

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Lingkungan bisnis dalam dunia globalisasi saat ini berubah dengan pesat termasuk di dalamnya Industri perbankan, sehingga industri perbankan dituntut untuk memiliki kemampuan menyesuaikan diri yang cepat pula terhadap perubahan lingkungan tersebut. Krisis ekonomi yang terjadi awal tahun 1997 yang melanda dunia juga Indonesia telah menjadi titik balik bagi pertumbuhan industri perbankan dari pertumbuhan yang pernah dialami secara signifikan pada periode sebelumnya. Salah satu kebijakan yang dilakukan oleh Bank Indonesia (BI) dengan memperkuat bagian perbankan dalam mengurangi likuiditas global. Menjaga pertumbuhan ekonomi dilakukan dalam bentuk menjaga stabilitas pertumbuhan kredit, dan mencari solusi pembiayaan lainnya agar anggaran pendapatan tidak berkurang. Kondisi persaingan ini menjadi semakin ketat karena dipacu munculnya dua jenis sistem perbankan yang beroperasi di Indonesia yaitu bank konvensional dan bank syariah serta diperketat dengan masuknya bank-bank asing.<sup>1</sup>

Sektor perbankan merupakan salah satu bisnis jasa yang bergerak di bidang *financial* yang menjalankan fungsi utamanya, yaitu menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan, lalu menyalurkannya kembali dalam bentuk pinjaman serta menyediakan jasa-jasa lainnya. Begitupun perbankan syariah, pada

---

<sup>1</sup>Mohamad Dimiyati, "Membangun Kepuasan Nasabah." *MATRIK: Jurnal Manajemen, Strategi bisnis dan Kewirausahaan*, 1 (Februari 2020), hlm. 115.

dasarnya kegiatan dalam perbankan syariah merupakan perluasan jasa dari perbankan kepada masyarakat yang membutuhkan dan menghendaki pembayaran imbalan yang tidak berdasarkan pada sistem bunga melainkan atas prinsip syariah sebagaimana digariskan syariah (hukum) Islam. Hal inilah yang membedakan dengan bank konvensional dimana imbalan dihitung dalam bentuk bunga dengan persentase tertentu.<sup>2</sup>

Agar masyarakat mau menyimpan uangnya di bank, maka pihak perbankan memberikan rangsangan berupa balas jasa yang akan diberikan kepada si penyimpan. Balas jasa tersebut dapat berupa bunga, bagi hasil, hadiah, pelayanan atau balas jasa lainnya. Semakin tinggi balas jasa yang diberikan, akan menambah minat masyarakat untuk menyimpan uangnya. Oleh karena itu, pihak perbankan harus memberikan berbagai rangsangan dan kepercayaan sehingga masyarakat berminat untuk menanamkan dananya.

Bagi bank yang berdasarkan prinsip syariah tidak dikenal istilah bunga dalam memberikan jasa kepada penyimpan maupun peminjam. Di bank ini jasa bank yang diberikan disesuaikan dengan prinsip syariah sesuai dengan hukum Islam. Sistem bank berdasarkan prinsip syariah sebelumnya di Indonesia hanya dilakukan oleh Bank Syariah seperti Bank Muamalat Indonesia dan BPR syariah lainnya. Dewasa ini sesuai dengan Undang-Undang Perbankan Nomor 10 Tahun 1998 yang baru bank umumnya dapat menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah asal sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan oleh Bank Indonesia.<sup>3</sup>

---

<sup>2</sup>Inggang Perwangsa Nuralam, *Etika Pemasar Dan Kepuasan Konsumen Dalam Pemasaran Perbankan Syariah*, (Malang: UB Press, 2017), hlm. 9

<sup>3</sup>Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2012), hlm. 24-26

Hingga November 2019, industri perbankan syariah yang dimotori Bank Umum Syariah (BUS) dan Unit Usaha Syariah (UUS) menunjukkan kinerja yang lebih baik dibandingkan Bank Umum Nasional. Baik itu dari sisi pembiayaan, DPK, maupun laba yang masing-masing bertumbuh 11,64%, 15,23%, dan 26,52%. Likuiditas BUS dan UUS yang tercermin dari *rasio Financing to Deposit Ratio* (FDR) juga terjaga di level 85,43%. Sedangkan pada rentabilitasnya menunjukkan peningkatan menjadi 1,75% dibandingkan tahun 2018 sebesar 1,59%. Dari sisi permodalan, CAR BUS mengalami penguatan dari 20,39% di 2018 menjadi 20,48% pada 2019.<sup>4</sup>

Kepuasan pelanggan merupakan konsep utama baik dalam teori maupun dalam praktik pemasaran, serta menjadi tujuan sentral seluruh aktivitas bisnis. Kepuasan pelanggan menjadi faktor penting yang berkontribusi dalam terciptanya loyalitas pelanggan, peningkatan *good will* atau reputasi dari perusahaan, mengurangi elastisitas harga, mengurangi biaya transaksi masa depan, dan dapat meningkatkan efisiensi dan transaksi di masa depan dan dapat meningkatkan efisiensi dan produktivitas karyawan. Kepuasan pelanggan memberikan indikator utama niat konsumen untuk membeli dan loyal.<sup>5</sup>

Kepuasan pelanggan adalah evaluasi purnabeli dimana persepsi terhadap kinerja alternatif produk atau jasa yang dipilih memenuhi atau melebihi harapan sebelum pembelian. Apabila persepsi pelanggan terhadap layanan yang diterimanya lebih rendah dari ekspektasi maka dia akan *dissatisfied*. Jika layanan yang

---

<sup>4</sup>PT Bank BRI syariah Tbk, *Laporan Tahunan 2019 Annual Report*, (Jakarta: PT Bank BRI syariah Tbk: 2019), hlm. 77

<sup>5</sup>Inggang Perwangsa Nuralam, *Etika Pemasar Dan Kepuasan Konsumen Dalam Pemasaran Perbankan Syariah*, (Malang: UB Press, 2017), hlm. 7

diterimanya sama maka dia akan *satisfied*, dan jika layanan yang diterimanya melebihi ekspektasi, maka sering disebut dengan *delighted*. Jadi kepuasan adalah suatu tanggapan emosional yang dirasakan oleh pelanggan pada saat mereka menikmati pengalaman menggunakan atau mengonsumsi produk atau jasa.<sup>6</sup>

Perkembangan teknologi yang semakin pesat saat ini menuntut sebuah instansi dan para SDM yang terkait di dalamnya mengupdate informasi menyesuaikan kebutuhan zaman. Di bidang keuangan, misalnya perbankan syariah dituntut melakukan *action* dengan cepat dan berkesinambungan serta terus berinovasi sehingga dapat menandingi pesaing terberatnya yaitu perbankan konvensional. Aplikasi *online banking* yang sama-sama canggih merupakan salah satu wujud inovasi yang dilakukan. Dengan adanya fasilitas teknologi, masyarakat yakin dan lebih *intens* menerapkannya dalam segala transaksi. Nisbah kapitalisasi bank syariah pada teknologi pun terus menjulang sehingga mempunyai kapasitas berdaya saing.<sup>7</sup>

Saat ini perbankan tidak hanya berfokus pada variasi produk, akan tetapi juga saling bersaing pada kualitas layanan. Karena jika hanya berfokus pada produk, maka lembaga keuangan lainnya juga memiliki produk dengan konsep dan fungsi yang hampir sama, oleh karena itu lembaga keuangan termasuk perbankan saling berlomba-lomba memberikan pelayanan yang sangat memuaskan. Dalam pelaksanaannya, pelayanan prima merupakan pelayanan yang sangat baik dan

---

<sup>6</sup>Hendri Wijaya, dkk, "Pengaruh Kualitas Layanan Perbankan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Bank Syariah XYZ Di Jakarta", *Jurnal Aplikasi Bisnis dan Manajemen*, 3 (September 2017), hlm. 419.

<sup>7</sup>Amatun Nur Makmuriyah, "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah dalam Menggunakan Layanan Mobile Banking" *Eduka: Jurnal Pendidikan, Hukum, dan Bisnis*, 1 (Tahun 2020), hlm. 38.

melampaui harapan pelanggan dan pelayanan yang memiliki ciri khas kualitas (*quality nice*). Dalam jangka waktu yang panjang perusahaan yang akan tetap bertahan hidup dalam menghadapi persaingan bisnis yang mengglobal adalah perusahaan yang terus melakukan perbaikan dalam kegiatan pelayanan, operasional jasa atau inovasi produk untuk selalu meningkatkan kualitas.<sup>8</sup>

*Automatic Teller Machine* (ATM) telah menjadi alat pembayaran, kartu ATM mencatat transaksi paling tinggi. Pada saat pertama kali diperkenalkan pada tahun 1987 oleh Bank Niaga, fungsi ATM hanya sebatas penarikan tunai. Tapi kini, fungsi ATM telah mampu menggantikan fungsi uang sebagai alat pembayaran. Melalui ATM nasabah dapat membayar listrik, pajak bumi dan bangunan, telepon, pulsa *handphone*, pembelian barang dengan angsuran, dan belanja kebutuhan sehari-hari.

Meningkatnya jumlah pengguna ATM disebabkan oleh banyaknya jumlah ATM dan banyaknya jumlah perbankan yang bergabung dalam jaringan ATM. Tren teknologi perbankan masih menjadikan ATM sebagai strategi utama dalam memberikan pelayanan kepada nasabah. Hal ini dilakukan tidak hanya untuk mendapatkan *fee-based income* (penerimaan bank yang berasal dari jasa bank), tetapi juga memperluas jaringan. Manfaat yang diperoleh dengan adanya jaringan tersebut adalah peningkatan *cost productivity*, sehingga *cost transaction* menjadi lebih mudah dan efisien secara nasional. Manfaat lainnya adalah mengurangi lalu lintas kliring di Bank Indonesia.<sup>9</sup>

---

<sup>8</sup>Nina Rahmayanty, *Manajemen Pelayanan Prima*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), hlm. 12

<sup>9</sup>Ade Arthesa dan Edia Handiman, *Bank dan Lembaga Bukan Bank*, (Jakarta: PT. Indeks, 2009), hlm. 257

Diwaktu kerja yang sibuk, untuk melakukan transaksi perbankan, terutama pengambilan uang secara tunai, pasti akan terjadi antrian. Hal ini menjadikan permasalahan bagi nasabah yang menggunakan jasa perbankan, apalagi di zaman modern ini dimana kemajuan teknologi dibidang elektronika telah banyak memberi manfaat baik bagi masyarakat pada umumnya maupun kalangan perbankan pada khususnya. Layanan jasa perbankan yang cepat dan praktis sangat dibutuhkan sehingga pelayanan dengan sistem tradisional yang memerlukan antrian panjang sudah tidak sesuai.<sup>10</sup>

Layanan perbankan melalui media elektronik atau disebut *E-Banking* adalah layanan yang memungkinkan nasabah bank untuk memperoleh informasi, melakukan transaksi perbankan melalui media elektronik. Bank menyediakan layanan *E-Banking* untuk memenuhi kebutuhan melakukan transaksi perbankan, selain yang tersedia di kantor cabang dan ATM. Dengan menggunakan *E-Banking*, nasabah tidak perlu lagi membuang waktu untuk antri di kantor cabang dan ATM. Karena saat ini banyak transaksi perbankan dapat dilakukan dimanapun dan kapanpun dengan mudah dan praktis melalui jaringan elektronik, seperti internet dan *handphone*. Sebagai contoh, transfer dana antar rekening maupun antar bank, pembayaran tagihan, pembelian pulsa isi ulang, ataupun pengecekan mutasi dan saldo rekening.<sup>11</sup>

Salah satu perbankan yang telah menyediakan layanan *E-Banking* ini adalah BSI. Dimana BSI bervisi menjadi Bank Retail Modern dengan menyediakan

---

<sup>10</sup>Julius R. Latumaerissa, *Bank dan Lembaga Keuangan Lain*, (Jakarta: Salemba Empat, 2011), hlm. 284

<sup>11</sup>Ikatan Bankir Indonesia, *Mengelola Kualitas Layanan Perbankan*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2014), hlm. 113

layanan *E-Banking* diantaranya *Mobile Banking*, *Internet Banking* dan Notifikasi Transaksi. Namun, layanan yang paling menarik dari *E-Banking* yang ada di BSI menurut peneliti yaitu layanan *M-Banking*. Ini dikarenakan *M-Banking* merupakan layanan yang berbasis aplikasi sehingga nasabah tidak perlu lagi membuang waktu untuk antri di kantor-kantor bank atau ATM, karena saat ini banyak transaksi perbankan dapat dilakukan dimanapun dan kapanpun dengan mudah dan praktis melalui aplikasi yang terdapat pada telepon genggam.<sup>12</sup>

BSI KCP Pamekasan fokus membidik berbagai segmen di masyarakat, diantaranya yaitu dengan menjalin kerjasama dengan perguruan tinggi dalam hal pembayaran pendidikan, yaitu salah satunya dengan IAIN Madura. Jadi, pada setiap awal semester pembayaran pendidikan/UKT bisa dilakukan di kantor BRI Syariah ataupun di kampus IAIN Madura. Dengan adanya kerjasama ini, dalam proses pembelajaran khususnya mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Madura akan diarahkan untuk menjadi nasabah pada bank BRI Syariah KCP Pamekasan demi menunjang proses pembelajaran yang berkaitan dengan mata kuliah Manajemen Keuangan, Analisis Keuangan Pasar Modal, dsb. Saat ini BRI Syariah KCP Pamekasan telah berganti nama menjadi Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Pamekasan setelah dilakukan penggabungan tiga Bank BUMN yaitu BNI Syariah, BRI Syariah dan Mandiri Syariah. Namun perubahan nama yang semula BRI Syariah kemudian menjadi BSI tidak mempengaruhi kerjasama dengan instansi terkait dan kerjasama tetap berlanjut.

---

<sup>12</sup>PT BRISyariah Tbk, “BRISyariah”, diakses dari <https://www.brisyariah.co.id>, pada 24 September 2020, pukul 20.00.

Salah satu prestasi Bank BRI syariah adalah pada Infobank 16th *Banking Service Excellence Awards 2019* yaitu menjadi *4th Best Overall Performance Shariah Commercial Bank* dan *3rd Best Overall Minus E-Banking Syariah Commercial Bank*. Juga pada Indonesia Top Digital PR Awards 2019 BRI Syariah mendapatkan Prestasi Dalam Membangun *Digital Public Relation*. Dan pada ITECH mendapat penghargaan sebagai *TOP DIGITAL INNOVATION & TRANSFORMATION IN SHARIAH BANKING 2019*.<sup>13</sup>

Setelah melihat penjelasan di atas, tentu hal ini menarik untuk diteliti mengingat bahwa BRI Syariah yang telah mengganti nama menjadi BSI mendapat prestasi sebagai *3rd Best Overall Minus E-Banking Syariah Commercial Bank* dan pada ITECH mendapat penghargaan sebagai *TOP DIGITAL INNOVATION & TRANSFORMATION IN SHARIAH BANKING 2019*, sedangkan pada realitanya tidaklah semua nasabah merasa puas dengan adanya fasilitas transaksi keuangan, artinya masih ada nasabah yang merasa kurang puas dengan fasilitas transaksi keuangan BRI Syariah. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk meneliti “**Pengaruh Fasilitas Transaksi Keuangan Terhadap Kepuasan Nasabah BSI KCP Pamekasan (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Madura)**”.

---

<sup>13</sup>*Ibid.*



## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka dapat ditentukan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh *M-Banking* terhadap kepuasan nasabah?
2. Bagaimana pengaruh *Automatic Teller Machine* terhadap kepuasan nasabah?
3. Bagaimana pengaruh *M-Banking* dan *Automatic Teller Machine* terhadap kepuasan nasabah?

## **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian merupakan suatu hal yang ingin dicapai dalam sebuah penelitian. Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka dapat ditentukan tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis apakah *M-Banking* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.
2. Untuk menganalisis apakah *Automathic Teller Machine* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.
3. Untuk menganalisis apakah *M-Banking* dan *Automathic Teller Machine* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

## **D. Kegunaan Penelitian**

### **1. Manfaat Teoritis**

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi salah satu langkah dalam mengembangkan, menerapkan dan melatih berpikir secara ilmiah sehingga dapat memperluas wawasan ilmu pengetahuan utamanya mengenai topik yang menjadi bahasan peneliti serta sebagai media untuk menyelesaikan tugas peneliti.

### **2. Manfaat Praktis**

#### **a. Bagi lembaga akademis Institut Agama Islam Negeri Madura**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan bacaan, referensi dan bahan acuan bagi teman-teman mahasiswa utamanya di perpustakaan IAIN Madura.

#### **b. Bagi Bank**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi bagi BSI KCP Pamekasan, khususnya dalam hal fasilitas transaksi keuangan sehingga dapat meningkatkan kinerja usahanya.

## **E. Ruang Lingkup Penelitian**

Ruang lingkup variabel yang diteliti adalah variabel Layanan *Mobile Banking* (X1), *Automatic Teller Machine* (X2) dan Kepuasan Nasabah (Y). Agar variabel diatas memiliki batasan materi yang akan diteliti maka indikator-indikatornya sebagai berikut:

1. Layanan *Mobile Banking* (X1) dengan indikator sebagai berikut:<sup>14</sup>
  - a. Efisiensi (*Efficiency*).
  - b. Pemenuhan janji (*Fulfillment*).
  - c. Ketersediaan sistem beroperasi (*System Availability*).
  - d. Privasi (*Privacy*).
  - e. Jaminan/kepercayaan (*Assurance/trust*).
  - f. Tampilan situs (*Site aesthetic*).
  
2. Layanan *Automatic Teller Machine* (X2) dengan indikator sebagai berikut:<sup>15</sup>
  - a. Kinerja (*Performance*).
  - b. Fitur (*Feature*).
  - c. Keandalan (*Reliability*).
  - d. Daya tahan (*Durability*).
  - e. Konsistensi (*Consistency*).
  - f. Desain (*Design*).

---

<sup>14</sup>Tatik Kuryani, *Manajemen Strategik Bank di Era Global: Menciptakan Nilai Unggul untuk Kepuasan Nasabah*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2014), hlm. 113-114

<sup>15</sup>Tony Sitinjak, Darmadi Duriyanto, Sugiarto dan Holy Icum Yunarto, *Model Matriks Konsumen untuk Menciptakan Superior Customer Value*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2004), hlm. 7

3. Kepuasan Nasabah (Y) dengan indikator sebagai berikut:<sup>16</sup>
- a. Kepuasan pelanggan keseluruhan (*Overall customer satisfaction*).
  - b. Konfirmasi harapan (*Confirmation of expectations*).
  - c. Minat pembelian ulang (*Repurchase intent*).
  - d. Kesiediaan merekomendasikan (*Willingnes to recommend*).
  - e. Ketidakpuasan nasabah (*Customer dissatisfaction*).

#### **F. Asumsi Penelitian**

Adapun asumsi yang diajukan peneliti dalam penelitian ini adalah:

1. Fasilitas transaksi keuangan memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah BSI KCP Pamekasan.
2. Kepuasan nasabah dapat dipengaruhi oleh kualitas layanan yang diberikan BSI KCP Pamekasan.
3. Layanan dapat memuaskan nasabah bila memenuhi keinginan dan harapannya.

---

<sup>16</sup>Fandy Tjiptono, “*Perspektif Manajemen Dan Pemasaran Kontemporer*”, (Yogyakarta: Andi, 2000), hlm. 101

## **G. Hipotesis Penelitian**

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap masalah penelitian yang kebenarannya masih harus diuji secara empiris. Hipotesis merupakan jawaban terhadap masalah penelitian yang secara teoritis dianggap paling mungkin dan paling tinggi tingkat kebenarannya.<sup>17</sup> Hipotesis dalam penelitian ini adalah:

1. H1: *M-Banking* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah BSI KCP Pamekasan.
2. H2: *Automatic Teller Machine* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah BSI KCP Pamekasan.
3. H3: *M-Banking* dan *Automatic Teller Machine* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah BSI KCP Pamekasan.

## **H. Definisi Istilah**

Penelitian ini berjudul “Pengaruh Fasilitas Transaksi Keuangan Terhadap Kepuasan Nasabah BSI KCP Pamekasan”. Peneliti perlu menjelaskan makna dari judul dalam penelitian ini agar tidak terjadi kesalah pahaman bagi pembaca.

1. Fasilitas transaksi keuangan menggunakan elektronik merupakan strategi pemasaran jenis layanan perbankan yang berbasis teknologi yang dapat membantu nasabah dalam melakukan segala jenis transaksi keuangan serta memberikan kenyamanan bagi setiap penggunanya. Fasilitas transaksi keuangan menggunakan elektronik dibagi menjadi dua jenis, yaitu: *M-Banking*

---

<sup>17</sup>Tim Penyusun Pedoman Penulisan Karya Ilmiah IAIN Madura, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, Edisi revisi, (Pamekasan: STAIN Pamekasan 2015), hlm. 11

dan *Automathic Teller Machine*. *Mobile Banking* merupakan jenis layanan perbankan yang berbasis aplikasi dan dapat diakses langsung melalui telepon selular atau *handphone* yang memiliki teknologi GPRS untuk mengakses rekening yang dimiliki oleh nasabah. Sedangkan *Automathic Teller Machine* merupakan sistem pelayanan yang diberikan kepada nasabah secara elektronik dengan menggunakan komputer untuk mengupayakan penyelesaian secara otomatis dari sebagian fungsi yang biasanya dilakukan oleh *teller*.

2. Kepuasan Nasabah adalah respons yang ditunjukkan oleh nasabah terhadap pelayanan atau kinerja yang telah diterima, kemudian nasabah akan membandingkan kinerja dengan harapan yang diinginkannya. Apabila kinerja yang diterima lebih dari harapannya, maka nasabah tersebut akan merasa puas. Begitupula sebaliknya, apabila kinerja yang diterimanya tidak memenuhi harapannya, maka dapat dikatakan nasabah merasa tidak puas.

## **I. Kajian Penelitian Terdahulu**

Tinjauan penelitian terdahulu dijadikan sebagai referensi tambahan terhadap penelitian yang akan dilakukan. Berikut penjelasan hasil penelitian terdahulu:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Zakaria Harahap, dalam jurnalnya yang berjudul "Pengaruh Pelayanan M-Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Syariah Mandiri Kota Prabumulih". Metode Penelitian yang digunakan adalah Analisis Regresi Linier Sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa layanan *m-banking* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Dengan nilai *R Square* sebesar 0,738 yang artinya

variabel bebas mampu menjelaskan peningkatan kepuasan nasabah *mobile banking* sebesar 73,8%, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain.<sup>18</sup>

2. Penelitian yang dilakukan oleh Andika Febrianta dan Indrawati, dalam jurnalnya yang berjudul “Pengaruh Kualitas Layanan *Mobile Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BCA Di Kota Bandung”. Metode Penelitian yang digunakan adalah Analisis Deskriptif dan Regresi Linier Berganda. Hasil dari penelitiannya adalah kualitas layanan *mobile banking* yang terdiri dari *reliability, responsiveness, assurance and security, convenience, efficiency, easiness to operate* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Secara *parsial* variabel *assurance and security, convenience, efficiency, easiness to operate* berpengaruh positif signifikan, dan variabel *reliability, responsiveness* tidak berpengaruh signifikan. Dengan nilai *R Square* sebesar 0,932 yang artinya variabel bebas mampu menjelaskan peningkatan kepuasan nasabah *mobile banking* sebesar 93,2%, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain.<sup>19</sup>
3. Penelitian yang dilakukan oleh Sri Imelda dan Hikmayanti Huwaida, dalam jurnalnya yang berjudul “Pengaruh Kualitas Layanan *M-Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah Pada BRI KCP Kayu Tangi Banjarmasin”. Metode Penelitian yang digunakan adalah Analisis Regresi Linier Berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan kualitas layanan *m-banking*

---

<sup>18</sup>Zakaria Harahap, “Pengaruh Pelayanan M-Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Syariah Mandiri Kota Prabumulih”, *Jurnal Pemikiran dan Pengembangan Perbankan Syariah*, 1 (Agustus 2020), hlm. 114

<sup>19</sup>Andika Febrianta dan Dra. Indrawati M.M., Ph.D, “Pengaruh Kualitas Layanan *Mobile Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BCA Di Kota Bandung”, *e-Proceeding of Management*, 3 (Desember 2016), hlm. 6

yang terdiri dari *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Secara *parsial tangible* dan *assurance* berpengaruh positif tidak signifikan, *reliability* dan *empathy* berpengaruh positif signifikan, dan *responsiveness* berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah. Dengan nilai *R Square* sebesar 0,432 yang artinya variabel bebas mampu menjelaskan peningkatan kepuasan nasabah *mobile banking* sebesar 43,2%, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain.<sup>20</sup>

Adapun perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah:

1. Lokasi penelitian dilakukan di Lembaga Perbankan yang ada di wilayah Madura, yaitu BSI KCP Pamekasan.
2. Dalam penelitian ini yang dijadikan responden adalah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Madura yang menjadi nasabah BSI KCP Pamekasan dan telah menggunakan layanan *M-Banking* dan ATM.
3. Metode yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif dengan menggunakan analisis regresi linier berganda.

---

<sup>20</sup>Sri Imelda dan Hikmayanti Huwaida, "Pengaruh Kualitas Layanan *M-Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank BRI KCP Kayu Tangi Banjarmasin", *Jurnal INTEKNA*, 2 (November 2019), hlm. 108