

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Arti istilah *mobile banking* dianggap berkaitan erat dengan pengertian berikut atau di singkat dengan M-banking. Fasilitas perbankan melalui komunikasi bergerak seperti handphone. Dengan penyediaan fasilitas yang hamper sama dengan ATM kecuali mengambil uang cash. Arti istilah SMS Banking merupakan layanan yang di sediakan bank menggunakan sarana SMS untuk melakukan transaksi keuangan dan permintaan informasi keuangan, misalnya cek saldo, mutase rekening dan sebagainya.¹

Mobile banking juga diartikan sebagai layanan perbankan yang dapat di akses langsung melalui jaringan telepon seluler/ handphone GSM (global for mobile communication) atau CDMA dengan menggunakan layanan data yang telah di sediakan oleh operator telepon seluler missal XL, indosat, telkomsel, dan operator telepon lainnya. Untuk mendapatkan fasilitas ini, nasabah harus mengisi surat permohonan kepada bank dan meragister no. HP yang akan di gunakan di samping password untuk keamanan bertransaksi.² *Mobile banking* adalah fasilitas layanan dalam pemberian kemudahan akses maupun kecepatan dalam memperoleh informasi terkini dan transaksi finansial secara *real time*, *mobile banking* dapat di akses oleh nasabah perorangan melalui ponsel yang memiliki teknologi GPRS. Produk layanan *mobile banking* adalah saluran distribusi bank untuk mengakses rekening yang dimiliki nasabah melalui teknologi GPRS dengan sarana telepon seluler (ponsel). Perkembangan teknologi informasi yang sedemikian pesat sangat mendukung dalam kecepatan dan kemudahan layanan transaksi perbankan terhadap nasabah.³

Produk-produk *elektronik banking* diantaranya ialah *internet banking*, *sms banking*, dan *mobile banking*. Definisi dari *internet banking* yaitu transaksi yang dapat digunakan konsumen lewat jaringan internet kapan saja dan dimana saja dan hanya dapat diakses melalui website, kemudian *sms banking* adalah layanan perbankan yang bisa dibuka langsung menggunakan telepon selular/handphone dengan memakai media sms (*short message service*) dan membutuhkan pulsa. sedangkan *mobile banking* merupakan layanan

¹ Wiji Nurastuti, *Teknologi Perbankan*, (Jakarta: Graha Ilmu, 2017), 110.

² Maryanto supriyono, *Buku Pintar Perbankan*, (Bandung: C.V ANDI OFFSET, 2010), 67.

³ Rian Maulana, Iskandar, Masrura Mailany, "Pengaruh Penggunaan Mobile Banking Terhadap Minat Nasabah dalam Bertransaksi Menggunakan Technology Acceptance Model," *Cyberpace: Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi*, 2, no. 2 (oktober, 2018):146-155.

yang dapat digunakan nasabah melakukan transaksi perbankan menggunakan ponsel atau smarhtone. Mobile banking sendiri mempunyai manfaat yakni: memberikan kenyamanan bertransaksi kapan saja dan dimana saja, kemudahan melakukan transaksi seperti layaknya ATM, dapat di aplikasikan pada semua jenis SIM dan ponsel yang menggunakan teknologi GPRS, juga dilengkapi dengan fitur transfer realtime ke bank dan transfer ke bukan pemegang rekening.⁴

Layanan *Mobile Banking* akan bermanfaat jika layanan tersebut mudah dimengerti serta mampu menjalin interaksi dengan penggunanya. Bank menyediakan layanan seperti cek saldo, transfer antar rekening, info kurs dan sebagainya dalam mobile banking, dengan tujuan memberi kemudahan bagi nasabahnya untuk bertransaksi tanpa harus meluangkan waktu pergi ke bank. Penggunaan mobile banking bagi nasabah dapat menghemat waktu dan biaya (biaya transportasi), karena nasabah tidak harus mendatangi bank secara langsung hanya sekedar untuk melakukan transaksi, karena mobile banking memberi pelayanan selama 24 jam. Nasabah dapat melakukan transaksi kapanpun dan dimanapun bahkan ketika kantor bank sudah tutup. Kelemahan dari mobile banking adalah ketergantungan terhadap ketersediaan jaringan seluler operator yang bersangkutan. Jika terjadi blankspot atau tidak ketersediaan jaringan, maka layanan *mobile banking* tidak bisa dilakukan. Hal tersebut sebenarnya bukanlah tanggung jawab bank melainkan tanggungjawab penyediaoperator seluler dan internet *provider* yang digunakan oleh nasabah untuk mengakses layanan *mobile banking*⁵.

Tetapi dibalik manfaat dan kelemahan tersebut, ada juga risiko dari *mobile banking*. Demikian berkembangnya internet sebagai basis pelayanan jasa keuangan menyimpan berbagai risiko yang dapat muncul di kemudian hari. Bagi bank penyelenggara, secara umum terdapat empat risiko spesifik yang terkait dengan penggunaan mobile banking yakni: *Transaction/Operations Risk*, resiko yang timbul atau bersala dari fraud, kesalahan dalam proses, gangguan system atau kegiatan tidak terduga yang menimbulkan kerugian bagi bank maupun nasabah. *Reputation Risk*, yang berkaitan erat dengan corporate image dari bank itu sendiri apabila layanan mobile banking nya tidak berjalan dengan baik. *Outsourcing Risk*, dimana bank kerap menggunakan jasa pihak ketiga sebagai provider

⁴ Nurdin Nurdin, Indah Musyawaroh, Nurfitriani, Abdul jalil, “pengaruh layanan mobile banking terhadap kepuasan nasabah (studi pada mahasiswa perbankan syariah IAIN Palu),” *Jurnal Ilmu Perbankan dan Keuangan Syariah* 2, no. 1 (2020): 92.

⁵ Syamsul Hadi Novi, “faktor-faktor yang mempengaruhi layanan mobile banking” (disertai, uin Yogyakarta 2011),2.

sehingga terdapat kemungkinan layanan pada suatu waktu dapat mengalami gangguan. *Credit Risk*, risiko kredit dapat timbul apabila bank memberikan kredit melalui media elektronik misalnya produk kartu kredit.⁶ Persaingan bisnis dalam dunia perbankan semakin ketat baik dipasar domestik maupun internasional. Bank yang ingin berkembang dan mendapatkan keunggulan kompetitif harus mampu memberikan pelayanan yang baik kepada nasabah dibandingkan dengan kompetitornya. Kepercayaan dan kepuasan nasabah mejadi faktor keberhasilan usaha.⁷

Berdasarkan penelitian terdahulu dan pernyataan yang dikemukakan oleh Gumesson dan Lovelock (2004) tersebut menunjukkan bahwa elemen dari kualitas layanan yang terdiri dari *speed* (kemudahan), *security* (keamanan), *accuracy* (keakurasian) dan *trust* (kepercayaan): merupakan hal penting yang perlu di analisis dan dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Nurastuti (2011) dan Mallat et al (2004) menyatakan bahwa layanan mobile banking ditujukan untuk memberikan kemudahan, keamanan, keakurasian dan kepercayaan kepada nasabah dalam melakukan transaksi perbankan dan merupakan bentuk layanan yang bertujuan meningkatkan kepuasan nasabah atas layanan yang diberikan oleh pihak bank.

Elemen kualitas layanan *speed* (kecepatan) dapat memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi perbankan dengan lebih cepat sehingga meningkatkan kepuasan nasabah terhadap kecepatan dan kemudahan bertransaksi (kepuasan atas kecepatan). Elemen kualitas layanan *security* (keamanan) dapat menjamin kerahasiaan data transaksi dan data nasabah sehingga nasabah merasa puas atas jaminan keamanan menggunakan fasilitas mobile banking (kepuasan atas keamanan). Elemen atas kualitas layanan *accuracy* (keakuratan) dapat memberikan informasi data transaksi dan keuangan nasabah secara akurat sehingga nasabah mearsa puas atas tingkat keakurasian layanan mobile banking (kepuasan atas akurasi). Elemen kualitas layanan *trust* (kepercayaan) dapat memberikan kepercayaan nasabah atas kredibilitas layanan *mobile banking* yang diberikan oleh pihak bank sehingga nasabah akan percaya atas layanan *mobile banking* (kepuasan atas kepercayaan).

Salah satu tujuan utama bank dalam hal ini adalah menciptakan kepuasan nasabah. Kepuasan nasabah sebagai hasil penilaian nasabah terhadap apa yang diharapkan dengan

⁶ Bank Indonesia, "Pedoman Penerapan Manajemen Resiko Dalam Penggunaan Teknologi Informasi Oleh Bank Umum," *Direktorat Penelitian dan Pengaturan Perbankan*, Desember 2007, 78.

⁷ Fandy Tjiptono, *Service Management: Mewujudkan Layanan Prima* (Yogyakarta: Andi, 2012), 14.

membeli dan mengkonsumsi suatu produk atau jasa. Kemudian harapan tersebut dibandingkan dengan kinerja yang diterimanya dengan mengkonsumsi produk atau jasa tersebut. Kepuasan mencerminkan penilaian seseorang tentang kinerja produk maupun jasa anggapnya, atau hasil dan kaitannya dengan ekspektasi. Kepuasan konsumen maupun nasabah akan tercapai jika persepsi fundamental konsumen atau nasabah terhadap kinerja produk maupun jasa sama dengan kinerja produk yang diharapkan.⁸ Untuk memenuhi kepuasan nasabah pada industri perbankan, kualitas pelayanan nasabah sangat penting bagi perusahaan untuk dikelola dengan baik agar tetap mendapat kepercayaan dan kepuasan dari nasabah. Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan produk maupun jasa dari apa yang mereka pikirkan dengan apa yang mereka harapkan.⁹

Kepuasan nasabah tidak hanya memberikan keuntungan dalam jangka pendek akan tetapi mampu memberikan keuntungan dalam jangka panjang dan memberikan keunggulan daya saing bagi perusahaan penyedia jasa (bank). Apabila nasabah selalu merasa pelayanan yang diberikan oleh bank melebihi harapannya, artinya kecil kemungkinan nasabah beralih ke bank lain. Nasabah akan cenderung menggunakan kembali bank yang mampu memberikan pelayanan yang memuaskan dan biasanya akan mempromosikan pelayanan yang didapatkan kepada calon nasabah lain. Dalam menjalankan usahanya, penyedia jasa (bank) harus memberikan pelayanan terbaik bagi nasabahnya dan harus didukung dengan sarana dan prasarana yang memadai agar menarik menarik minat masyarakat menjadi nasabah baru dan tidak pindah ke competitor lain. Salah satunya yaitu dengan mengeluarkan produk yang dapat memenuhi kebutuhan para nasabah. Terobosan-terobosan baru produk dan jasa perbankan yang memiliki teknologi yang canggih akan memudahkan nasabah meakukan berbagai transaksi keuangan, diantaranya melalui media elektronik atau yang dikenal sebagai *mobile banking*.¹⁰

Pengaruh *mobile banking* terhadap kepuasan oleh Sri Imelda dan Hikmayanti huwaida 2019 yang menyatakan bahwa penelitian tersebut secara simultan kualitas layanan M-Banking berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah secara *persial tangible* dan

⁸ Nurdin Nurdin, Indah Musyawaroh, Nurfitriani, Abdul jalil, “pengaruh layanan mobile banking terhadap kepuasan nasabah (studi pada mahasiswa perbankan syariah IAIN Palu),” *Jurnal Ilmu Perbankan dan Keuangan Syariah* 2, no. 1 (2020): 92.

⁹ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, 11 ed. (Jakarta: Indeks, 2005), 70.

¹⁰ Hanif astika kurniawati, wahyu agus winarno, dan alfi arif, “Analisis Minat Penggunaan Mobile Banking dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) yang telah dimodifikasi”, *Universitas Jember* 4, no. 1(2017):24.

assurance berpengaruh positif tidak negatif tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah.¹¹ Sejalan yang dilakukan oleh Gangsar Prawiramulia 2014, penelitian tersebut bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas *mandiri mobile* terhadap kepuasan nasabah, dan kualitas *mandiri mobile* pada bank mandiri di kota bandung secara keseluruhan berada pada kategori baik, kemudian kepuasan nasabah bank mandiri di kota bandung sebagai pengguna *mandiri mobile* berada pada kategori baik. Kemudian kualitas *mandiri mobile* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.¹² Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Andika Febrianta dan Indrawati 2016, penelitian tersebut bertujuan untuk mengetahui kepuasan nasabah BCA yang menggunakan layanan *mobile banking* di kota bandung¹³.

Pada tanggal 1 februari 2021 M bertepatan dengan 19 jumadil akhir 1442 H menjadi penanda sejarah merger tiga Bank Syariah yang dimiliki BUMN yakni Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah dan BRI Syariah menjadi satu entitas yaitu Bank Syariah Indonesia (BSI). Penggabungan ini menyatukan kelebihan-kelebihan dari ketiga Bank Syariah sehingga menghadirkan layanan yang lebih lengkap, jangkauannya yang lebih luas, serta memiliki kapasitas permodalan yang lebih baik dan BSI didorong untuk dapat bersaing ditingkat global.

BSI KCP Sumenep Trunojoyo 1 sekarang merupakan satu-satunya kantor BSI yang beroperasi di kabupaten sumenep, kantor ini merupakan bekas kantor Bank Syariah Mandiri Sumenep, pada awal setelah merger kantor BSI di kabupaten sumenep terdapat 3 kantor cabang pembantu yakni, BSI KCP Sumenep Trunojoyo 1 (*Ex* Bank Syariah Mandiri) yang berlokasi di Jl. Trunojoyo No. 214, kompleks pertokoan Raden Arya Wiraraja Blok H, Kel. Kolor, kec. Kota Sumenep, kab. Sumenep, Jawa Timur. BSI KCP Sumenep Trunojoyo 2 (*Ex* BRI Syariah) yang berlokasi di kompleks pertokoan Raden Arya Wiraraja juga hanya berjarak 150 m dari BSI KCP Sumenep Trunojoyo 1, sedangkan BSI KCP Sumenep 3 (*Ex* BNI Syariah) berlokasi di jl. Diponegoro No 63, pababangan, bangselok, Kota Sumenep Jawa Timur. Akan tetapi pada awal tahun 2022 kedua BSI (BSI KCP Sumenep Trunojoyo 2 dan BSI KCP Sumenep Diponegoro 3) ditutup dan dipusatkan di BSI KCP Sumenep Trunojoyo 1.

¹¹ Sri Imelda, hikmayanti huwaida, "pengaruh kualitas layanan M-Banking terhadap kepuasaan nasabah pada bank BRI KCP Kayu Tangi Banjarmasin," *Jurnal intekna* 19,no 4 (2019):101.

¹² Gangsar prawiramulia, "pengaruh kualitas layanan *mobile banking* terhadap kepuasan nasabah bank mandiri (studi pada pengguna Mandiri mobile di kota Bandung).

¹³ Andika Febrianta, Indrawati, "Pengaruh Kualitas Layanan *Mobile Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BCA di kota Bandung, *e-proceeding of management* 3, no.3 (2016):1.

Bank Syariah Indonesia KCP Sumenep ini merupakan salah satu bank yang berada dalam industri perbankan yang juga menyediakan layanan *mobile banking*. Layanan *mobile banking* yang ditawarkan BSI KCP Sumenep ini mempunyai berbagai fitur menarik yang mampu memudahkan nasabah dalam bertransaksi. Fitur yang dapat diakses seperti cek saldo, transfer, pembayaran tagihan, *top up*, pembelian pulsa dan lainnya. Menurut wawancara yang dilakukan peneliti dengan Haiza Nadia nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Sumenep, menyatakan bahwa saat mengakses layanan *mobile banking* harus mempunyai sinyal yang sangat kuat karena jika koneksi internet kurang baik, maka otomatis layanan *mobile banking* tidak dapat diakses sehingga kita tidak dapat bertransaksi.¹⁴ Sementara pendapat lain dikatakan oleh nurhofifah nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Sumenep bahwa kerabatnya pernah menerima SMS palsu yang menanyakan detail akun *mobile banking* dari seorang hacker yang menyamar sebagai institusi keuangan sehingga uangnya terkuras habis.¹⁵ Alasan peneliti memilih objek di Bank Syariah Indonesia KCP Sumenep karena peneliti menemukan masalah yang cocok untuk dijadikan kajian dalam penelitian skripsi.

Secara umum perkembangan penggunaan BSI *Mobile* di Indonesia semakin meningkat YOY. Diketahui pengguna BSI *Mobile* di Indonesia mencapai 4,07jt user naik sebesar 81% secara tahun ke tahun pada juni 2022. Hal ini terjadi karena layanan *mobile banking* yang memudahkan nasabah melakukan transaksi dengan mudah tanpa harus mendatangi kantor BSI untuk melakukan transaksi baik setor maupun tunai. Namun di maraknya pengguna *m-banking* BSI *mobile* ini, terdapat keluhan dari sebagian nasabah pengguna BSI *Mobile* yang dituliskan oleh nasabah untuk penilaian aplikasi BSI *Mobile* di aplikasi *play store*. Antara lain kurangnya fitur keamanan di aplikasi BSI *Mobile*, kesulitan dalam mengaktivasi akun BSI *Mobile* seperti selalu gagal ketika memverifikasi wajah.

Penelitian ini menitikberatkan pada pengaruh layanan *mobile banking* dalam bertransaksi terhadap kepuasan nasabah tersebut. Berdasarkan penelitian terdahulu yang meneliti bank pada terbesar di Indonesia serta dikemukakan oleh Gumesson dan Lovelock bahwa ketidakpuasan nasabah dipengaruhi oleh layanan *speed* (kecepatan), *security* (keamanan), *accuracy* (keakurasian), dan *trust* (kepercayaan). Namun pada penelitian ini

¹⁴ Hasil Wawancara dengan Haiza Nadia, Nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Sumenep, pada 6 September 2022.

¹⁵ Hasil Wawancara dengan Nurhofifah, Nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Sumenep, pada 7 september 2022.

peneliti meneliti bank BSI KCP Sumenep dan yang digunakan adalah : kecepatan, keamanan, keakurasian dan kepercayaan. Kepuasan nasabah atas layanan *mobile banking* meliputi: kepuasan atas kecepatan, kepuasan atas keamanan, kepuasan atas akurasi data dan kepuasan atas kepercayaan.

Berdasarkan latar belakang diatas, penggunaan layanan *mobile banking* tidak semulus dengan apa yang diharapkan. Maka dengan ini peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian mengenai pengaruh layanan *mobile banking* terhadap kepuasan nasabah karena sangat penting sekali untuk mengetahui sejauh mana persepsi nasabah terhadap layanan *mobile banking* dan apakah dengan adanya *mobile banking* akan mendatangkan keuntungan bagi nasabah. Maka dari itu, peneliti menuangkannya dengan judul “**Pengaruh Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bertransaksi di Bank Syariah Indonesia KCP Sumenep**”.

B. Rumusan Masalah

1. Apakah kecepatan pelayanan *mobile banking* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Sumenep?
2. Apakah keamanan pelayanan *mobile banking* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Sumenep?
3. Apakah keakurasian pelayanan *mobile banking* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Sumenep?
4. Apakah kepercayaan pelayanan *mobile banking* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Sumenep?
5. Apakah kecepatan, keamanan, keakurasian dan kepercayaan pelayanan *mobile banking* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Sumenep?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kecepatan pelayanan *mobile banking* terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Sumenep
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh keamanan pelayanan *mobile banking* terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Sumenep
3. Untuk memahami terkait keakurasian pelayanan *mobile banking* terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Sumenep
4. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kepercayaan pelayanan *mobile banking* terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Sumenep

5. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kecepatan, keamanan, keakurasian dan kepercayaan pelayanan *mobile banking* terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Sumenep.

D. Asumsi Penelitian

Asumsi penelitian yaitu anggapan dasar atau postulat tentang suatu hal berkenaan dengan masalah penelitian yang kebenarannya sudah diterima oleh peneliti.¹⁶ Asumsi dasar penelitian ini adalah:

1. Pelayanan *mobile banking* akan membentuk kepuasan nasabah.
2. Nasabah selalu menggunakan layanan *mobile banking* dalam bertransaksi.
3. Kecepatan pelayanan *mobile banking* akan membentuk kepuasan nasabah.
4. Keamanan pelayanan *mobile banking* berpengaruh kepuasan nasabah.
5. Keakurasian pelayanan *mobile banking* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.
6. Kepercayaan *mobile banking* akan membentuk kepuasan nasabah.

E. Hipotesis Penelitian

Hipotesis penelitian merupakan jawaban sementara terhadap masalah penelitian yang kebenarannya masih harus di uji secara empiris. Hipotesis adalah jawaban terhadap masalah peneliti yang secara teoritis dianggap paling mungkin dan paling tinggi tingkat kebenarannya.¹⁷ Adapun hipotesis dalam penelitian ini, yaitu:

H₁ : terdapat pengaruh kecepatan layanan *mobile banking* terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Sumenep.

H₂ : terdapat pengaruh keamanan layanan *mobile banking* terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Sumenep.

H₃ : terdapat pengaruh keakuratan layanan *mobile banking* terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Sumenep.

H₄ : terdapat pengaruh kepercayaan layanan *mobile banking* terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Sumenep.

H₀ : Tidak terdapat pengaruh layanan *mobile banking* terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Sumenep.

F. Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan berguna dan bermanfaat, baik manfaat secara akademis maupun secara praktis.

¹⁶ Tim Penyusun, *pedoman penulisan karya ilmiah*, (pamekasan, STAIN Pamekasan, 2015), 10.

¹⁷ *Ibid.*, 11.

1. Kegunaan Secara Akademis

a. Bagi IAIN Madura

Dapat menjadi tambahan sumber referensi perpustakaan khususnya dalam bidang Perbankan Syariah di IAIN Madura, dan sebagai tambahan informasi dan wawasan bagi mahasiswa/i serta menjadi acuan mahasiswa/i lainnya dalam penelitian selanjutnya.

b. Bagi peneliti

Sebagai syarat kelulusan jenjang S1 kemudian penambahan ilmu dan sebagainya.

c. Bagi Peneliti Lanjutan

Hasil penelitian ini dapat dijadikan acuan atau bahan referensi dalam penelitian lanjutan

2. Kegunaan Secara Praktis

a. Bagi Nasabah BSI KCP Sumenep

Untuk dijadikan acuan dalam keputusan pembelian untuk nasabah, dan mengetahui seberapa besar pengaruh *mobile banking* terhadap kepuasan nasabah dalam bertransaksi di Bank Syariah Indonesia KCP Sumenep, sehingga dapat dijadikan bahan evaluasi. Manfaat praktis lainnya untuk meningkatkan kepuasan nasabah.

G. Ruang Lingkup Penelitian

1. Ruang Lingkup Variabel

Variable adalah konsep yang mempunyai bermacam-macam nilai. fenomena secara abstrak yang dibentuk dengan jalan membuat generalisasi terhadap suatu yang khas merupakan gambaran dari suatu konsep. Dengan cara memusatkan pada aspek tertentu dari variable itu sendiri maka konsep bisa dirubah menjadi variabel dalam model matematik yang dinyatakan dalam huruf misalnya huruf X atau Y.¹⁸ Dalam penelitian ini melibatkan beberapa variabel yaitu independen/bebas (X) dan variabel dependen/terikat (Y). Variabel Independen/bebas (X) dalam penelitian ini adalah layanan *mobile banking*. Dimana layanan *mobile banking* terdiri dari empat sub variabel diantaranya yaitu kecepatan (X1), keamanan (X2), keakuratan (X3) dan keercayaan (X4). Sedangkan variabel dependen/terikat (Y) dalam penelitian ini adalah kepuasan nasabah. Variabel yang diteliti sebagai berikut:

a. Layanan *Mobile Banking* (Variabel X):

¹⁸ Moh Nazir, *metode penelitian* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2014), hlm.107.

M-banking diartikan suatu inovasi yang dibuat dalam tiga teknologi yaitu SMA (*Short Messaging System*), browser dan aplikasi untuk software pada telepon genggam nasabah (*smartphone*). *M-banking* akan memudahkan dalam melakukan transaksi pembayaran, melihat informasi saldo, maupun transfer antar rekening dan bank.¹⁹ Adapun dimensi layanan *M-banking* terdiri dari:

1). Kecepatan (X1)

Kecepatan merupakan bagian dari kualitas pelayanan atau *servqual*. *Servqual* mampu mencapai pertumbuhan minat dengan cepat karena dibangun dengan pondasi bahwa penilaian konsumen mengenai kualitas layanan adalah sangat penting dan sangat diutamakan, penggunaan *mobile banking* terus meningkat karena nasabah bank mulai mengenal dan terbiasa dengan layanan ini dibandingkan dengan tahun-tahun awal diadopsinya layanan *mobile banking*. Kecepatan menjadi daya tarik layanan ini. Antusiasme nasabah untuk menggunakan layanan *mobile banking* sudah tumbuh dan terdapat banyak factor yang mempengaruhi nasabah untuk menggunakannya, mulai dari fasilitas kemudahan bertransaksi, manfaat yang didapat, layanan yang cepat dan memuaskan, sampai dengan berbagai factor lainnya. Kemudahan nasabah dalam menggunakan layanan *Mobile Banking* yang terdiri dari beberapa indikator sebagai berikut:

- a) Hemat waktu
- b) Kecepatan akses layanan²⁰

2). Keamanan (X2)

Keamanan adalah persepsi nasabah terhadap kemampuan bank untuk melindungi informasi personal yang didapat dari transaksi elektronik terhadap pengguna yang tidak berwenang. Keamanan transaksi elektronik membuat nasabah merasa yakin bahwa kerahasiaan data pribadinya terjamin saat bertransaksi melalui *mobile banking*. Keamanan data merupakan hal yang penting diperhatikan dalam menggunakan layanan *mobile banking*. Dalam transaksi online, resiko hilangnya kerahasiaan merupakan factor signifikan yang mempengaruhi kepercayaan dan penggunaan. Kekhawatiran utama bagi pengguna *mobile banking* atau transaksi

¹⁹ Andika febrianta dan indrawati “Pengaruh kualitas layanan mobile banking terhadap kepuasan nasabah Bank BCA di kota bandung” e-proceeding of management: Vol.3, No. 3, Desember 2016, 281.

²⁰ Jeffry Z.C Nelwan, SP., MM. dkk. *Layanan internet banking dan mobile banking di Bank KB Bukopin*, (kota bandung-jawa barat: media sains Indonesia, 2021), 6.

berbasis online tertelat pada kurangnya pengendalian terhadap kerahasiaan informasi yang mengakibatkan penyalahgunaan data pribadi.²¹

Pihak penyedia layanan *mobile banking* harus dapat menjamin keamanan data nasabah. Bank harus menyediakan teknologi keamanan data yang sesuai standar, sehingga data pelanggan tidak dapat dicuri dan disalahgunakan oleh orang yang tidak bertanggung jawab. Keamanan merupakan suatu cara atau tindakan yang digunakan untuk menjaga kerahasiaan setiap nasabah. Di zaman yang semakin modern ini dan teknologi dapat secara gampang diakses oleh siapapun maka juga akan berdampak pula pada tingkat kejahatan di internet, yaitu jaminan kerahasiaan dalam setiap layanan *mobile banking* yang terdiri dari beberapa indikator sebagai berikut:

- a) Aman dalam menggunakan *mobile banking*
- b) Menjaga kerahasiaan data nasabah²²

3). Keakuratan (X3)

Keakuratan yaitu ketepatan dalam memperoleh informasi mengenai *mobile banking*. Keakuratan dalam layanan *mobile banking* sangat di perlukan dalam mengakses informasi secara online. Akurat merupakan suatu informasi harus bebas dari kesalahan-kesalahan dan tidak menyesatkan, akurat juga berarti informasi harus jelas mencerminkan maksudnya, informasi harus akurat karena kemungkinan banyak terjadi gangguan (*noise*) yang dapat mengubah atau merusak informasi dari sumber informasi sampai ke penerima informasi. Keakuratan informasi disini masuk dalam kualitas informasi, kualitas informasi sendiri adalah tingkat dimana informasi memiliki karakteristik isi, bentuk, dan waktu, yang memberikannya nilai bagi para pemakai akhir tertentu.²³ Ketepatan dan keakuratan informasi yang diperoleh mengenai *mobile banking* yang terdiri dari beberapa indikator sebagai berikut:

- a) Kesesuaian informasi yang didapat
- b) Ketepatan pesan konfirmasi yang diterima.²⁴

4).kepercayaan (X4)

²¹ Hadi, S. & Novi, N. (2015). Factor-faktor yang mempengaruhi penggunaan layanan mobile banking. *Optimum: Jurnal Ekonomi Dan Pembangunan*, 5(1), 55-65.

²² Ibid.

²³ Azhar Susanto, *system informasi manajemen: konsep dan pengembangannya*, (Bandung: Linggar Jaya:2004), hal.40.

²⁴ Aditya, *pemasaran*, 276.

Kepercayaan adalah suatu tindakan dimana seseorang atau nasabah percaya terhadap layanan yang mereka gunakan. Kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan artinya bahwa nasabah percaya akan simpanan di bank karena aman, terjamin, karyawan bank yang handal, dan dapat menyelesaikan masalah dengan cepat, jika tingkat kepercayaan itu positif maka secara langsung tingkat kepuasan nasabah akan naik.²⁵ Menurut women dan minor kepercayaan adalah semua pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen tentang objek, atribut dan manfaatnya. Ketika konsumen sudah percaya terhadap produk atau jasa maka konsumen tidak akan mudah mengganti produk atau jasa tersebut dengan produk lain.

Ada enam definisi kepercayaan sebagai berikut: (1) kepercayaan adalah keyakinan bahwa kata atau janji seseorang dapat dipercaya dan seseorang akan memenuhi kewajibannya dalam sebuah hubungan pertukaran, (2) kepercayaan akan terjadi apabila seseorang memiliki kepercayaan diri dalam sebuah pertukaran dengan mitra yang memiliki integritas dan dapat dipercaya, (3) kepercayaan adalah kemauan seseorang untuk peka terhadap tindakan orang lain berdasarkan harapan bahwa orang lain akan melakukan tindakan tertentu pada kemampuannya untuk mengawasi dan mengendalikannya, (4) kepercayaan adalah wilayah psikologis yang merupakan perhatian atau perilaku yang baik dari orang lain., (5) kepercayaan adalah kemauan untuk membuat dirinya peka pada tindakan yang diambil oleh orang yang dipercayainya berdasarkan pada rasa kepercayaan dan tanggung jawab (6) kepercayaan adalah penilain hubungan seseorang dengan orang lain yang akan melakukan transaksi tertentu menurut harapan orang kepercayaan dalam suatu lingkungan yang penuh ketidakpastian.²⁶

Kepercayaan ini dapat terwujud jika apa yang dikatakan oleh pihak perbankan tentang layanan *mobile banking* adalah benar adanya dan tidak ada unsur penipuan didalamnya, yaitu keyakinan atau rasa percaya nasabah terhadap bank dimana dilakukannya layanan *mobile banking*.²⁷

b. Kepuasan nasabah (Y)

²⁵ Sri Nawangsari, Retno Widiastuti, "Analisis Pengaruh kualitas layanan, kepercayaan, dan layanan *mobile banking* terhadap kepuasan nasabah bank (studi kasus pada PT Bank DKI Depok)" Sebatik: vol.3, No. 3, Desember 2010,112.

²⁶ Yusnani, "pengaruh kualitas layanan *internet banking* terhadap kepuasan dan loyalitas konsumen pada bank swasta", Jurnal Dinamika Akuntansi. No. 1, vol2(2010), hal.5.

²⁷ Aditya Wardhana, A, "Pengaruh kualitas layanan *mobile banking (M-Banking)* terhadap kepuasan nasabah di Indonesia", dalam DeReMa Jurnal Manajemen, diakses pada 13 oktober 2020.

Nasabah merupakan fokus utama dalam pembahasan mengenai kepuasan dan kualitas jasa. Oleh karena itu, nasabah memegang peranan cukup penting dalam mengukur kepuasan terhadap produk maupun pelayanan yang diberikan bank. Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya. Kepuasan merupakan fungsi dari persepsi /kesan atas kinerja dan harapan. Jika kinerja berada dibawah harapan, nasabah tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, nasabah puas. Jika kinerja melebihi harapan, nasabah sangat puas, senang atau gembira.

Banyak kepuasan memfokuskan pada kepuasan tinggi karena para nasabah yang kepuasannya hanya sedikit dapat untuk berubah pikiran bila mendapat tawaran yang lebih baik. Sedangkan nasabah amat puas lebih susah untuk mengubah pilihannya. Kepuasan yang tinggi akan menciptakan kedekatan emosional terhadap produk tertentu. Sehingga diperoleh kesetiaan nasabah yang tinggi. Untuk menciptakan kepuasan nasabah, bank harus menciptakan dan mengelola suatu system untuk memperoleh nasabah yang lebih banyak dan kemampuan untuk mempertahankan nasabahnya.

Pencapaian kepuasan nasabah dapat ditingkatkan dengan beberapa pendekatan:

- Memperkecil kesenjangan-kesenjangan yang terjadi antara pihak manajemen dan nasabah.
- Bank harus mampu membangun komitmen bersama untuk menciptakan visi didalam perbaikan proses pelayannya.
- Memberi kesempatan kepada nasabah untuk menyampaikan keluhan.
- Mengembangkan dan menerapkan dengan cara bank menghubungi nasabah setelah proses pelayanan terjadi untuk mengetahui kepuasan dan harapan nasabah.²⁸

Adapun indikator dari kepuasan adalah sebagai berikut:

- 1) Kesesuaian harapan
- 2) Minat bertransaksi kembali
- 3) Kesiediaan merekomendasikan

²⁸ Kurniati karim “*Aspek kepuasan nasabah berdasarkan kualitas jasa perbankan*” { Surabaya: CV. Jakad Media Publising), 2020,32-33.

2. Ruang Lingkup Lokasi

Adapun lokasi penelitian yang menjadi objek penelitian bertempat di Bank Syariah Indonesia KCP Sumenep, Alamat: JL. Diponegoro No.63 Kabupaten Sumenep. Dan data yang menjadi sumber penelitian ini adalah data angket yang diisi oleh nasabah BSI sumenep yang menggunakan layanan *mobile banking*.

H. Definisi Istilah

Untuk menghindari kesalahpahaman tentang maksud dari judul penelitian “Pengaruh Layanan *Mobile Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Bertransaksi di Bank Syariah Indonesia KCP Sumenep”, sehingga mendapat gambaran yang jelas tentang dan memahami penelitian ini, definisi istilah yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

1. Layanan merupakan perihal atau cara melayani, usaha melayani kebutuhan orang lain, jasa yang diberikan kepada orang lain dalam rangka memenuhi kebutuhannya.²⁹
2. Kepuasan merupakan penilaian seseorang tentang kinerja produk maupun jasa, atau hasil dalam kaitannya dengan ekspektasi. Kepuasan nasabah yaitu respon nasabah terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan setelah pemakaiannya.³⁰
3. Kecepatan merupakan bagian dari kualitas pelayanan atau *servqual*. *Servqual* mampu mencapai pertumbuhan minal dengan cepat karena dibangun dengan pondasi bahwa penilaian konsumen mengenai kualitas layanan adalah sangat penting dan sangat diutamakan.
4. Keamanan merupakan suatu cara atau tindakan yang digunakan untuk menjaga kerahasiaan setiap nasabah. Di zaman yang semakin modern ini dan teknologi dapat secara gampang diakses oleh siapapun maka juga akan berdampak pula pada tingkat kejahatan di internet.
5. Keakuratan yaitu ketepatan dalam memperoleh informasi mengenai *mobile banking*. Keakuratan dalam layanan *mobile banking* sangat di perlukan dalam mengakses informasi secara online.
6. Kepercayaan adalah suatu tindakan dimana seseorang atau nasabah percaya terhadap layanan yang mereka gunakan. Kepercayaan ini dapat terwujud jika apa yang dikatakan oleh pihak perbankan tentang layanan *mobile banking* adalah benar adanya dan tidak ada unsur penipuan didalamnya.

²⁹ <https://kbbi.web.id/pelayanan> (diakses pada tanggal 23 september 2022, pukul 16.25 WIB).

³⁰ Donni Juni Priansa, *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*, (Bandung: Alfabeta, 2016), 197.

7. Nasabah merupakan seorang yang berhubungan dengan kegiatan bank baik itu meminjam atau menabung (dalam hal keuangan).³¹ Nasabah juga bisa dikatakan sebagai pihak yang menggunakan jasa lembaga perbankan atau non perbankan yang memanfaatkan jasa layanan seperti menyimpan, menabung, serta meminjam dana.

I. Kajian Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu bertujuan untuk mendapatkan bahan perbandingan dan acuan. Selain itu, untuk menghindari anggapan kesamaan dengan penelitian ini. Serta digunakan sebagai pedoman dalam pemecahan masalah. Berikut adalah hasil-hasil penelitian terdahulu:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Sri Imelda dan Hikmayanti huwaida pada tahun 2019 tentang “Pengaruh kualitas layanan *mobile banking* terhadap kepuasan nasabah pada bank BRI KCP kayu tangi Banjarmasin”. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif, dengan *purposive sampling* diperoleh sebanyak 100 responden, teknik analisis data menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: secara simultan kualitas layanan *mobile banking* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah secara persial tangible dan assurance berpengaruh positif tidak signifikan, *reliability* dan *emphaty* berpengaruh positif signifikan, dan *responsiveness* berpengaruh negative tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah, pengaruh yang paling dominan adalah *variabel emphaty*.³²
2. Penelitian yang dilakukan oleh Yulisa Saptawati pada tahun 2018 tentang “Pengaruh persepsi kemudahan, keamanan, dan manfaat *mobile banking* terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Cabang Bulukamba”. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penlitian kuantitatif, hasil penelitian menunjukkan bahwa (a) variabel kemudahan, keamanan dan manfaat secara persial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan *mobile banking*, (b) variabel kemudahan, keamanan dan manfaat secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan *mobile banking*, (c) variabel “kemudahan” adalah variable yang paling dominan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan *mobile banking*.³³

³¹ <https://kbbi.web.id/nasabah> (diakses pada tanggal 23 september 2022, pukul 16.29 WIB).

³² Sri Imelda, hikmayanti huwaida, “pengaruh kualitas layanan *M-Banking* terhadap kepuasaan nasabah pada bank BRI KCP Kayu Tangi Banjarmasin,” *Jurnal intekna* 19,no 4 (2019):101.

³³ Yulisa Saptawati “Pengaruh persepsi kemudahan, keamanan, dan manfaat *Mobile banking* terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Cabang Bulukamba” (Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Nobel Indonesia, Makassar, 2018),5.

3. Penelitian yang dilakukan Yeni Dwinurpitasari pada tahun 2019 tentang “Pengaruh kualitas layanan dan produk *mobile banking* terhadap kepuasan nasabah pada BRI Syariah KCP Ponorogo”. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif, Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan *mobile banking* berpengaruh signifikan. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji t yang memperoleh nilai sig untuk variabel kualitas layanan *mobile banking* sebesar $0,000 < 0,05$ ($\text{sig} < \alpha = 5\%$). Kualitas produk *mobile banking* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah, hal ini dibuktikan dengan hasil uji t yang memperoleh nilai sig untuk variabel kualitas produk *mobile banking* sebesar $0,004 < 0,05$ ($\text{sig} < \alpha = 5\%$). Kualitas layanan dan kualitas produk *mobile banking* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada BRI Syariah KCP Ponorogo. Hal ini dibuktikan dengan uji F yang memperoleh nilai sig sebesar $0,000 < 0,05$ ($\text{sig} < \alpha = 5\%$).³⁴

Tabel 1.1

Perbedaan Dan Persamaan Penelitian terdahulu Dengan peneliti

Identitas	Judul	Hasil penelitian	Perbedaan	persamaan
Sri Imelda, Hikmayanti Huwaida (2019)	Pengaruh kualitas layanan <i>mobile banking</i> terhadap kepuasan nasabah pada Bank BRI KCP kayu tangi banjarmasin	Hasil penelitian menunjukkan bahwa: secara simultan kualitas layanan <i>mobile banking</i> berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah secara <i>persial tangible</i> dan <i>assurance</i> berpengaruh positif tidak signifikan, <i>reability</i> dan <i>emphaty</i> berpengaruh positif	Perbedaannya terletak pada objek penelitian	Persamaannya adalah variabel yang digunakan sama-sama variabel <i>mobile banking</i> dan kepuasan nasabah. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif

³⁴ Yeni Dwinurpitasari, “pengaruh kualitas layanan dan produk *mobile banking* terhadap kepuasan nasabah pada BRI Syariah KCP Ponorogo” (Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, Jawa Timur, 2019), 2.

		signifikan, dan <i>responsiveness</i> berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah, pengaruh yang paling dominan adalah <i>variabel empathy</i>		
Yulisa saptawati (2018)	Pengaruh persepsi kemudahan, keamanan dan manfaat <i>mobile banking</i> terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Cabang Bulukamba	Hasil penelitian dalam skripsi ini menunjukkan bahwa (a) variabel kemudahan, keamanan, dan manfaat secara persial dan simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan <i>mobile banking</i> , (b) variabel “kemudahan” adalah variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan <i>mobile banking</i>	Perbedaannya terletak pada objek penelitian	Persamaannya adalah variabel yang digunakan sama-sama variabel <i>mobile banking</i> dan kepuasan nasabah metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif

<p>Yeni Anda Dwinurpitasari (2019)</p>	<p>Pengaruh kualitas layanan dan produk <i>m-banking</i> terhadap kepuasan nasabah pada BRI Syariah KCP Ponorogo</p>	<p>Hasil uji t yang memperoleh nilai sig untuk variabel kualitas layanan <i>mobile banking</i> sebesar $0,000 < 0,05$ ($\text{sig} < \alpha = 5\%$). Kualitas produk layanan <i>mobile banking</i> berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah, hal ini dibuktikan dengan hasil uji t yang memperoleh nilai sig untuk variabel kualitas produk <i>mobile banking</i> sebesar $0,004 < 0,05$ ($\text{sig} < \alpha = 5\%$). Kualitas layanan dan kualitas produk <i>mobile banking</i> secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada BRI Syariah KCP ponorogo. Hal ini dibuktikan dengan uji f</p>	<p>Perbedaannya terletak pada objek penelitian</p>	<p>Persamaannya adalah variabel yang digunakan sama-sama variabel layanan <i>mobile banking</i> dan kepuasan nasabah. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif.</p>
--	--	--	--	--

		yang memperoleh nilai sig sebesar 0,000 < 0,05 (sig < α = 5%).		
--	--	---	--	--