabah juga akan meningkat sebesar 0,297 satuan

Tabel 4. 30  
Hasil uji regresi linier sederhana X2 dan Y Bank Muamalat KCP  
Ponorogo

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3.726	.983		3.791	.000
kualitas layanan mobile banking	.458	.079	.642	5.798	.000

a. Dependent Variable: kepuasan nasabah

Sumber: Data primer diolah tahun 2021

Berdasarkan tabel di atas dapat di buat model regresi linier sederhana sebagai berikut :  $Y = 3,726 + 0,458X$

- a. Nilai konstanta sebesar 3,726 menunjukkan bahwa, apabila variabel kualitas layanan *mobile bankings* sama dengan 0 maka kepuasan nasabah adalah 3,726satuan
- b. Nilai koefisien regresi kualitas layanan *mobile banking* adalah 0,458. Nilai yang positif menunjukkan hubungan yang searah antara variabel kualitas layanan *mobile banking* dan kepuasan nasabah Bank Muamalat KCP Ponorogo. Jika variabel kualitas

layanan *mobile banking* di tingkat kan sebesar satu satuan maka kepuasan nasabah juga akan meningkat sebesar 0,458 satuan

## 2. Hasil Uji regresi linier berganda

Analisis regresi linier berganda dilakukan untuk mengetahui bagaimana pengaruh *service excellent* dan kualitas layanan *mobile banking* terhadap kepuasan nasabah, serta mengetahui di antara variabel *service excellent* dan kualitas layanan *mobile banking* tersebut yang paling dominan mempengaruhi Variabel kepuasan nasabah.

Tabel 4.31  
Hasil uji regresi berganda BRI Syariah KCP Ponrogo

### Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	.700	.798		.877	.385
Service excellent	.265	.058	.539	4.529	.000
kualitas layanan mobile banking	.294	.093	.376	3.158	.003

a. Dependent Variable: kepuasan nasabah

*Sumber: Data primer diolah tahun 2021*

Berdasarkan tabel pengujian di atas di peroleh model persamaan regresi sebagai berikut :  $Y = 0,700 + 0,256X_1 + 0,294X_2 +$  error Sehingga dapat di simpulkan sebagai berikut

- a. Dari persamaan regresi tersebut di ketahui bahwa nilai konstanta sebesar 0,700. Apabila nilai  $x_1$  dan  $x_2$  sama dengan nol (0) atau konstan maka besar Kepuasan nasabah ( $y$ ) adalah 0,700 satuan
- b. Koefisien regresi *Service Excellent* ( $X_1$ ) sebesar 0,265. Nilai  $X_1$  yang positif menunjukkan hubungan yang positif atau searah antara *service excellent* dan kepuasan nasabah. Jika *service excellent* di tingkatkan maka kepuasan nasabah akan meningkat. Apabila nilai *service excellent* ditingkatkan satu satu maka kepuasan nasabah akan meningkat sebesar 0,265 dengan asumsi variabel lainnya tetap.
- c. Koefisien regresi kualitas layanan *mobile banking* ( $X_2$ ) sebesar 0,294. Nilai kualitas layanan *mobile banking* yang positif menunjukkan hubungan yang positif atau searah antara kualitas layanan *mobile banking* dan kepuasan nasabah. Jika kualitas layanan *mobile banking* di tingkatkan maka kepuasan nasabah akan meningkat. Apabila nilai kualitas layanan *mobile banking* ditingkatkan satu satu maka kepuasan nasabah akan meningkat sebesar 0,294 dengan asumsi variabel lainnya tetap.

Tabel 4.32  
Hasil uji regresi berganda Bank Muamamat KCP Ponorogo

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2.771	1.045		2.652	.011
Service excellent	.155	.072	.319	2.162	.036
kualitas layanan mobile banking	.301	.105	.422	2.863	.006

a. Dependent Variable: kepuasan nasabah

*Sumber: Data primer diolah tahun 2021*

Berdasarkan tabel pengujian di atas di peroleh model persamaan regresi sebagai berikut :  $Y = 2,771 + 0,155X_1 + 0,301X_2 + \text{error}$   
Sehingga dapat di simpulkan sebagai berikut,

- a. Dari persamaan regresi tersebut di ketahui bahwa nilai konstanta sebesar 2,771. Apabila nilai  $x_1$  dan  $x_2$  sama dengan nol (0) atau konstan maka besar Kepuasan nasabah ( $y$ ) adalah 2.771 satuan
- b. Koefisien regresi *Service Excellent* ( $X_1$ ) sebesar 0,155. Nilai  $X_1$  yang positif menunjukkan hubungan yang positif atau searah antara *service excellent* dan kepuasan nasabah. Jika *service excellent* di tingkatkan maka kepuasan nasabah akan meningkat. Apabila nilai *service excellent* ditingkatkan satu satu maka kepuasan nasabah akan meningkat sebesar 0,155 dengan asumsi variabel lainnya tetap.
- c. Koefisien regresi kualitas layanan *mobile banking* ( $X_2$ ) sebesar 0,301. Nilai kualitas layanan *mobile banking* yang positif



menunjukkan hubungan yang positif atau searah antara kualitas layanan *mobile banking* dan kepuasan nasabah. Jika kualitas layanan *mobile banking* di tingkatkan maka kepuasan nasabah akan meningkat. Apabila nilai kualitas layanan *mobile banking* ditingkatkan satu satu maka kepuasan nasabah akan meningkat sebesar 0,301 dengan asumsi variabel lainnya tetap

### 3. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi di artikan dengan seberapa besar variabel X menentukan tingkat variabel Y dalam suatu model. Dalam penelitian ini koefisien determinasi di lakukan 2 macam yaitu, koefisien determinasi secara individu dan uji koefisien determinasi secara bersama-sama terhadap variabel Y

#### a. *Service excellent* terhadap Kepuasan nasabah

Hasil pengujian koefisien determinasi variabel *service excellent* terhadap kepuasan nasabah di BRI Syariah KCP Ponorogo dan Bank Muamalat KCP Ponorogo adalah sebagai berikut

Tabel 4. 33  
Hasil uji Koefisien determinasi X1 terhadap Y BRI Syariah  
KCP Ponorogo

#### Model Summary

Mode	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.836 <sup>a</sup>	.699	.693	1.103

a. Predictors: (Constant), *Service excellent*

Sumber: Data primer diolah tahun 2021

Berdasarkan tabel di atas dapat di ketahui bahwa R yang di peroleh sebesar 0.836 menunjukkan bahwa hubungan *service excellent* terhadap kepuasan nasabah tergolong kuat. Nilai R square yang di peroleh sebesar 0,699 memiliki arti bahwa pengaruh *service excellent* terhadap kepuasan nasabah di BRI Syariah KCP Ponorogo sebesar 69,9% dan sisanya 30,1% di pengaruhi oleh faktor lain.

Tabel 4. 34  
Hasil uji Koefisien determinasi X1 terhadap Y Bank Muamalat KCP Ponorogo

Model Summary				
Mode	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.610 <sup>a</sup>	.372	.359	.899

a. Predictors: (Constant), Service excellent

Sumber: Data primer diolah tahun 2021

Berdasarkan tabel di atas dapat di ketahui bahwa R yang di peroleh sebesar 0.610 menunjukkan bahwa hubungan *service excellent* terhadap kepuasan nasabah tergolong kuat. Nilai R square yang di peroleh sebesar 0,372 memiliki arti bahwa pengaruh *service excellent* terhadap kepuasan nasabah di BRI Syariah KCP Ponorogo sebesar 37,2% dan sisanya 62,8% di pengaruhi oleh faktor lain.

b. Kualitas Layanan *Mobile Banking* terhadap kepuasan nasabah

Hasil pengujian koefisien determinasi variabel kualitas layanan *mobile banking* terhadap kepuasan nasabah di BRI Syariah KCP Ponorogo dan Bank Muamalat KCP Ponorogo adalah sebagai berikut

Tabel 4. 35  
 Hasil uji koefisien determinasi X2 terhadap Y BRI Syariah  
 KCP Ponorogo

**Model Summary**

Mode 1	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.802 <sup>a</sup>	.643	.636	1.200

a. Predictors: (Constant), kualitas layanan mobile banking

Sumber: Data primer diolah tahun 2021

Berdasarkan tabel di atas dapat di ketahui bahwa R yang di peroleh sebesar 0.802 menunjukkan bahwa hubungan kualitas layanan *mobile banking* terhadap kepuasan nasabah tergolong kuat. Nilai R square yang di peroleh sebesar 0,643 memiliki arti bahwa pengaruh kualitas layanan *mobile banking* terhadap kepuasan nasabah di BRI Syariah KCP Ponorogo sebesar 64,3% dan sisanya 35,7% di pengaruhi oleh faktor lain.

Tabel 4. 36  
 Hasil uji koefisien determinasi X2 terhadap Y Bank Muamalat  
 Syariah KCP Ponorogo

**Model Summary**

Mode 1	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.642 <sup>a</sup>	.412	.400	.870

a. Predictors: (Constant), kualitas layanan mobile banking

Sumber: Data primer diolah tahun 2021

Berdasarkan tabel di atas dapat di ketahui bahwa R yang di peroleh sebesar 0.642 menunjukkan bahwa hubungan kualitas layanan *mobile banking* terhadap kepuasan nasabah tergolong kuat. Nilai R square yang di peroleh sebesar 0,412 memiliki arti bahwa pengaruh

kualitas layanan *mobile banking* terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat KCP Ponorogo sebesar 41,2% dan sisanya 58,8% di pengaruhi oleh faktor lain.

- c. *Service excellent* dan kualitas layanan *mobile banking* terhadap kepuasan nasabah

Hasil pengujian koefisien determinasi variabel *service excellent* dan kualitas layanan *mobile banking* terhadap kepuasan nasabah di BRI Syariah KCP Ponorogo dan Bank Muamalat KCP Ponorogo adalah sebagai berikut

Tabel 4. 37

hasil uji koefisien determinasi BRI Syariah KCP Ponorogo

**Model Summary<sup>b</sup>**

Mode	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.867 <sup>a</sup>	.752	.741	1.012

a. Predictors: (Constant), kualitas layanan mobile banking, *Service excellent*

b. Dependent Variable: kepuasan nasabah

Sumber: Data primer diolah tahun 2021

Berdasarkan tabel di atas dapat di ketahui bahwa R yang di peroleh sebesar 0.867 menunjukkan bahwa hubungan *service excellent* dan kualitas layanan *mobile banking* terhadap kepuasan di BRI Syariah KCP Ponorogo nasabah tergolong kuat. Nilai R square yang di peroleh sebesar 0,752 memiliki arti bahwa pengaruh *service excellent* dan kualitas layanan *mobile banking* terhadap kepuasan nasabah di BRI

Syariah KCP Ponorogo sebesar 75,2% dan sisanya 34,8% di pengaruhi oleh faktor lain.

Tabel 4.38  
hasil uji koefisien determinasi Bank Muamalat KCP  
Ponorogo

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.057 <sup>a</sup>	.003	-.039	.47830

a. Predictors: (Constant), kualitas layanan mobile banking, Service excellent

Sumber: Data primer diolah tahun 2021

Berdasarkan tabel di atas dapat di ketahui bahwa R yang di peroleh sebesar 0,057 menunjukkan bahwa hubungan *service excellent* kualitas layanan *mobile banking* terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat KCP Ponorogo tergolong lemah. Nilai R square yang di peroleh sebesar 0,003 memiliki arti bahwa pengaruh *service excellent* dan kualitas layanan *mobile banking* terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat KCP Ponorogo sebesar 0,3% dan sisanya 99,7% di pengaruhi oleh faktor lain.

## F. Hasil Uji Hipotesis

Uji hipotesis di lakukan untuk menjawab rumusan-rumusan masalah yang menjadi dasar adanya penelitian ini. Dalam penelitian ini uji hipotesis yang di lakukan ada uji t dan uji f.

### 1. Hasil Uji t

Uji ini di gunakan untuk menunjukan sejauh mana pengaruh masing variabel independen ( *service excellent* dan kualitas layanan *mobile*

*banking*) terhadap variabel dependen (kepuasan nasabah). Dalam uji t ini pengambilan keputusan di tetapkan dengan melihat perbandingan nilai signifikansi dari nilai  $t_{hitung}$  masing-masing koefisien regresi dengan tingkat signifikansi yang telah di tetapkan. Jika nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka variabel tersebut ada pengaruh.

Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 50 responden dengan nilai signifikansi 5% maka  $t_{tabel}$ nya adalah 2, 678. Uji t di lakukan dengan menggunakan IBM SPSS 22.0

Tabel 4. 39  
hasil uji t BRI Syariah KCP Ponorogo

Variabel	T <sub>Hitung</sub>	Sig	t <sub>tabel</sub>	Keputusan
<i>Service Excellent</i>	4.529	0,000	2,678	terdapat pengaruh
Kualitas layanan <i>mobile banking</i>	3.158	0,003	2,678	Terdapat pengaruh

Sumber: Data primer diolah tahun 2021

Berdasarkan tabel di atas dapat di ambil suatu keputusan sebagai berikut,

- a. Hipotesis pertama dalam penelitian ini adalah *Service excellent* berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah. Berdasarkan uji t di peroleh  $t_{hitung}$  untuk variabel *service excellent* adalah 4,529 dengan  $t_{tabel}$  sebesar 2,678. Maka, nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$ . Hal itu juga senada dengan hasil nilai signifikansi variabel *service excellent* sebesar  $0.000 < 0,05$ . Dengan demikian, variabel *service excellent* berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah secara parsial

- b. Hipotesis kedua dalam penelitian ini adalah kualitas layanan *mobile banking* berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah. Berdasarkan uji t di peroleh  $t_{hitung}$  untuk variabel kualitas layanan *mobile banking* adalah 3,158 dengan  $t_{tabel}$  sebesar 2,009. Maka, nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$ . Hal itu juga senada dengan hasil nilai signifikansi variabel kualitas layanan *mobile banking* sebesar  $0,003 < 0,05$ . Dengan demikian, variabel kualitas layanan *mobile banking* berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah secara parsial

Tabel 4. 40  
hasil uji t BRI Bank Muamalat KCP Ponorogo

Variabel	T <sub>Hitung</sub>	Sig	t <sub>tabel</sub>	Keputusan
<i>Service Excellent</i>	2.162	0,036	2,678	terdapat pengaruh
Kualitas layanan <i>mobile banking</i>	2,863	0,006	2,678	Terdapat pengaruh

Sumber: Data primer diolah tahun 2021

Berdasarkan tabel di atas dapat di ambil suatu keputusan sebagai berikut,

- 1) Hipotesis pertama dalam penelitian ini adalah *Service excellent* berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah. Berdasarkan uji t di peroleh  $t_{hitung}$  untuk variabel *service excellent* adalah 2.162 dengan  $t_{tabel}$  sebesar 2,678. Maka, nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$ . Namun pada nilai signifikansi variabel *Service excellent* lebih kecil dari 0,05 ( $0,036 < 0,05$ ). Dengan demikian, variabel



*service excellent* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah secara parsial

- 2) Hipotesis kedua dalam penelitian ini adalah kualitas layanan *mobile banking* berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah. Berdasarkan uji t di peroleh  $t_{hitung}$  untuk variabel kualitas layanan *mobile banking* adalah 2,863 dengan  $t_{tabel}$  sebesar 2,678. Maka, nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$ . Hal itu juga senada dengan hasil nilai signifikansi variabel kualitas layanan *mobile banking* sebesar  $0,006 < 0,05$ . Dengan demikian, variabel kualitas layanan *mobile banking* berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah secara parsial

## 2. Hasil Uji F

Uji ini dilakukan untuk menguji sesuai tidaknya model regresi yang dihasilkan guna melihat pengaruh dari *service excellent* dan kualitas layanan *mobile banking* terhadap kepuasan nasabah. Uji ini di gunakan untuk melihat seberapa jauh pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Untuk mengukur hal tersebut maka di gunakanlah uji F dengan melihat  $F_{hitung}$  dan nilai signifikansi Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka variabel tersebut berpengaruh begitu juga sebaliknya. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 50 responden dengan 3 variabel maka nilai  $F_{tabel}$  nya adalah 2,79.

Pengujian F/Simultan di lakukan dengan menggunakan IBM SPSS

Tabel 4.41

Hasil Uji F BRI Syariah KCP Ponorogo

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	145.851	2	72.926	71.186	.000 <sup>b</sup>
Residual	48.149	47	1.024		
Total	194.000	49			

a. Dependent Variable: kepuasan nasabah

*Sumber: Data primer diolah tahun 2021*

Berdasarkan tabel di atas dapat di ketahui bahwa  $F_{hitung}$  sebesar 71,186 lebih besar dari  $F_{tabel}$  2,79 ( $71,186 > 2,79$ ) dan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ). Sehingga dapat diambil kesimpulan *service excellent* dan kualitas layanan *mobile banking* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah secara simultan di BRI Syariah KCP Ponorogo.

Tabel 4.42

Hasil Uji F Bank Muamalat KCP Ponorogo

ANOVA<sup>a</sup>

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	28.733	2	14.366	20.432	.000 <sup>b</sup>
Residual	33.047	47	.703		
Total	61.780	49			

a. Dependent Variable: kepuasan nasabah

b. Predictors: (Constant), kualitas layanan mobile banking, Service excellent

*Sumber: Data primer diolah tahun 2021*

Berdasarkan tabel di atas dapat di ketahui bahwa  $F_{hitung}$  sebesar 20,432 lebih besar dari  $F_{tabel}$  2,79 ( $20,432 > 2,79$ ) dan nilai

signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ). Sehingga dapat diambil kesimpulan *service excellent* dan kualitas layanan *mobile banking* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah secara simultan Bank Muamalat KCP Ponorogo.

### G. Hasil Uji Perbandingan

Uji perbandingan di gunakan untuk menjawab rumusan masalah yang ketiga yaitu ada tidaknya perbedaan tingkat kepuasan nasabah di BRI Syariah KCP Ponorogo dan Bank Muamalat KCP Ponorogo. Sebelum masuk ke uji perbandingan dua variabel independent tidak berpasangan harus di lakukan uji prasyarat ( normalitas dan homogenitas) kemudian uji *man whitney*

#### 1. Hasil Uji Normalitas

Dalam uji perbandingan 2 variabel independeny yang tidak berpasangan ada 2 uji yang dapat di gunakan yaitu uji Independent t test dengan syarat data residual harus berdistribusi normal. Jika asumsi normalitas tidak terpenuhi maka menggunakan uji statistik nonparametrik *Mann Whitney/uji U*.

Dalam penelitian ini sampel penelitian masing-masing adalah 50 responden. Data di katakan berdistribusi normal apabila nilai signifikansi lebih dari 0,05 ( $\alpha > 0,05$ ). Untuk mengetahui data residual berdistribusi normal atau tidak, data di uji dengan menggunakan IBM SPSS 22.0

Tabel 4.43  
Hasil Uji perbandingan normalitas

		Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
		Statisti c	Df	Sig.	Statisti c	df	Sig.
Kepuasan nasabah	BRI Syariah	.192	50	.000	.846	50	.000
	Bank Muamalat	.288	50	.000	.789	50	.000

a. Lilliefors Significance Correction

*Sumber: Data primer diolah tahun 2021*

Dari tabel 4.43 di atas dapat diketahui bahwa nilai signifikansi Kepuasan nasabah di BRI Syariah dan Bank Muamalat 0,000. Nilai signifikansi kedua variabel terikat lebih kecil dari 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ). Dapat diambil kesimpulan bahwa data residual kedua variabel independent dalam penelitian ini tidak berdistribusi normal.

2. Uji Homogenitas

Setelah uji normalitas dilakukan selanjutnya adalah uji homogenitas dengan menggunakan uji levene karena data tidak berdistribusi normal. Dasar pengambilan keputusan pada uji homogenitas ini adalah jika nilai signifikansi lebih dari 0,05 ( $\alpha > 0,05$ ) maka data homogen. Dalam penelitian ini uji homogenitas dilakukan dengan menggunakan IBM SPSS 22.0.

Tabel 4. 44  
Hasil uji Homogenitas

**Test of Homogeneity of Variances**  
Kepuasan nasabah

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
11.713	1	98	.001

*Sumber: Data primer diolah tahun 2021*

Berdasarkan tabel di atas dapat di lihat bahwa nilai signifikansi kurang dari 0,05 ( $0,01 < 0,05$ ) sehingga dapat di ambil kesimpulan bahwa data tidak homogen. Dan uji perbandingan dapat di lakukan dengan uji statistik non parameterik yaitu uji *mann whitney*

### 3. Hasil Uji *Mann Whitney*

Berdasarkan tabel 4.33 data residual tidak berdistribusi normal, maka alternatif untuk uji independent t test menggunakan uji Mann Whitney. Apabila nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka ada perbedaan tingkat kepuasan nasabah di BRI Syariah KCP Ponorogo dan Bank Muamalat Ponorogo. Untuk menguji ada tidak nya perbedaan di kedua bank tersebut, maka uji *mann whitney* di lakukan dengan menggunakan IBM SPSS 22.0

Tabel 4.45  
Hasil Uji *Mann Whitney*

**Test Statistics<sup>a</sup>**

	Kepuasan nasabah
Mann-Whitney U	865.500
Wilcoxon W	2140.500
Z	-2.745
Asymp. Sig. (2-tailed)	.006

a. Grouping Variable: bank

*Sumber: Data primer diolah tahun 2021*

Berdasarkan tabel di atas dapat di ambil kesimpulan bahwa ada perbedaan tingkat kepuasan nasabah di BRI Syariah KCP Ponorogo dan Bank Muamalat KCP Ponorogo. Hal ini di karena nilai di signifikansi pada tabel 0,006 lebih kecil dari 0,05 ( $0,006 < 0,05$ ). Dengan demikian, Tingkat kepuasan nasabah di BRI Syariah KCP Ponorogo berbeda dengan Tingkat kepuasan nasabah di Bank Muamalat .

Tabel 4.46  
Hasil Uji *Mann Whitney* (Rangking)

**Ranks**

	Bank	N	Mean Rank	Sum of Ranks
Kepuasan nasabah	BRI Syariah	50	58.19	2909.50
	Bank Muamalat	50	42.81	2140.50
	Total	100		

*Sumber: data primer diolah 2021*

Berdasarkan tabel di atas dapat di ambil kesimpulan bahwa ada perbedaan tingkat kepuasan nasabah di BRI Syariah KCP Ponorogo dan Bank Muamalat KCP Ponorogo. Tabel di atas menunjukkan rangking

tingkat kepuasan nasabah BRI Syariah KCP Ponorogo dan Bank Muamalat KCP Ponorogo. Rangkings BRI Syariah KCP Ponorogo lebih tinggi di banding Bank Muamalat ( $58,19 > 42,81$ ) sehingga dapat di simpulkan bahwa tingkat kepuasan nasabah di BRI Syariah lebih tinggi daripada Bank Muamalat

## H. Pembahasan

### 1. Pengaruh *Service Excellent* dan Kualitas layanan *Mobile Banking* terhadap Kepuasan nasabah di BRI Syariah KCP Ponorogo dan Bank Muamalat KCP Ponorogo secara parsial

Berdasarkan hasil uji koefisien deterinasi di peroleh Nilai R square yang di peroleh sebesar 0,699 memiliki arti bahwa pengaruh *service excellent* terhadap kepuasan nasabah di BRI Syariah KCP Ponorogo sebesar 69,9% dan sisanya 30,1% di pengaruhi oleh faktor lain sedangkan pada varaiebel kualitas layanan *mobile banking* nilai R square yang di peroleh sebesar 0,643 memiliki arti bahwa pengaruh kualitas layanan *mobile banking* terhadap kepuasan nasabah di BRI Syariah KCP Ponorogo sebesar 64,3% dan sisanya 35,7% di pengaruhi oleh faktor lain.. Berdasarkan hasil uji t di BRI Syariah KCP Ponorogo pada tabel 4. 39, Di peroleh nilai signifikansi dari variabel *Service excellent* sebesar  $0,000 < 0,05$  sehingga  $H_0$  di tolak dan Variabel kualitas layanan mobile banking sebesar  $0,003 < 0,05$  sehingga  $H_0$  di tolak. Dengan demikian, variabel *service excellent* dan kualitas layanan *mobile banking* berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah secara parsial



Jadi dapat di simpulkan bahwa kepuasan nasabah di BRI Syariah KCP Ponorogo di pengaruhi oleh *service excellent* dan kualitas layanan *mobile banking* secara parsial. Nilai regresi koefisien variabel *service excellent* sebesar 0,411. Nilai koefisien positif menunjukkan adanya hubungan yang searah antara kepuasan nasabah dan *service excellent* di BRI Syariah KCP Ponorogo. Jika *service excellent* di tingkatkan maka kepuasan nasabah juga akan meningkat. Begitu juga dengan koefisien regresi dari variabel kualitas layanan *mobile banking* sebesar 0,627 yang bernilai positif menunjukkan adanya hubungan yang searah antara kepuasan nasabah dan kualitas layanan *mobile banking* di BRI Syariah KCP Ponorogo. Jika kualitas layanan *mobile banking* di tingkatkan maka kepuasan nasabah juga akan meningkat.

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi di peroleh Nilai R square yang di peroleh sebesar 0,372 memiliki arti bahwa pengaruh *service excellent* terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat KCP Ponorogo sebesar 37,2% dan sisanya 62,8% di pengaruhi oleh faktor lain sedangkan pada varaiebel kualitas layanan *mobile banking* nilai R square yang di peroleh sebesar 0,412 memiliki arti bahwa pengaruh kualitas layanan *mobile banking* terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat KCP Ponorogo sebesar 41,2% dan sisanya 58,8% di pengaruhi oleh faktor lain.

Berdasarkan hasil uji t di Bank Muamalat KCP Ponorogo pada tabel 4.40, Di peroleh nilai signifikansi dari variabel *Service excellent* sebesar  $0,036 < 0,05$  sehingga  $H_0$  di tolak dan Variabel kualitas layanan *mobile*

*banking* sebesar  $0,006 < 0,05$  sehingga  $H_0$  di tolak. Dengan demikian, variabel *service excellent* dan kualitas layanan *mobile banking* berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah secara parsial

Jadi dapat disimpulkan bahwa kepuasan nasabah di Bank Muamalat KCP Ponorogo dipengaruhi oleh *service excellent* dan kualitas layanan *mobile banking* secara parsial. Nilai regresi koefisien variabel *service excellent* sebesar 0,297. Nilai koefisien positif menunjukkan adanya hubungan yang searah antara kepuasan nasabah dan *service excellent* di Bank Muamalat KCP Ponorogo. Jika *service excellent* di tingkatkan maka kepuasan nasabah juga akan meningkat. Begitu juga dengan koefisien regresi dari variabel kualitas layanan *mobile banking* sebesar 0,458 yang bernilai positif menunjukkan adanya hubungan yang searah antara kepuasan nasabah dan *service excellent* di BRI Syariah KCP Ponorogo. Jika *service excellent* di tingkatkan maka kepuasan nasabah juga akan meningkat.

## **2. Pengaruh *Service Excellent* dan Kualitas layanan *Mobile Banking* terhadap Kepuasan nasabah di BRI Syariah KCP Ponorogo dan Bank Muamalat KCP Ponorogo secara simultan**

Berdasarkan hasil uji F di BRI Syariah KCP Ponorogo pada tabel 4.42, Di peroleh nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  ( $\alpha < 0,05$ ) sehingga  $H_0$  di tolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa kepuasan nasabah BRI Syariah KCP Ponorogo dipengaruhi oleh *service excellent* dan kualitas layanan *mobile banking*.

Berdasarkan hasil uji F di Bank Muamalat KCP Ponorogo pada tabel 4.43, Di peroleh nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  ( $\alpha < 0,05$ ) sehingga  $H_0$  di tolak. Jadi dapat di simpulkan bahwa kepuasan nasabah Bank Muamalat KCP Ponorogo di pengaruhi oleh *service excellent* dan kualitas layanan *mobile banking*

### **3. Ada tidaknya perbedaan tingkat kepuasan nasabah di BRI Syariah KCP Ponorogo dan Bank Muamalat KCP Ponorogo**

Berdasarkan tabel di dapat di ambil kesimpulan bahwa ada perbedaan tingkat kepuasan nasabah di BRI Syariah KCP Ponorogo dan Bank Muamalat KCP Ponorogo. Hal ini di karena nilai di signifikansi pada tabel 0,06 lebih besar dari 0,05 ( $0,006 < 0,05$ ). Dengan demikian, Tingkat kepuasan nasabah di BRI Syariah KCP Ponorogo berbeda dengan Tingkat kepuasan nasabah di Bank Muamalat . Berdasarkan Tabel 4.46 dapat di simpulkan bahwa Tingkat kepuasan di BRI Syariah KCP Ponorogo lebih tinggi daripada Bank Muamalat KCP Ponorogo . Hal ini di karenakan rangking BRI Syariah KCP Ponorogo berada di atas Bank Muamalat KCP Ponorogo ( $58,19 > 42,81$ ).

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Dari data yang telah di peroleh melalui angket yang disebar kepada 100 responden BRI Syariah KCP Ponorogo dan Bank Muamalat KCP Ponorogo masing-masing 50 responden dengan kriteria pengguna *mobile banking*. Data tersebut telah di olah dan dianalisis menggunakan *software* ms excel dan IBM SPSS 22.0, maka dapat di ambil kesimpulan sebagai berikut,

1. Variabel *Service excellent* dan kualitas layanan *mobile banking* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di BRI Syariah KCP secara parsial. Berdasarkan hasil uji t di BRI Syariah KCP Ponorogo di peroleh nilai signifikansi dari variabel *Service excellent* sebesar  $0,000 < 0,05$  sehingga  $H_0$  di tolak dan Variabel kualitas layanan *mobile banking* sebesar  $0,003 < 0,05$  sehingga  $H_0$  di tolak. Dengan demikian, variabel *service excellent* dan kualitas layanan *mobile banking* berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah di BRI Syariah KCP Ponorogo secara parsial

Variabel *Service excellent* dan kualitas layanan *mobile banking* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat KCP secara parsial. Berdasarkan hasil uji t di Bank Muamalat KCP Ponorogo di peroleh nilai signifikansi dari variabel *Service excellent* sebesar  $0,036 < 0,05$  sehingga  $H_0$  di tolak dan Variabel kualitas layanan *mobile banking* sebesar  $0,006 < 0,05$

sehingga  $H_0$  di tolak. Dengan demikian, variabel *service excellent* dan kualitas layanan *mobile banking* berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat KCP Ponorogo secara parsial

2. Berdasarkan hasil uji F di BRI Syariah KCP Ponorogo di peroleh nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  ( $\alpha < 0,05$ ) sehingga  $H_0$  di tolak. Jadi dapat di simpulkan bahwa kepuasan nasabah BRI Syariah KCP Ponorogo di pengaruhi oleh *service excellent* dan kualitas layanan *mobile banking*.

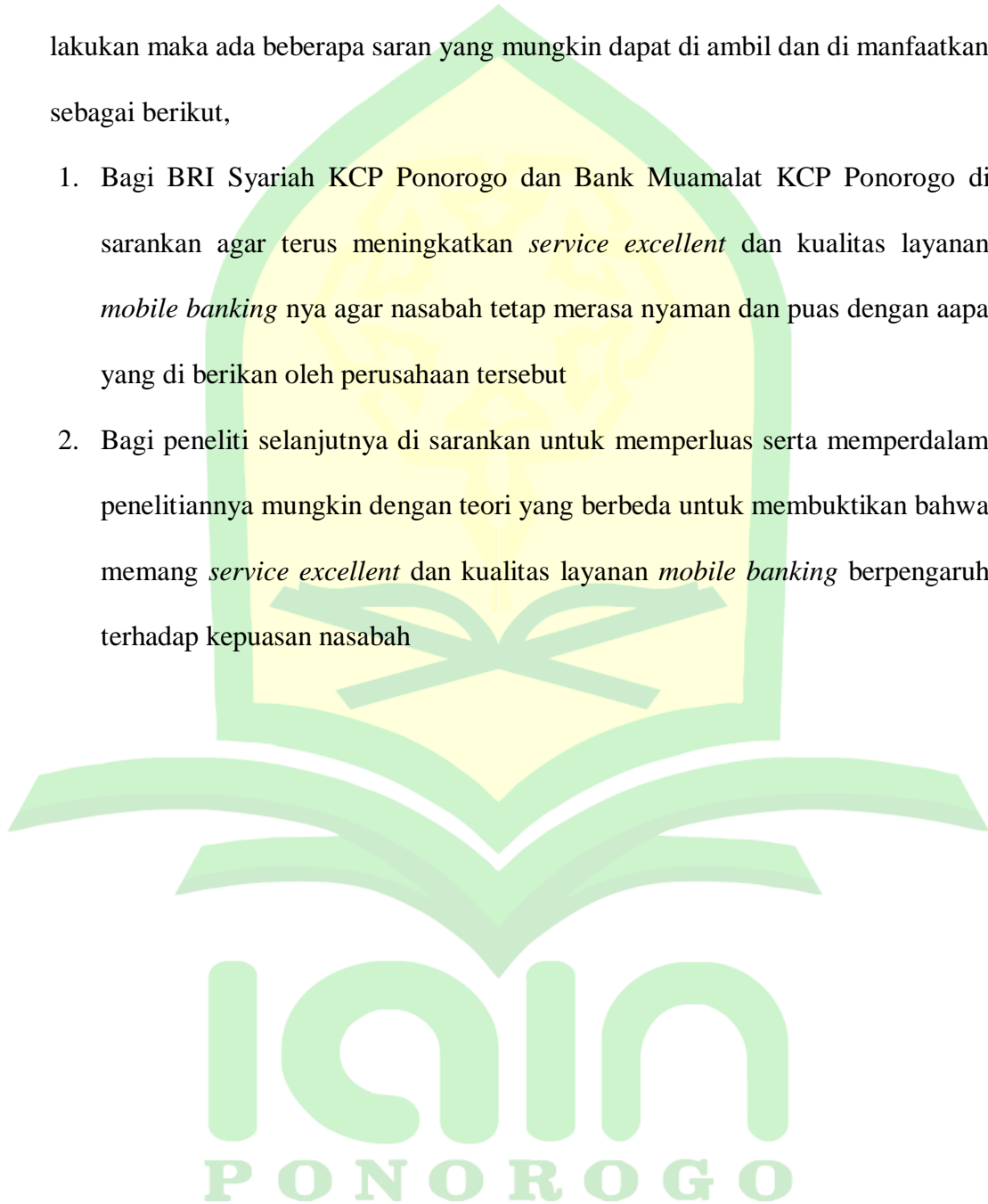
Berdasarkan hasil uji F di Bank Muamalat KCP Ponorogo di peroleh nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  ( $\alpha < 0,05$ ) sehingga  $H_0$  di tolak. Jadi dapat di simpulkan bahwa kepuasan nasabah Bank Muamalat KCP Ponorogo di pengaruhi oleh *service excellent* dan kualitas layanan *mobile banking*

3. Berdasarkan pengolahan dan analisis data uji komparasi di dapat di ambil kesimpulan bahwa ada perbedaan tingkat kepuasan nasabah di BRI Syariah KCP Ponorogo dan Bank Muamalat KCP Ponorogo. Hal ini di karena nilai di signifikansi pada tabel 0,06 lebih besar dari 0,05 ( $0,006 < 0,05$ ). Dengan demikian, Tingkat kepuasan nasabah di BRI Syariah KCP Ponorogo berbeda dengan Tingkat kepuasan nasabah di Bank Muamalat. Tingkat kepuasan nasabah BRI Syariah KCP Ponorogo lebih tinggi daripada di Bank Muamalat.

## B. Saran

Dari hasil analisis dan pembahasan hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan maka ada beberapa saran yang mungkin dapat di ambil dan di manfaatkan sebagai berikut,

1. Bagi BRI Syariah KCP Ponorogo dan Bank Muamalat KCP Ponorogo di sarankan agar terus meningkatkan *service excellent* dan kualitas layanan *mobile banking* nya agar nasabah tetap merasa nyaman dan puas dengan apa yang di berikan oleh perusahaan tersebut
2. Bagi peneliti selanjutnya di sarankan untuk memperluas serta memperdalam penelitiannya mungkin dengan teori yang berbeda untuk membuktikan bahwa memang *service excellent* dan kualitas layanan *mobile banking* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah



## DAFTAR PUSTAKA

### BUKU

Abdullah, Burhanuddin. *Budaya Kerja Perbankan*. Jakarta: LP3ES. 2006.

Adisujai, Kualitas Pelayanan dan Kaitannya dengan Kepuasan Nasabah Bank Syariah dalam, <https://adisujai.wordpress.com/2010/08/15/kualitas-pelayanan-dan-kaitannya-dengan-kepuasan-nasabah-banksyariah/>,

Anonim. *Management Kualitas Pelayanan Prima*. Jakarta: PT Pinter Konsultama, 2008

Atep, Adya Barata. *Dasar-dasar Pelayanan Prima*. Jakarta: Elex Media Komputindi. 2004.

Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: PT Rineka Cipta. 1998

Boediono. *Pelayanan Prima Perpajakan*. Jakarta: Rineka Cipta. 2003

Bintoro. *Konsumen dan Pelayanan Prima Cetakan 1*. Yogyakarta: Gava Media. 2014

Hadi, Sutrisno Hadi. *Metode Research*. Yogyakarta : ANDI. 2002

----- . *analisis butir untuk instrumen angket, tes, dan skala nilai*. Yogyakarta: FP UGM, 1991

Jasfar, Farida , *Teori dan Aplikasi Sembilan Kunci Keberhasilan Bisnis Jasa: Sumber Daya Manusia, Inovasi, Dan Kepuasan Pelanggan* Jakarta: Salemba Empat, 2012



Kasmir. *Etika Costumer Service*. Jakarta: Bumi Aksara. 2008.

Lemeshow, Stanley, David W HosmerJ, Janeile Klar & Stephen K. Lwanga.  
*Besar sampel dalam penelitian kesehatan*. Yogyakarta: Gajah Mada  
University Press, 1997

Perdana, Echo. *Olah data skripsi dengan spss 22* .Bangka Belitung: Lab Kom  
FK UBB

Purwoto, Purwoto, *Panduan Laboratorium Statistika Inferensial*  
Jakarta:Grasindo,2007

Rahmayanty,Nina, *Manajemen Pelayanan Prima*. Bandung: Graha Ilmu, 2010

Rifmasari, Yessi, *Studi komparasi implementasi kurikulum pada pembelajaran  
akselerasi dan pembelajaran reguler*. Universitas Pendidikan  
Indonesia, Repository.upi.edu,perpustakaan.upi.edu

Riduwan, *Belajar Mudah Penelitian Untuk GuruKaryawan dan Peneliti  
Pemula*,

Riyanto, M. Nur. *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta.  
2012

Ruslan, Rosady *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*, Jakarta:  
Rajawali Pers, 2012

Salim, Syahrums. *Metodelogi penelitian kuantitatif*. Bandung: CitaPustaka  
Media, 2012

Santoso, Singgih, *Statistika Multivariat*, Jakarta: Elex Media Komputindo, 2010

Silalahi, Ulber. *Metode Penelitian Sosial Kuantitatif*. Bandung: Refika Aditama, 2015

Sugiyono. *Metode penelitian kuantitatif dan kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta. 2015

--- *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta. 2003.

Sunyanto, Danang. *Praktik SPSS Untuk Kasus*. Yogyakarta: Muha Medika. 2011.

Supriono, Maryanto, . *Buku Pintar Perbankan*..Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2011

Taniredja, Tukiran Taniredja. *Penelitian Kuantitatif sebuah pengantar*. Bandung: Alfabeta. 2014

Teguh, Muhammad. *Metodologi Penelitian Ekonomi Teori dan Aplikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada 2001.

Tjiptono, Fandy. *Service Management*. Yogyakarta: CV. Andi Offset. 2008

Tjiptono, Fandy . Anastasia Diana, *Total Quality Management*, Yogyakarta: CV ANDI OFFSET, 2001

Umar, Husein. *Metode Riset Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2015.

Waworuntu, Bob. *Dasar Keterampilan Melayani Nasabah*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 1997.

Wijaya, Tony. *Analisis Data Penelitian Menggunakan SPSS*. Yogyakarta: Universitas Atmajaya Yogyakarta. 2009.

Wulansari, Andhita Dessy. *Aplikasi Statistika Parametrik Dalam Penelitian.*,

Zeithaml, Valerie A., and Bitner, Mary Jo. 1996. *Services Marketing*. 1 st edition New York: McGrawHill

### **JURNAL & SKRIPSI**

Adi Pratama, Fadli Moh. Saleh, Femilia Zahra, Nadhira Afdhalia. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Niat Dalam Menggunakan Mobile Banking. "*Jurnal Akun Nabelo*" Volume 2/Nomor 1/Juli 2019

Akrobin, Nada. Pengaruh Service Excellent terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri. *Skripsi*. UIN Sunan Kalijaga, Jogjakarta. 2019

Anggraeni, Putri Ayu. Studi Komparatif Pelayanan Taksi Online Dan Taksi Konvensional Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Taksi Puspa Jaya Di Bandar. *Skripsi*. Lampung).IN Raden Intan Lampung. 2018

Asih, Nyoman Suparmanti. pengaruh pelayanan prima (service excellence) terhadap kepuasan pelanggan salon agata singaraja. *Jurnal Program Studi Pendidikan Ekonomi (JPPE)* Volume: 7 Nomor: 2 Tahun: 2016

Gummesson E, Lovelock, C., 2004. Whither Services Marketing? . *Journal of Service Research*, 7(1), 20–41.  
doi:10.1177/1094670504266131

Hidayat, Rachmad, Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri, *jurnal manajemen dan kewirausahaan*, vol.11, no. 1, maret 2009: 59-72

Istichomah, Ayu Istichomah. *Pengaruh Service Excellent dan Strategi Pemasaran terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah di BRI Syariah Madiun*. Skripsi. Jurusan Muamalah Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ponorogo. 2018.

Kurniawati, Hanif Astika, Wahyu Agus Winarno, Alfi Arif. Analisis Minat Penggunaan Mobile Banking Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) Yang Telah Dimodifikasi. *e-Journal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi*, 2017, Volume IV (1)

Nadila, Mariatul, "Pengaruh layanan mobile banking terhadapkepuasn dan loyalitas nasabah di BRI Syariah KC Margonda Depo," *Skripsi*. UIN Syarif Hidayatullah. Jakarta, 2017

Sakti, Sinthesa Sastrawan. *Implementasi Service Excellent di PT BRI Syariah KCP Batu Malang ditinjau dari kepuasan pelanggan. Tugas Akhir*. UIN Maulana Malik Ibrahim, Malang. 2018

Wardhana, Adhitya. Pengaruh kualitas layanan Mobile banking (M-Banking) terhadap kepuasan nasabah di Indonesia. *DeReMa Jurnal Manajemen*, Vol.10 No, 2, September 2015

Yandie, Wijaya Lefi. Pengaruh Etika dan Pelayanan Prima Customer Service Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah. *Tugas Akhir*. UIN Raden Patah Paalembang . 2017.

**WEB & WAWANCARA**

<https://www.brisyariah.co.id/>

<https://www.bankmuamalat.co.id/>

<https://www.gfmag.com/magazine/may-2019/best-islamic-banks-world-2019>

<https://infobanknews.com/> di akses pada tanggal 25 September 2020 jam 09.00 am

Wikipedia

Wawancara dengan Nasabah Bank Muamalat KCP (Nimas Ayu), 26 September 2020

Wawancara dengan Nasabah BRISyariah KCP Ponorogo (Riani) 26 September 2020

