

SKRIPSI

**ANALISIS TINGKAT KEPUASAN NASABAH
PENGGUNA *MOBILE BANKING* BANK ACEH
SYARIAH DI KOTA BANDA ACEH**



Disusun Oleh :

**RIAZUL KHAIRATI
NIM. 170603004**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
BANDA ACEH
2022 M / 1443 H**

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertandatangan di bawah ini

Nama : Riazul Khairati
NIM : 170603004
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dengan ini menyatakan bahwa dalam penulisan skripsi ini, saya:

- 1. Tidak menggunakan ide orang lain tanpa mampu mengembangkan dan mempertanggungjawabkan.*
- 2. Tidak melakukan plagiasi terhadap naskah karya orang lain.*
- 3. Tidak menggunakan karya orang lain tanpa menyebutkan sumber asli atau tanpa izin pemilik karya.*
- 4. Tidak melakukan manipulasi dan pemalsuan data.*
- 5. Mengerjakan sendiri karya ini dan mampu bertanggungjawab atas karya ini.*

Bila di kemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan telah melalui pembuktian yang dapat dipertanggungjawabkan dan ternyata memang ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini, maka saya siap untuk dicabut gelar akademik saya atau diberikan sanksi lain berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Banda Aceh, 3 Januari 2022

Yang Menyatakan,



Riazul Khairati

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Ar-Raniry Banda Aceh
Sebagai Salah Satu Beban Studi Untuk Menyelesaikan
Program Studi Perbankan Syariah

Dengan Judul:

**Analisis Tingkat Kepuasan Nasabah Pengguna *Mobile Banking*
Bank Aceh Syariah Di Kota Banda Aceh**

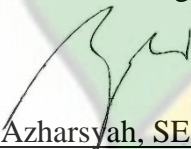
Disusun Oleh:

Riazul Khairati
NIM. 170603004

Disetujui untuk disidangkan dan dinyatakan bahwa isi dan
formatnya telah memenuhi syarat penyelesaian studi pada
Perbankan Syariah

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh

Pembimbing I,



Dr. Azharsyah, SE., Ak., M.S.O.M
NIP. 197811122005011003

Pembimbing II,



Isnaliana. S. HI., MA
NIDN. 20290990003

Mengetahui
Ketua Program Studi Perbankan Syariah,



Dr. Nevi Hasnita, S.Ag., M.Ag
NIP. 197711052006042003

PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

ANALISIS TINGKAT KEPUASAN NASABAH PENGGUNA *MOBILE BANKING* BANK ACEH SYARIAH DI KOTA BANDA ACEH

Riazul Khairati
NIM. 170603004

Telah Disidangkan Oleh Dewan Penguji Skripsi Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh
dan Dinyatakan Lulus Serta Diterima Sebagai Salah Satu Syarat Untuk
Menyelesaikan Program Studi Strata Satu (S-1) dalam Bidang
Perbankan Syariah

Pada Hari/Tanggal: Senin, 3 Januari 2022 M
1 Jumadil Akhir 1443 H

Dewan Penguji Sidang Skripsi

Ketua

Dr. Azharsyah, SE., Ak., M.S.O.M
NIP. 197811122005011003

Sekretaris

Inaliana, S. HI., MA
NIDN. 20290990003

Penguji I

Dr. Hafas Furqani, M.Ec.
NIP. 198006252009011009

Penguji II

Rika Mulia, MBA
NIP. 198906032020122013



Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bsnis Islam
UIN Ar-Raniry banda Aceh

Dr. Zaki Fuad, M.Ag
NIP. 196403141992031003



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
BANDA ACEH

UPT. PERPUSTAKAAN

Jl. Syekh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh

Telp. 0651-7552921, 7551857, Fax. 0651-7552922

Web: www.library.ar-raniry.ac.id Email: library@ar-raniry.ac.id

**FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH
MAHASISWA UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama Lengkap : Riazul Khairati

NIM : 170603004

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah

E-mail : riazul.khairati17@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry Banda Aceh, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah:

Tugas Akhir KKU Skripsi

Yang berjudul:

Analisis Tingkat Kepuasan Nasabah Pengguna *Mobile Banking* Bank Aceh Syariah Di Kota Banda Aceh

Beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini, UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh berhak menyimpan, mengalih-media formatkan, mengelola, mendiseminasikan, dan mempublikasikannya di internet atau media lain.

Secara *fulltext* untuk kepentingan akademik tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis, pencipta dan atau penerbit karya ilmiah tersebut.

UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh akan terbebas dari segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

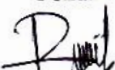
Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Banda Aceh


Pada tanggal : 13 Januari 2022

Mengetahui,


Penulis


Riazul Khairati
170603004

Pembimbing I


Dr. Azharyah, SE., Ak., M.S.O.M
NIP.197811122005011003

Pembimbing II


Isnaliana, S. HI., MA
NIDN.20290990003

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah, segala puji dan syukur kami panjatkan kehadirat Allah SWT, sang pencipta alam semesta, manusia dan kehidupan serta seperangkat aturanNya. Berkat limpahan rahmat, taufiq dan hidayah atas jalan kemudahan yang diberikanNya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi penelitian yang berjudul **“Analisis Tingkat Kepuasan Nasabah Pengguna Mobile Banking Bank Aceh Syariah Di Kota Banda Aceh.**

Shalawat dan salam tak lupa pula kita sanjung sajian kepangkuan Nabi besar Muhammad SAW yang telah membawa ummat manusia dari alam jahilliyah ke alam yang penuh ilmu pengetahuan. Dalam penulisan skripsi ini, penulis menyadari tidak mudah menyelesaikan skripsi ini tanpa adanya dukungan, bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Zaki Fuad M.Ag, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
2. Dr. Nevi Hasnita S.Ag., M.Ag., selaku Ketua Program dan Ayumiati SE.,M.Si. selaku sekretaris program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
3. Dr. Azharyah, SE., AK, M.S.O.M selaku penasehat akademik serta pembimbing I dan Isnaliana, S.HI., MA

selaku pembimbing II yang telah bersedia memberi waktu dan ilmu dalam membimbing saya, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

4. Muhammad Arifin, Ph.D selaku Ketua Laboratorium Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
5. Dr. Hafas Furqani, M. Ec selaku penguji I dan Rika Mulia, MBA selaku penguji II yang telah memberikan banyak masukan dan saran untuk kesempurnaan skripsi ini.
6. Seluruh responden yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk dapat mengisi kuesioner penelitian.
7. Orang Tua beserta keluarga yang selalu mendoakan dan memberi dukungan semangat kepada saya dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, maka dari itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membantu untuk skripsi ini menjadi lebih baik dan bermanfaat bagi pembaca.

Banda Aceh, 3 Januari 2022
Penulis,

Riazul Khairati

TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri P dan K
Nomor: 158 Tahun 1987–Nomor: 0543 b/u/1987

1. Konsonan

No	Arab	Latin	No	Arab	Latin
1	ا	Tidak dilambangkan	16	ط	Ṭ
2	ب	B	17	ظ	Ẓ
3	ت	T	18	ع	‘
4	ث	Ṣ	19	غ	G
5	ج	J	20	ف	F
6	ح	Ḥ	21	ق	Q
7	خ	Kh	22	ك	K
8	د	D	23	ل	L
9	ذ	Ẓ	24	م	M
10	ر	R	25	ن	N
11	ز	Z	26	و	W
12	س	S	27	ه	H
13	ش	Sy	28	ع	‘
14	ص	Ṣ	29	ي	Y
15	ض	Ḍ			

2. Vokal

Vokal Bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin
◌َ	<i>Fathah</i>	A
◌ِ	<i>Kasrah</i>	I
◌ُ	<i>Dammah</i>	U

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf, yaitu:

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf
◌َ يَ	<i>Fathah</i> dan ya	Ai
◌َ وَ	<i>Fathah</i> dan wau	Au

Contoh:

كيف : *kaifa*

هول : *hau-la*

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan tanda
اَ / اِ	<i>Fathah</i> dan <i>alif</i> atau <i>ya</i>	Ā
اِ	<i>Kasrah</i> dan <i>ya</i>	Ī
اُ	<i>Dammah</i> dan <i>wau</i>	Ū

Contoh:

قَالَ : *qāla*

رَمَى : *ramā*

قِيلَ : *qīla*

يَقُولُ : *yaqūlu*

4. Ta Marbutah (ة)

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua.

a. Ta *marbutah* (ة) hidup

Ta *marbutah* (ة) yang hidup atau mendapat harkat *fathah*, *kasrah* dan *dammah*, transliterasinya adalah t.

b. Ta *marbutah* (ة) mati

Ta *marbutah* (ة) yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah h.

c. Kalau pada suatu kata yang akhir katanya ta *marbutah* (ة) diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta *marbutah* (ة) itu ditransliterasikan dengan h.

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ : *rauḍah al-atfāl/ rauḍatul atfāl*

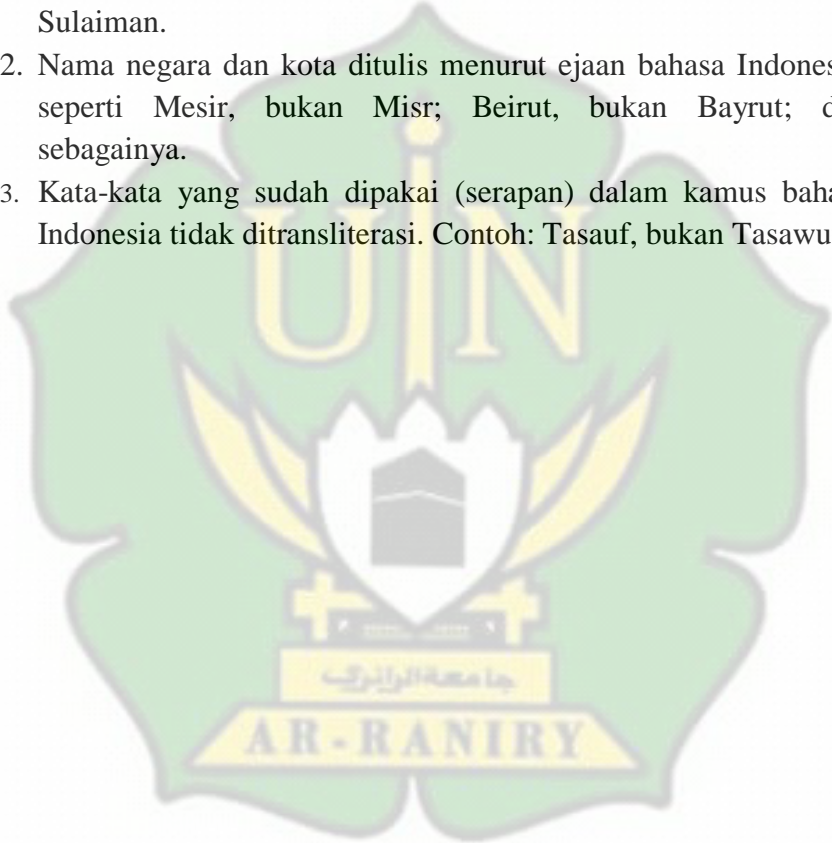
الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ : *al-Madīnah alMunawwara/
alMadīnatulMunawwarah*

طَلْحَةَ : *Talḥah*

Catatan:

Modifikasi

1. Nama orang berkebangsaan Indonesia ditulis seperti biasa tanpa transliterasi, seperti M. Syuhudi Ismail, sedangkan nama-nama lainnya ditulis sesuai kaidah penerjemahan. Contoh: Ḥamad Ibn Sulaiman.
2. Nama negara dan kota ditulis menurut ejaan bahasa Indonesia, seperti Mesir, bukan Misr; Beirut, bukan Bayrut; dan sebagainya.
3. Kata-kata yang sudah dipakai (serapan) dalam kamus bahasa Indonesia tidak ditransliterasi. Contoh: Tasauf, bukan Tasawuf.



ABSTRAK

Nama Mahasiswa : Riazul Khairati
NIM : 170603004
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Analisis Kepuasan Nasabah Pengguna *Mobile Banking Action* di Kota Banda Aceh
Pembimbing I : Dr. Azharsyah, SE., AK, M.S.O.M
Pembimbing II : Isnaliana, S. HI., MA

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kepuasan nasabah pengguna *Mobile Banking Action* di kota Banda Aceh. Metode analisis data menggunakan kuantitatif deskriptif dan instrumen yang digunakan yaitu angket dengan pernyataan menggunakan skala likert yang diolah dengan SPSS versi 22, dengan sampel sebanyak 100 responden yaitu nasabah pengguna *Mobile Banking Action* di kota Banda Aceh. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan nasabah pengguna *Mobile Banking Action* di Kota Banda Aceh sudah relatif sangat puas. Hal ini dapat dilihat berdasarkan hasil penelitian bahwa banyaknya tanggapan kepuasan yang tinggi dari jawaban responden, dari segi kualitas produk dengan nilai rata-rata 3,85 atau 87,77 %, kualitas layanan 4,98 atau 87,27 %, kemudahan penggunaan 4,47 atau 89,45%, dan keamanan dengan nilai rata-rata 4,48 atau 90,6%.

Kata kunci: *Tingkat kepuasan, Mobile Banking Action.*

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN	iii
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI	iv
PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI	v
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN ...	ix
ABSTRAK.....	xiii
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Manfaat Penelitian.....	12
1.5 Sistematika Penulisan.....	13
BAB II LANDASAN TEORI.....	15
2.1 Pengertian Kepuasan	15
2.2 Manfaat Kepuasan	18
2.3 Strategi Kepuasan	19
2.4 Pengukuran Kepuasan Nasabah	21
2.5 Faktor-Faktor Kepuasan Nasabah	24
2.6 Kualitas Produk	25
2.6.1 Indikator Kualitas Produk	26
2.7 Kualitas Layanan	27
2.7.1 Indikator Kualitas Layanan	29
2.8 Kemudahan Penggunaan	30
2.8.1 Indikator Kemudahan Penggunaan	30
2.9 Keamanan.....	31
2.9.1 Indikator Keamanan.....	32
2.10 Teknologi Perbankan.....	33

2.10.1 Indikator Manfaat Penggunaan Teknologi	34
2.11 Mobile Banking	35
2.11.1 Keunggulan dan Kelemahan <i>Mobile Banking</i>	37
2.12 Penelitian Terkait	39
2.13 Kerangka Pemikiran	50
BAB III METODE PENELITIAN.....	52
3.1 Jenis Penelitian	52
3.2 Sumber Data	52
3.3 Teknik Pengumpulan Data	53
3.3.1 Angket	53
3.4 Populasi dan Sampel	54
3.4.1 Populasi	54
3.4.2 Sampel.....	54
3.5 Skala Pengukuran	57
3.6 Operasional Variabel	58
3.7 Metode Analisis Data	54
3.8 Pengujian Instrumen Penelitian.....	63
3.8.1 Uji Validitas	63
3.8.2 Uji Reliabilitas	63
3.9 Analisis Statistik Deskriptif	64
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	67
4.1 Gambaran Umum <i>Mobile Banking Action Bank Aceh Syariah</i>	67
4.2 Cara Regristrasi <i>Mobile Banking Action</i>	67
4.3 Fitur-Fitur Yang Tersedia Pada Aplikasi <i>Mobile Banking Action</i>	68
4.4 Cara Mengaktifkan Fitur	69
4.4.1 Limit Transaksi <i>Mobile Banking Action</i>	69
4.4.2 Jenis Rekening Yang Dapat Melakukan Registrasi Aplikasi <i>Mobile Baking Action</i>	69
4.4.3 Jenis Rekening Yang Tidak Dapat Melakukan Registrasi Aplikasi <i>Mobile Banking Action</i>	70
4.5 Karakteristik Responden	70
4.6 Uji Validitas dan Reliabilitas	74
4.6.1 Uji Validitas	74
4.6.2 Uji Reliabilitas	75

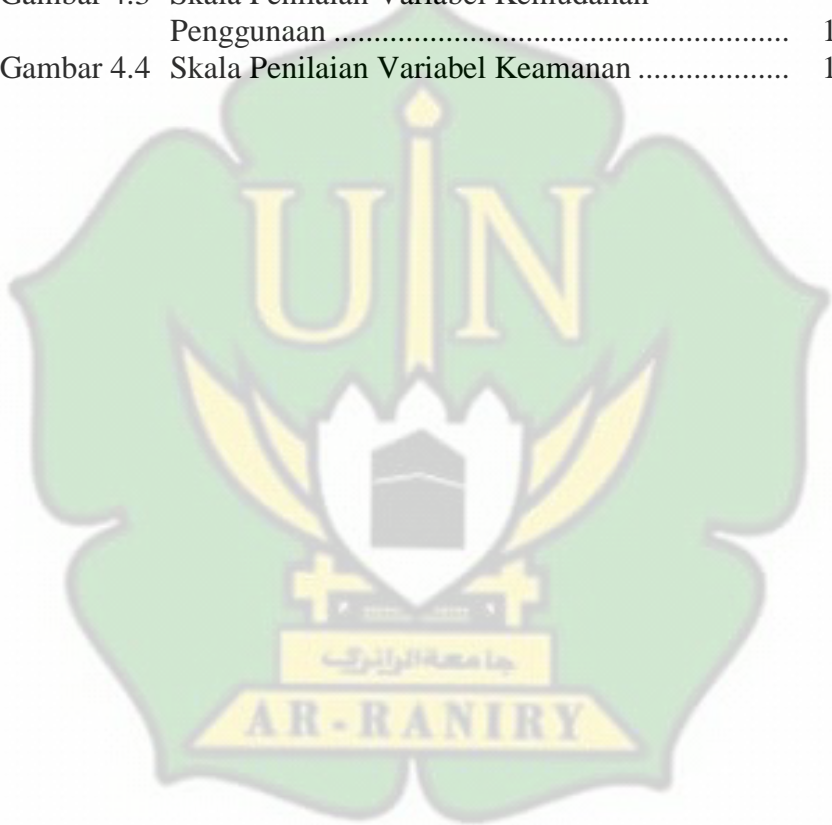
4.7 Analisis Deskriptif.....	76
4.7.1 Analisis Kepuasan Nasabah Bank Aceh Syariah di Kota Banda Aceh terhadap Penggunaan <i>Mobile Banking Action</i> dilihat dari Kualitas Produk	76
4.7.2 Analisis Kepuasan Nasabah Bank Aceh Syariah di Kota Banda Aceh terhadap Penggunaan <i>Mobile Banking Action</i> dilihat dari Kualitas Layanan	83
4.7.3 Analisis Kepuasan Nasabah Bank Aceh Syariah di Kota Banda Aceh terhadap Penggunaan <i>Mobile Banking Action</i> dilihat dari Kemudahan Penggunaan	89
4.7.4 Analisis Kepuasan Nasabah Bank Aceh Syariah di Kota Banda Aceh terhadap Penggunaan <i>Mobile Banking Action</i> dilihat dari Segi Keamanan	95
4.8 Pembahasan.....	101
4.8.1 Hasil Analisis Kepuasan Nasabah Pengguna <i>Mobile Banking Action</i> di Kota Banda Aceh dari Segi Kualitas Produk	101
4.8.2 Hasil Analisis Kepuasan Nasabah Pengguna <i>Mobile Banking Action</i> di Kota Banda Aceh dari Segi Kualitas Layanan	102
4.8.3 Hasil Analisis Kepuasan Nasabah Pengguna <i>Mobile Banking Action</i> di Kota Banda Aceh dari Segi Kemudahan Penggunaan.....	104
4.8.4 Hasil Analisis Tingkat Kepuasan Nasabah Pengguna <i>Mobile Banking Action</i> di Kota Banda Aceh dari Segi Keamanan.....	106
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	109
5.1 Kesimpulan.....	109
5.2 Saran	110
DAFTAR PUSTAKA	112
LAMPIRAN.....	116
DAFTAR RIWAYAT HIDUP PENULIS.....	142

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terkait.....	48
Tabel 3.1	Pengukuran Skala Likert.....	57
Tabel 3.2	Indikator Kualitas Produk.....	59
Tabel 3.3	Indikator Kualitas Layanan.....	60
Tabel 3.4	Indikator Kemudahan Penggunaan.....	60
Tabel 3.5	Indikator Keamanan.....	61
Tabel 3.6	Skala Jawaban Penilaian.....	64
Tabel 3.7	Skala Persentase (%)	65
Tabel 4.1	Karakteristik Responden	71
Tabel 4.2	Uji Validitas	74
Tabel 4.3	Uji Reliabilitas	76
Tabel 4.4	Kepuasan Nasabah Segi Kualitas Produk.....	78
Tabel 4.5	Persentase Kepuasan Nasabah Segi Kualitas Produk.....	81
Tabel 4.6	Kepuasan Nasabah Segi Kualitas Layanan.....	84
Tabel 4.7	Persentase Kepuasan Nasabah Segi Kualitas Layanan.....	87
Tabel 4.8	Kepuasan Nasabah Segi Kemudahan Penggunaan	90
Tabel 4.9	Persentase Kepuasan Nasabah Segi Kemudahan ..	93
Tabel 4.10	Kepuasan Nasabah Segi Keamanan.....	96
Tabel 4.11	Persentase Kepuasan Nasabah Segi Keamanan.....	98

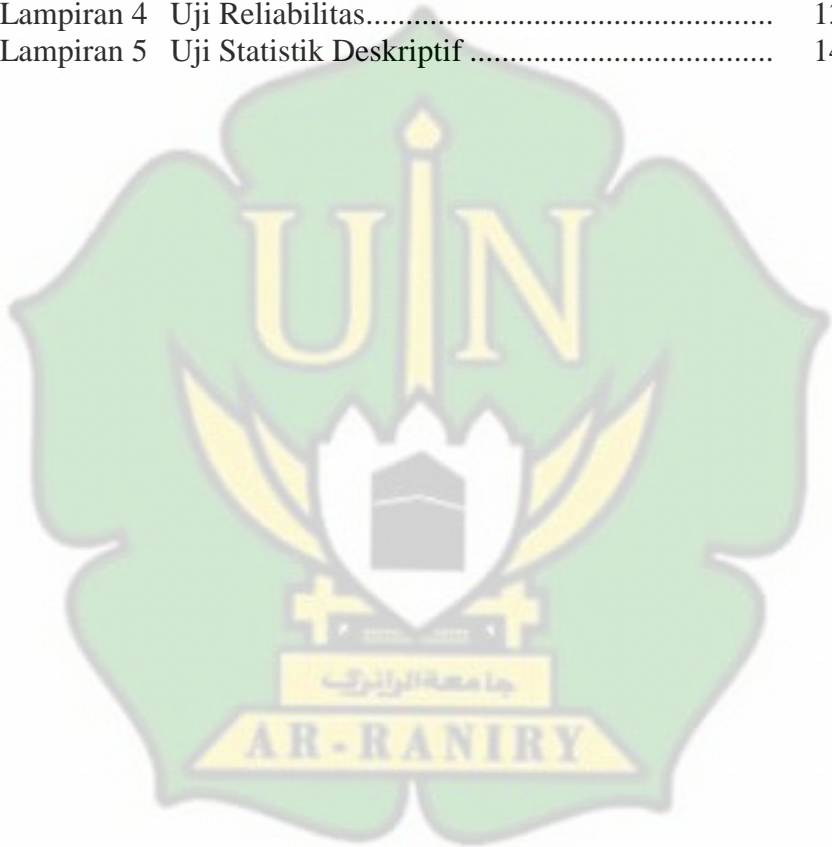
DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Berpikir	51
Gambar 3.1	Skala Ukuran Penilaian	65
Gambar 4.1	Skala Penilaian Variabel Kualitas Produk.....	102
Gambar 4.2	Skala Penilaian Variabel Kualitas Layanan	104
Gambar 4.3	Skala Penilaian Variabel Kemudahan Penggunaan	106
Gambar 4.4	Skala Penilaian Variabel Keamanan	108



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Angket Penelitian	116
Lampiran 2	Jawaban Responden	122
Lampiran 3	Uji Validitas	128
Lampiran 4	Uji Reliabilitas.....	139
Lampiran 5	Uji Statistik Deskriptif	140



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Di era globalisasi ini, banyaknya pengguna internet di Indonesia tidak dapat dipungkiri dapat mendorong negara lebih maju dan berkembang. Untuk saat ini internet merupakan media pertama di Indonesia untuk aktivitas transaksi dan bertukar informasi. Dalam industri perbankan, sistem teknologi juga dapat menarik nasabah melalui pelayanan yang baik, yaitu dengan memberikan kemudahan dan kenyamanan untuk melakukan transaksi secara online. Namun penilaian konsumen terhadap produk layanan tidak hanya layanan yang berkualitas dan ramah saja, tetapi juga pada fasilitas pendukung yang diberikan oleh bank, nasabah dapat dengan mudah dan nyaman bertransaksi serta merasa puas dengan layanan perbankan. Oleh karena itu, diperlukan suatu sistem yang dapat secara efisien dan praktis memenuhi segala kebutuhan.

Kemajuan teknologi informasi yang semakin pesat, saat ini sudah dapat dikatakan memasuki tahapan multi dimensi bahkan juga multi fungsi. Dengan perkembangan teknologi informasi menyebabkan kemajuan pada setiap bidang diantaranya bidang kesehatan, pendidikan, industri, ekonomi, termasuk pada bidang sistem pembayaran. Keadaan ini sudah seharusnya sebagai industri lembaga keuangan khususnya pada lembaga perbankan untuk dijadikan suatu tuntutan agar terus berinovasi dalam kegiatan usaha

perbankan, dan terus-menerus menyelaraskan perkembangan teknologi terhadap lembaga perbankan. Terutama sekali yang harus diperhatikan yaitu pada orientasi penggunaannya terhadap dunia perbankan dalam bertransaksi pada bank tersebut. Dan dalam meningkatkan layanan maupun penyediaan produk yang berkualitas juga harus diutamakan guna memberikan kepuasan bagi nasabah. Dewasa ini semakin diyakini bahwa kunci utama untuk memenangkan persaingan ialah dengan memberikan nilai dan kepuasan kepada nasabahnya, hal ini sangat penting untuk diperhatikan agar bank senantiasa kompetitif dan tidak tertinggal dari para kompetitornya (Yusmad, 2018).

Dalam perkembangan teknologi informasi memiliki sifat pengganda atau sering disebut dengan *multiplier*. Teknologi telah membawa dampak positif bagi perbankan yang dapat memberikan efisiensi dan efektivitas yang luar biasa bagi kebutuhan nasabahnya, bank tidak lagi sekedar menjadi tempat menyimpan uang maupun meminjam uang melainkan sudah menjadi pusat layanan lalu lintas keuangan bagi nasabah baik secara pribadi maupun bisnis. Hal tersebut menyebabkan teknologi sangat berperan penting bagi industri perbankan bukan hanya sekedar faktor pendukung saja, namun sudah menjadi faktor penentu pada bidang perbankan dalam hal menunjang perkembangannya. Bank yang dapat dengan baik memanfaatkan teknologi dalam mengedepankan pelayanan bagi nasabahnya cenderung akan lebih mudah mendorong bank tersebut untuk terus maju dan berkembang

pada jasa perbankan. Karena bank dapat menjadikan teknologi sebagai alat untuk mendukung proses bisnis, kegiatan operasi, dan juga *customer service*. Artinya, untuk dapat memenuhi kebutuhan nasabah yang pada umumnya sangat membutuhkan layanan yang dapat memberi rasa aman, mudah, cepat, nyaman, kapan saja dan dimana saja dapat diakses yang tidak dibatasi oleh ruang dan waktu (Andriyani, 2014).

Sehingga dalam perkembangan bank tidak lagi sekedar menjadi tempat menyimpan maupun meminjam uang melainkan sudah menjadi pusat layanan bagi nasabah dalam memperlancar lalu lintas keuangannya baik itu pribadi maupun bisnis. Keadaan ini tidak bisa dielakkan lagi bahwa bank yang lebih mengoptimalkan akan kebutuhan pelayanan terutama yang mudah dan cepat dalam bertransaksi semakin di utamakan oleh semua nasabah.

Untuk menanggapi hal tersebut, bank telah menyediakan inovasi terbaru yaitu berupa layanan *electronic banking* agar dapat meningkatkan kualitas layanannya dan membantu memenuhi kebutuhan nasabah dalam melancarkan transaksi perbankan. Penyediaan *electronic banking* bertujuan agar dapat mempermudah lalu lintas keuangan nasabah dalam melakukan aktivitas perbankan tanpa harus melewati sistem tradisional, seperti harus mendatangi kantor bank secara langsung pada hari bank beroperasi yaitu pada hari Senin sampai Jum'at saja dan juga dibatasi oleh waktu yakni pada jam 08.00-15.00 WIB. Dan ketika bertransaksi juga menghabiskan waktu cukup lama karena harus mengantri di depan

teller saat hendak ingin mengirimkan sejumlah uang, maupun kebutuhan lainnya (Antasari, 2013).

Maka dengan adanya *electronic banking* menjadi harapan bagi suatu bank dengan banyaknya membantu masalah pelayanan pada jasa perbankan, dan akan menjadikan pola transaksi antara bank dan nasabah menjadi lebih fleksibel. Saat ini seluruh lembaga perbankan telah memanfaatkan bentuk dari perkembangan teknologi dengan menerapkannya layanan *electronic banking* guna memberikan kemudahan bagi nasabahnya, isu fasilitas kemudahan bertransaksi ini kemudian juga direspon oleh pihak Bank Aceh Syariah untuk menyediakan fasilitas pelayanan agar dapat memberikan kemudahan bagi nasabah pada Bank Aceh Syariah.

Terutama di masa pandemi Covid-19 yang sudah berjalan sejak Maret 2020 hingga saat ini, pasalnya pemerintah telah mengeluarkan sejumlah kebijakan yang digunakan untuk memutus rantai penyebaran virus Covid-19 seperti pembatasan sosial dengan mengurangi berinteraksi secara langsung selama hal tersebut tidak begitu mendesak. Tentunya situasi saat ini juga dapat berimbas pada aktivitas-aktivitas bank dan nasabah yang pada kebiasaannya berinteraksi secara langsung dengan karyawan maupun petugas bank lainnya, maka keadaan ini mengharuskan pihak bank untuk mencari strategi yang tepat untuk dapat mengatasi persoalan tersebut, agar pandemi Covid-19 ini tidak menjadi suatu penghambat bagi semua aktivitas-aktivitas perbankan yang dilakukan pada biasanya. Tidak sampai di situ saja, bertepatan di

masa pandemi Covid-19 ini Bank Aceh Syariah juga telah mempublikasikan terobosan barunya dengan meluncurkan sebuah produk layanan yaitu layanan teknologi perbankan yang praktis, mudah dan aman untuk digunakan oleh nasabahnya.

PT. Bank Aceh Syariah merupakan bank daerah yang telah mengkonversikan diri dari konvensional ke syariah pada tanggal 19 September 2016. Bank Aceh Syariah adalah satu-satunya bank daerah Aceh Syariah yang tercatat terbesar kelima di Indonesia dari sisi aset yang sangat perlu diapresiasi dikarenakan membawa dampak positif bagi industri, setelah sempat mengalami perlambatan pertumbuhan pada tiga tahun yang lalu sebelum dikonversikan ke sistem syariah (Bank Aceh, 2018).

Namun, kini Bank Aceh Syariah kembali maju dan berkembang dengan semakin memperhatikan aspek-aspek yang berhubungan dengan lembaga perbankan. Terutama pada situasi dunia yang sedang tidak baik saat ini membuat pihak bank lebih memfokuskan pada aspek pelayanan dengan memberikan terobosan barunya dengan meluncurkan produk yang berkualitas agar terciptanya layanan yang diharapkan oleh nasabah, kemudahan dalam bertransaksi dan juga keamanan data nasabah. Hal tersebut dilakukan agar nasabah tetap merasa nyaman saat melakukan keperluan lalu lintas keuangannya, dan juga merasa puas akan layanan yang diberikan. Karena bagi pihak bank hal tersebut merupakan yang paling utama harus diperhatikan terutama pada bagian pelayanan bagi nasabah, pihak bank juga pastinya berusaha

untuk membangun dan menjaga hubungan atau ikatan jangka panjang dengan nasabah. Kini Bank Aceh Syariah membuktikan hal tersebut pada hari selasa tanggal 10 November 2020 Bank Aceh Syariah dengan layanan *electronic bankingnya* yakni aplikasi *Mobile Banking* yang diberi nama *Action* (Aceh Transaksi Online), yang merupakan salah satu bentuk pengembangan dari dua inovasi sebelumnya yaitu *sms banking* dan *internet banking*.

Mobile Banking Action merupakan salah satu bentuk layanan *electronic banking* yang ada pada Bank Aceh Syariah. Dan ternyata *Mobile Banking Action* ini juga menjadi salah satu alternatif bagi nasabah dalam bertransaksi di masa pandemi covid-19 ini, karena fasilitas *Mobile Banking Action* ini merupakan bentuk layanan transaksi teknologi perbankan, yang dapat digunakan dengan pemisahan fisik antara karyawan-karyawan bank dengan nasabahnya. Nasabah juga dapat melakukan suatu transaksi secara langsung kapan saja dan dimana saja dan juga tidak dibatasi oleh ruang dan waktu, dapat diakses 24 jam serta *realtime* dan dapat dilakukan dengan cepat mudah dan instan. Hanya dengan menggunakan perangkat *smartphone* dengan sistem operasi berbasis *android* maupun *ios*, dan agar nasabah terhindar dari kendala yang tidak diinginkan maka untuk menggunakan aplikasi *Mobile Banking Action* nasabah juga harus memastikan terhubungnya dengan jaringan internet yang bagus agar lancarnya suatu transaksi yang dilakukan oleh nasabah.

Maka dengan adanya aplikasi *Mobile Banking Action*, pihak bank mengharapkan dapat menjawab akan kebutuhan nasabah selama ini. Nasabah dapat memanfaatkan aplikasi digital ini dalam melakukan aktivitas-aktivitas yang dapat memudahkan lalu lintas keuangannya, dengan menggunakan fitur-fitur yang tersedia pada aplikasi *Mobile Banking Action* ini seperti melakukan transaksi finansial, contoh mentransfer sejumlah uang antar rekening Bank Aceh Syariah maupun antar bank online dan transfer via QR antar rekening Bank Aceh Syariah, dan juga pembayaran seperti zakat, infaq, e-setor, samsat Aceh, pendidikan, dan transaksi finansial lainnya yang dapat dilakukan melalui layanan aplikasi *Action Mobile Banking* perbankan tersebut. Selain transaksi finansial nasabah juga dapat melakukan transaksi berupa non finansial yaitu seperti mengecek informasi saldo, mutasi rekening, histori dan layanan islami berupa jadwal shalat dan kiblat (Action Bank Aceh, 2020).

Akan tetapi, semakin canggihnya pola kehidupan manusia di era modernisasi saat ini juga akan menimbulkan tingkat kejahatan yang tinggi pula, seperti masalah keamanan dan kerahasiaan data-data pribadi maupun keuangan dalam *Mobile Banking Action*. Hal tersebut membuat nasabah seringkali timbulnya pertanyaan akan keamanan menggunakan *Mobile Banking* yang berbasis online. Namun, pihak Bank Aceh Syariah meyakinkan nasabah akan keamanan dan kerahasiaan data-data nasabah bahwa *Mobile Banking Action* sebelum diluncurkan telah melalui beberapa fase

percobaan guna mengantisipasi kendala-kendala ketika penggunaan *Mobile Banking Action* Bank Aceh Syariah oleh seluruh nasabah, dengan adanya berbagai uji coba baik secara internal maupun eksternal termasuk uji coba ketahanan juga telah dilakukan sehingga upaya pembobolan sistem aplikasi tidak dapat ditembus oleh *hacker*. Dan ketika login pada *Mobile Banking Action* juga membutuhkan *username* dan *password* yang rumit yang terdiri dari angka dan huruf dan juga tersedia *fingerprint* (sidik jari), kemudian ketika nasabah ingin melakukan suatu transaksi maka nasabah juga akan dimintakan kode MPIN sebelum transaksi tersebut dinyatakan sukses. Hal tersebut merupakan bentuk upaya pihak Bank Aceh Syariah dalam memperhatikan keamanan data-data.

Layanan *Mobile Banking Action* pun sebulan setelah diluncurkan mendapat dampak positif akan kepercayaan nasabah menggunakan aplikasi *Mobile Banking Action*, dengan jumlah *download* aplikasi tersebut mencapai 12.137 *download*, *App Store* 2.040 *download*. Sementara pengguna “*Action*” di android 5.901 pengguna, dan di IOS sebanyak 1.388 pengguna. Dengan jumlah transaksi harian paling tertinggi mencapai 4.030.397.194 miliar. Maka hal tersebut menunjukkan antusias masyarakat yang tinggi menggunakan layanan *Mobile Banking Action* (Humas Aceh, 2020).

Kepuasan nasabah merupakan harapan yang diinginkan oleh penyedia layanan begitu juga dengan Bank Aceh Syariah, pihak

bank tentunya penting untuk mengetahui seberapa tingkat kepuasan nasabah dalam menggunakan *Mobile Banking Action Bank Aceh Syariah*. Apakah dengan adanya layanan *Mobile Banking* nasabah merasa lebih puas dengan berbagai kemudahan yang ditawarkan, karena hal terpenting bagi nasabah adalah kemudahan-kemudahan dalam memperoleh informasi keuangan yang tidak dibatasi oleh waktu dalam bertransaksi dan tanpa harus mengunjungi kantor bank terlebih dahulu tempat mereka menjadi nasabah. Oleh karena itu, dengan pihak bank mengetahui mengenai tingkat kepuasan selama nasabah menggunakan *Mobile Banking Bank Aceh Syariah*. Maka pihak bank dapat lebih memperhatikan hal apa saja yang dikeluhkan oleh nasabah baik itu pada kualitas produk, kualitas pelayanan, kemudahan penggunaan, dan keamanan bagi pengguna *mobile banking*. Dan dapat dijadikan sebagai bahan evaluasi untuk kemajuan dan perkembangan khususnya bagi Bank Aceh Syariah (Nurbaiti, 2020).

Menurut (Wahyuningsih, 2018) kepuasan nasabah dapat meningkat jika terpenuhinya beberapa indikator diantaranya yaitu produk berkualitas, layanan berkualitas, kemudahan dalam penggunaan, dan juga keamanan terhadap data pribadi nasabah. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Sufiati (2019) dalam skripsi dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah (Studi Pada Bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh)”. Bahwa kedua variabel X yaitu kualitas layanan dan kualitas produk berpengaruh secara signifikan

terhadap kepuasan nasabah pada Bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh. Penelitian terkait lainnya yang dilakukan oleh Agus (2018) dalam skripsi dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah PT Bank Mandiri Persero TBK Cabang Pinrang”. Bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang kuat terhadap kepuasan nasabah, sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap kepuasan nasabah. Selanjutnya, dalam penelitian yang dilakukan oleh Kinasih dan Albari (2012) dengan judul “Pengaruh Persepsi Keamanan Dan Privasi Terhadap Kepuasan Nasabah Dan Kepercayaan Konsumen *Online*”. Dijelaskan bahwa variabel persepsi keamanan sangat banyak mempengaruhi dan dianggap lebih penting oleh konsumen *online* daripada persepsi privasi nasabah. Dan juga dalam penelitian yang dilakukan oleh Syairozi (2016) dalam skripsi dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Menabung di LKMS Hubbul Wathon Sumowono Semarang”, dengan hasil penelitiannya menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah, sedangkan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Dengan ini yang melatarbelakangi penulis untuk meneliti kepuasan nasabah pengguna *Mobile Banking* Bank Aceh Syariah dikarenakan sebuah terobosan baru bagi Bank Aceh Syariah. Tentunya menarik untuk dikaji terkait tingkat kepuasan pengguna

Mobile Banking Bank Aceh di kota Banda Aceh, maka beranjak dari uraian diatas penulis tertarik ingin melakukan penelitian skripsi dengan judul “**Analisis Tingkat Kepuasan Nasabah Pengguna *Mobile Banking* Bank Aceh Syariah di Kota Banda Aceh**”.

1.2 Rumusan Masalah

Melihat latar belakang di atas, maka penulis merumuskan masalah yang di batasi dalam penelitian ini, yaitu :

1. Bagaimana tingkat kepuasan nasabah PT. Bank Aceh Syariah di Kota Banda Aceh terhadap kualitas produk *Mobile Banking*?
2. Bagaimana tingkat kepuasan nasabah PT. Bank Aceh Syariah di Kota Banda Aceh terhadap kualitas layanan *Mobile Banking*?
3. Bagaimana tingkat kepuasan nasabah PT. Bank Aceh Syariah di Kota Banda Aceh terhadap kemudahan *Mobile Banking*?
4. Bagaimana tingkat kepuasan nasabah PT. Bank Aceh Syariah di Kota Banda Aceh terhadap keamanan *Mobile Banking*?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang di angkat, maka tujuan yang hendak di capai dalam penelitian ini yaitu :

- 1) Untuk menganalisis tingkat kepuasan nasabah PT. Bank Aceh Syariah di Kota Banda Aceh terhadap kualitas produk *Mobile Banking*.
- 2) Untuk menganalisis tingkat kepuasan nasabah PT. Bank Aceh Syariah di Kota Banda Aceh terhadap kualitas layanan *Mobile Banking*.
- 3) Untuk menganalisis tingkat kepuasan nasabah PT. Bank Aceh Syariah di Kota Banda Aceh terhadap kemudahan *Mobile Banking*.
- 4) Untuk menganalisis tingkat kepuasan nasabah PT. Bank Aceh Syariah di Kota Banda Aceh terhadap keamanan *Mobile Banking*.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini, adalah:

1. Bagi penulis

Untuk penulis penelitian ini sangat bermanfaat tentunya, serta dapat memperluas pengetahuan dan wawasan bagi peneliti perihal pengaplikasian layanan *Mobile Banking* yang ada di Bank Aceh Syariah di Kota Banda Aceh, serta dapat dijadikan sebagai media untuk mengaplikasikan ilmu perbankan yang telah diperoleh selama perkuliahan dan memperluas pengalaman dalam penelitian.

2. Bagi Akademik

Diharapkan hasil dari penelitian ini dapat menambah literature yang dapat dijadikan sebagai bahan referensi bagi Mahasiswa/i UIN Ar-Raniry Banda Aceh, serta diharapkan dapat

mendukung penelitian selanjutnya yang nantinya akan meneliti permasalahan yang serupa.

3. Bagi Lembaga/Perusahaan

Dapat menjadi sumber informasi ataupun sebagai penambah wawasan terkait kepuasan nasabah pada penggunaan *Mobile Banking* Bank Aceh Syariah di Kota Banda Aceh. Adapun dengan adanya penelitian ini dapat menjadi bahan evaluasi, sehingga dapat meningkatkan kinerja usahanya.

1.5 Sistematika Penulisan

Untuk mengetahui gambaran secara keseluruhan isi penulisan dalam penelitian ini, penulis menguraikan secara singkat sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Berisi pendahuluan yang merupakan langkah awal dalam penyusunan penelitian ini yang meliputi latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika pembahasan.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini membahas tentang landasan teori yang berisikan sub-sub bab yang membahas tentang teori kepuasan tentang *Mobile Banking Action*, penelitian terkait yang sudah pernah diteliti, persamaan dan perbedaan penelitian dan model penelitian atau kerangka berfikir yang berhubungan dengan topik permasalahan yang akan diteliti.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Secara umum, bab ini membahas tentang metode penelitian yang digunakan oleh penulis untuk menjawab permasalahan yang telah dirumuskan, yaitu meliputi jenis penelitian, data dan teknik pemerolehannya, dan teknik pengumpulan data.

BAB IV HASIL PENELITIAN dan PEMBAHASAN

Secara umum, bab ini membahas tentang hasil temuan serta penjelasan tentang hasil yang didapatkan dan mengungkapkan makna lebih mendalam dari pembahasan atas hasil pengolahan data penelitian yang dianalisis.

BAB V PENUTUP

Secara umum, bab ini membahas mengenai kesimpulan dan saran sebagai jalan keluar dari permasalahan yang dihadapi yang menjadi penutup dari pembahasan penelitian ini.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Pengertian Kepuasan

Salah satu tujuan utama perusahaan jasa dalam hal ini yaitu untuk meningkatkan jumlah nasabahnya, baik itu secara kuantitas maupun kualitas. Dapat diartikan secara kuantitas jumlah nasabah bertambah cukup signifikan dari waktu ke waktu, sedangkan secara kualitas yaitu nasabah yang didapat merupakan nasabah yang produktif yang mampu memberikan laba bagi bank. Salah satu kunci untuk tercapainya tujuan tersebut maka dapat dilakukan dengan berbagai cara salah satunya yaitu memberikan kepuasan nasabah/pelanggan. Kepuasan yang dirasakan oleh nasabah sangat bernilai bagi bank atau suatu perusahaan (Kasmir, 2008).

Kepuasan atau "*satisfaction*" berasal dari bahasa latin "*satis*" yang artinya cukup baik dan "*facio*" yang artinya melakukan atau membuat. Kepuasan dapat diartikan sebagai "upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu memadai". Kepuasan merupakan perasaan senang ataupun kecewa seorang yang hadir setelah menilai hasil kinerja produk yang didapatkan terhadap hasil kinerja yang diharapkan. Jika kinerja tidak sesuai harapan maka nasabah merasa kurang puas, namun sebaliknya jika kinerja memenuhi harapannya maka nasabah merasa sangat puas dan senang (Kotler, 2009).

Menurut Tjiptono (2012) kepuasan nasabah adalah respon nasabah terkait evaluasi persepsi atas perbedaan antara harapan awal sebelum digunakan (atau standar kinerja lainnya) dan kinerja aktual produk sebagaimana dipersepsikan setelah penggunaan produk yang bersangkutan. Konsep kepuasan bukanlah konsep yang absolut, melainkan relatif atau tergantung pada apa yang diharapkan nasabah. Menurut Supratno (2013) tersenyum dan mengatakan hal-hal yang baik merupakan manifestasi atau indikator tentang suatu *construct* yang disebut dengan kepuasan nasabah.

Berdasarkan beberapa menurut para ahli di atas penulis menyimpulkan bahwa Kepuasan merupakan ekspektasi nasabah terhadap kinerja perusahaan. Jika kinerja yang diberikan perusahaan memenuhi harapan nasabah maka nasabah akan merasa puas, begitu pula sebaliknya. Jika kinerja yang diberikan perusahaan tidak sesuai dengan harapan nasabah maka nasabah akan merasa tidak puas.

Secara umum kepuasan nasabah pada dasarnya tergambar pada dua bentuk pelayanan, yaitu sebagai berikut (Arif, 2010) :

1) Material

- a. Gedung yang mewah
- b. Lay out ruangan yang tertata rapi
- c. Ruangan tunggu yang bersih dan nyaman
- d. Ruangan toilet yang bersih
- e. Ruangan mushala yang bersih dan nyaman

- f. Penampilan pegawai bank yang sopan
- g. Mesin atm yang selalu on-line dan rapi
- h. Sarana dan prasana yang lengkap

2) Immaterial

- a. Ramah, sopan, tanggap, dan akrab
- b. Pelayanan yang hangat
- c. Merasa dihormati/ dihargai
- d. Merasa senang dan puas

Kemudian, ada tiga jenis kepuasan nasabah, yaitu :

- 1) Puas akan produk/jasa bank yaitu karena kualitasnya tinggi serta jangkauan yang luas.
- 2) Puas akan cara melayaninya
 - a. Ramah, sopan, dan akrab pula.
 - b. Murah senyum.
 - c. Menyenangkan nasabah.
 - d. Tanggap, cepat dan cermat.
- 3) Puas dengan harganya :
 - a. Murah/ mahal sesuai harapan nasabah
 - b. Bersaing

Kepuasan pelanggan/nasabah terkait kualitas layanan internal dan kepuasan layanan internal karyawan tentunya akan mendorong loyalitas karyawan kepada perusahaan. Selain itu, loyalitas karyawan akan berdampak pada produktivitas. Produktivitas karyawan akan menciptakan dan menentukan kepuasan nasabah.

Akhirnya, kepuasan nasabah ini akan membangun loyalitas pelanggan.

2.2 Manfaat Kepuasan

Adapun manfaat dari kepuasan yang didapatkan oleh nasabah, yaitu (Kasmir, 2012):

1. Kepuasan nasabah yang diberikan bank akan berimbas sangat luas bagi peningkatan keuntungan bank. Atau dengan kata lain, apabila nasabah puas terhadap pembelian jasa bank, maka nasabah tersebut.
2. Loyal pada bank, artinya kemungkinan kecil nasabah akan pindah ke bank yang lain dan akan tetap setia menjadi nasabah yang bersangkutan.
3. Mengulang kembali pembelian produknya, artinya kepuasan terhadap pembelian jasa bank akan menyebabkan nasabah membeli kembali terhadap jasa yang ditawarkan secara berulang-ulang.
4. Membeli lagi produk lain dalam bank yang sama, dalam hal ini nasabah akan memperluas pembelian jenis jasa yang ditawarkan sehingga pembelian nasabah menjadi makin beragam dalam satu bank.
5. Memberikan promosi gratis dari mulut ke mulut. Hal inilah yang menjadi keinginan bank karena pembicaraan tentang kualitas pelayanan bank ke nasabah lain akan menjadi bukti terhadap kualitas jasa yang ditawarkan.

2.3 Strategi Kepuasan

Adapun strategi dalam kepuasan dapat dilihat dari beberapa strategi, diantaranya sebagai berikut (Arif, 2010):

1. *Relationship Marketing Strategy* (Strategi Pemasaran Berkesinambungan)

Menjalin hubungan yang baik secara terus menerus (berkesinambungan) dengan nasabah tidak hanya dalam jangka waktu yang pendek tetapi hubungan jangka panjang, nasabah bukan hanya puas tetapi juga loyal pada bank kita. Oleh karena itu bank harus terus memelihara dan meningkatkan pelayanan sesuai dengan yang dibutuhkan dan diinginkan nasabah dan pihak bank harus mampu menjalin tali silaturahmi yang baik dengan nasabah agar nasabah merasa puas dengan layanan yang diberikan oleh pihak bank, maka hal ini juga akan meningkatkan loyalitas nasabah kepada bank tersebut. Misalnya pihak bank mencatat biodata diri nasabah ketika nasabah tersebut berulang tahun diberikan ucapan selamat ulang tahun baik itu hanya dengan ucapan ataupun bingkisan.

2. Strategi Pelayanan Prima

Menawarkan pelayanan yang lebih baik dibandingkan dengan pesaing, usaha ini biasanya membentuk biaya yang cukup besar. Tetapi juga dapat memberikan dampak yang cukup positif kepada nasabahnya seperti menyediakan jaringan ATM di daerah-daerah dan menyediakan alternatif yang memudahkan nasabah seperti *Mobile Banking* yang dapat diakses melalui perangkat

android maupun *ios*, secara rincinya strategi pelayanan prima ini sebagai berikut:

- a. Semua transaksi dilayani/dilaksanakan dengan cepat dan cermat.
 - b. Melayani kebutuhan nasabah di luar produk yang dijual oleh bank.
 - c. Berlaku ramah, sopan dan selalu membantu nasabah.
 - d. Selalu berusaha mengerti keinginan nasabah.
 - e. Selalu melayani nasabah dengan tepat waktu.
3. Strategi Penanganan Keluhan yang Efisien dan Efektif
- Setiap nasabah memiliki jenis keluhan yang berbeda-beda, dapat berupa:
- a. Nasabah tidak memperoleh apa yang telah dijanjikan bank.
 - b. Mendapat pelayanan yang kurang baik.
 - c. Kurang diperhatikan oleh petugas bank.
 - d. Tidak didengarkan saran-sarannya.
 - e. Pelayanan yang tidak akurat.

Cara menangani keluhan yang disampaikan oleh nasabah, dapat diatasi dengan cara sebagai berikut (Arif, 2010) :

- a. Empati terhadap nasabah yang marah dalam menghadapi jenis karakter nasabah yang seperti ini, petugas bank harus mendengarkan keluhan tersebut dengan penuh kesabaran dan pengertian.
- b. Tangani keluhan dengan cepat dan akurat Setelah mendengar keluhan, memahami masalah yang dihadapi

nasabah, segera hadapi dengan cepat, ramah, dan menyakinkan.

2.4 Pengukuran Kepuasan Nasabah

Untuk mengukur kepuasan pelanggan dengan kualitas layanan perhatian penuh pun harus diberikan pada dimensi atau atribut yang digunakan sebagai dasar pengukuran, indikator-indikator untuk mengukur kepuasan pelanggan terhadap layanan. Konten yang disediakan adalah sebagai berikut (Utami, 2009):

- a. Ketepatan waktu pelayanan. Hal-hal yang diperlukan adalah berkaitan dengan waktu tunggu dan waktu proses.
- b. Akurasi pelayanan, berkaitan dengan reliabilitas pelayanan dan bebas dari kesalahan.
- c. Kesopanan dan keramahan dalam memberikan pelayanan, terutama bagi mereka yang berinteraksi langsung dengan pelanggan eksternal.
- d. Tanggung jawab, berkaitan dengan penerimaan pesanan dan penanganan keluhan pelanggan.
- e. Kelengkapan, menyangkut lingkup pelayanan dan ketersediaan sarana pendukung serta pelayanan komplementer lainnya.
- f. Kemudahan mendapatkan pelayanan, berkaitan dengan banyaknya *outlet*, petugas yang melayani, fasilitas pendukung dan lain sebagainya.
- g. Kenyamanan dalam memperoleh pelayanan, berkaitan dengan lokasi, ruang tempat pelayanan, kemudahan

menjangkau tempat parkir kendaraan, ketersediaan informasi petunjuk dan bentuk lainnya.

- h. Atribut pendukung pelayanan lainnya, seperti lingkungan, kebersihan, fasilitas musik, AC dan lain sebagainya.

Ada empat metode yang dapat digunakan untuk mengukur dan melihat kepuasan nasabah yaitu (Kasmir, 2008):

- 1) Sistem keluhan dan saran (*complaint and suggestion system*), suatu perusahaan membuka kotak saran melalui email, panggilan bebas pulsa, hotline pelanggan, kartu komentar, kotak saran, dan berbagai metode keluhan lainnya untuk meminta seberapa banyak keluhan atau komplain nasabah yang dilakukan nasabah dalam satu periode semakin banyak berarti semakin kurang baik demikian juga sebaliknya. Untuk itu perlu adanya sistem dalam menangani berbagai keluhan dan saran dari nasabah, informasi ini memungkinkan perusahaan untuk memprediksi dan dengan cepat menanggapi kritik dan saran. Konsumen akan mengevaluasi kecepatan dan daya tanggap perusahaan dalam menghadapi kritik dan saran.
- 2) Survey kepuasan pelanggan (*customer satisfaction surveys*), suatu perusahaan/ bank sangat penting melakukan survei secara berkala baik itu melalui wawancara maupun kuesioner mengenai segala sesuatu yang berkaitan dengan perusahaan/bank dimana tempat nasabah melakukan

transaksi selama ini. Maka dari sebab itu perlu adanya survei kepuasan bagi setiap nasabah dengan harapan survei tersebut akan mendapatkan umpan balik yang positif dari nasabah, survei dapat dilakukan melalui surat, telepon atau wawancara pribadi, dan nasabah juga dapat diminta untuk mengisi formulir survei.

- 3) Konsumen bayangan (*ghost shopping*), suatu perusahaan dapat menempatkan karyawannya atau menunjuk orang-orang tertentu (termasuk orang lain dan manajemen) sebagai nasabah perusahaan/bank lain atau perusahaannya sendiri. Konsumen bayangan ini akan melaporkan kekuatan dan kelemahan para pelayan yang melayaninya itu juga melaporkan segala sesuatu yang berguna untuk pengambilan keputusan manajemen ini sebagai upaya mencari solusi dari sudut pandang konsumen.
- 4) Analisis mantan pelanggan, dengan melihat catatan nasabah yang pernah menjadi nasabah bank guna mengetahui sebab-sebab mereka tidak lagi menjadi nasabah bank kita. Dan juga dapat mengetahui dengan cara menghubunginya, dengan meminta alasan mengapa mereka berhenti menjadi nasabah pada perusahaan/ bank dan memilih pindah ke perusahaan/bank lain.

2.5 Faktor-Faktor Kepuasan Nasabah

Persepsi terhadap suatu produk atau pelayanan sendiri dipengaruhi oleh pengalaman pelanggan saat mencoba produk atau menerima suatu layanan. Oleh karena itu apabila produk yang dikonsumsi atau pelayanan yang diperoleh mempunyai kualitas yang baik maka besar kemungkinan nasabah tersebut akan memberikan persepsi yang tinggi dan akan membawa tingkat kepuasan yang tinggi juga sehingga dapat berpengaruh baik terhadap peningkatan jumlah nasabah. Adapun faktor yang meningkatkan kepuasan nasabah ada 5 yaitu (Wahyuningsih, 2018):

1. Kualitas Produk, konsumen akan merasa puas jika hasil evaluasi menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan adalah berkualitas.
2. Kualitas pelayanan, terutama untuk industri jasa. Pelanggan atau nasabah akan merasa puas apabila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai yang diharapkan.
3. Kemudahan untuk mendapatkan produk atau jasa. Pelanggan yang tidak memerlukan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa. *Mobile Banking* adalah contoh dimana nasabah merasa puas dan tidak membuang waktu akan mudahnya dalam mendapatkan pelayanan perbankan.

4. Faktor emosional, konsumen yang bangga akan merasa yakin bahwa orang lain akan kagum apabila dia menggunakan produk dengan merek tertentu.
5. Harga, produk yang mempunyai kualitas yang sama akan menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggan atau nasabahnya.
6. Keamanan suatu produk, Pelanggan atau nasabahnya tentunya akan semakin yakin dan puas apabila mereka mendapatkan keamanan terhadap data pribadi nasabahnya saat bertransaksi.

2.6 Kualitas Produk

Mutu atau kualitas adalah masalah utama yang dominan pada banyak perusahaan, dan perkembangan yang pesat, fleksibilitas untuk memenuhi kebutuhan nasabahnya (selalu menghasilkan produk sesuai kebutuhan nasabahnya) dan harga jual yang rendah. Kualitas produk adalah kualitas yang meliputi suatu usaha memenuhi atau melebihi harapan nasabahnya, kualitas yang mencakup produk, jasa, manusia, proses, serta lingkungan, kualitas juga dapat disebut kondisi yang selalu berubah (misalnya apa yang dianggap kurang berkualitas pada masa mendatang).

Kualitas mempunyai arti yang sangat penting dan merupakan salah satu faktor keunggulan dalam bersaing karena persaingan yang semakin ketat di pasar dunia maka status kualitas menjadi sangat penting, persaingan yang ketat ini antara lain disebabkan oleh kondisi globalisasi yang berkembang pesat maka dapat dikatakan bahwa kualitas produk pada suatu perusahaan sangat

penting untuk dijaga agar suatu perusahaan tidak kehilangan nasabah dan reputasi perusahaan tetap terjaga. Oleh karena itu, produk yang diberikan harus benar-benar merupakan produk teruji berkualitas tinggi. Karena bagi pelanggan yang terpenting adalah kualitas produk itu sendiri. karena bagi Pelanggan/nasabah akan memilih produk dengan kualitas yang lebih baik dari produk lainnya (Hastuti, 2018).

Dalam melakukan studi kepuasan nasabah, banyak perusahaan memfokuskan untuk menentukan fitur dan atribut penting dan kemudian mengukur persepsi pelanggan terhadap fitur tersebut karena salah satu faktor utama yang harus diperhatikan perusahaan adalah kualitas produk, apabila hasil evaluasi nasabah menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas, maka mereka akan merasa puas sehingga dapat dikatakan bahwa suatu produk yang berkualitas juga sangat menentukan kepuasan nasabah.

2.6.1 Indikator Kualitas Produk

Adapun indikator dari kualitas produk terdiri dari (Tjiptono, 2015):

- 1) *Performance* (kinerja), karakteristik operasi pokok dari produk inti(*core product*) yang di beli, misalnya kecepatan, kemudahan, kenyamanan dan sebagainya.
- 2) *Features* (fitur), adalah karakteristik produk yang dirancang untuk menyempurnakan fungsi produk atau menambah ketertarikan konsumen terhadap produk.

- 3) *Reliability* (reliabilitas), adalah probabilitas bahwa produk akan berkinerja memuaskan atau tidak memuaskan dalam periode waktu tertentu. Semakin kecil kemungkinan rusak, semakin tinggi keandalan produk.
- 4) *Conformance to specifications* (kesesuaian dengan spesifikasi), yaitu sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar-standar yang telah ditetapkan sebelumnya misal standar keamanannya.
- 5) *Serviceability*, meliputi kecepatan, kompetensi, kenyamanan, sudah direperasi, serta penanganan keluhan yang memuaskan.
- 6) *Aesthetics* (estetika), berkaitan dengan tampilan produk, seperti: bentuk fisik, model, desain artistik dan sebagainya.
- 7) *Quality impression* (kesan kualitas), secara umum diyakini bahwa ini adalah hasil dari menggunakan pengukuran tidak langsung, karena konsumen mungkin tidak mengetahui atau kurang informasi tentang produk.
- 8) *Perceived quality* (persepsi terhadap kualitas), yaitu citra dan reputasi produk serta tanggung jawab perusahaan terhadapnya. Biasanya karena relatif minimnya pengetahuan nasabah akan atribut/produk yang akan digunakan.

2.7 Kualitas Layanan

Dalam “Kamus Besar Bahasa Indonesia” yang dimaksud dengan kata “pelayanan” adalah membantu mengatur atau

mempersiapkan segala kebutuhan yang perlu dipenuhi seseorang. Menurut Kotler layanan adalah suatu hal yang tidak berwujud yaitu suatu tindakan atau pekerjaan yang dilakukan oleh satu pihak kepada pihak lainnya dan tidak akan menyebabkan terjadinya pengalihan kepemilikan. Menurut Zethmal dan Bitner yang dikutip oleh Hidayat (2018) yang dimaksud dengan jasa adalah segala kegiatan ekonomi yang hasilnya tidak nampak dalam bentuk fisik atau produk konstruksi, biasanya diproduksi dan dikonsumsi pada waktu yang bersamaan serta memberikan nilai tambah. Dapat diketahui bahwa ciri utama pelayanan adalah tidak kasat mata, dan melihat upaya tenaga kerja atau peralatan lain yang disediakan oleh perusahaan penyedia layanan. Hal tersebut menjelaskan bahwa layanan merupakan suatu bentuk sistem, proses, atau metode tertentu yang diberikan kepada orang lain dari sudut pandang nasabah sehingga kebutuhan nasabah dapat terpenuhi sesuai dengan harapannya (Febriana, 2016).

Berdasarkan definisi di atas, penulis menyimpulkan bahwa terjadinya suatu pelayanan melibatkan dua belah pihak yaitu produsen dan konsumen pada suatu perusahaan, misalkan pada suatu industri perbankan yaitu adanya pihak karyawan bank dan nasabahnya yang saling berinteraksi. Layanan merupakan suatu kegiatan yang ditawarkan satu pihak kepada nasabahnya yang tidak berwujud yang dapat memenuhi permintaan dan memiliki ekspektasi yang memuaskan bagi nasabah.

2.7.1 Indikator Kualitas Layanan

Kualitas layanan merupakan tingkat kesesuaian harapan nasabah. Indikator dalam menentukan kualitas layanan terdiri dari (Firmansyah, 2019):

- 1) *Reliability*, yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan yang sesuai dengan janji yang ditawarkan.
- 2) *Responsiveness*, yaitu respon atau kesiapan karyawan dalam membantu nasabah dan memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap, seperti kesigapan karyawan dalam penanganan keluhan dari nasabah.
- 3) *Assurance*, termasuk kemampuan karyawan untuk memahami produk yang tepat, keramahan, perhatian dan kesopanan dari layanan, kemampuan untuk memberikan informasi, kemampuan untuk memberikan keamanan saat menggunakan layanan yang diberikan dan kemampuan untuk menanamkan kepercayaan nasabah terhadap perusahaan.
- 4) *Empathy*, dalam hal ini perusahaan memberikan perhatian secara personal kepada pelanggan, seperti kemudahan kontak dengan perusahaan, kemampuan karyawan dalam berkomunikasi dengan pelanggan, serta upaya perusahaan dalam memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan.
- 5) *Tangibles*, berkenaan dengan daya tarik fasilitas fisik, perlengkapan dan material yang digunakan perusahaan, serta penampilan karyawan.

2.8 Kemudahan Penggunaan

Kemudahan penggunaan (*easy of use*) merupakan sejauh mana seseorang percaya bahwa teknologi dapat dipergunakan untuk mempermudah penggunaannya dan tanpa usaha, selain itu kemudahan penggunaan juga merupakan suatu kepercayaan seorang bahwa menggunakan teknologi informasi adalah hal yang mudah yang mana pemakai tidak dituntut berupaya lebih saat menggunakannya. Maka oleh karena itu, persepsi kemudahan dapat memberikan instruksi bahwa sistem yang dirancang bukan untuk menyusahkan penggunaannya melainkan akan memudahkan pengguna ketika hendak menyelesaikan pekerjaannya. Dimana seorang menggunakan sistem dalam bekerja maka akan lebih mudah jika dibandingkan dengan manual (Syifa, 2019).

Maka dari definisi di atas, penulis menarik kesimpulan bahwa suatu konsep dimana seseorang percaya bahwa kemudahan penggunaan sistem teknologi akan membantu seseorang untuk memudahkan dalam menyelesaikan kegiatannya.

2.8.1 Indikator Kemudahan Penggunaan

Indikator kemudahan penggunaan (*ease of use*) juga terdiri dari beberapa item yaitu ada enam item yang digunakan untuk mengukur konstruk ini terdiri dari (Fitria, 2019):

- 1) *Easy of learn* (mudah dipelajari), sesuatu sistem dapat dikatakan mudah ketika sistem yang digunakan dengan mudah untuk bisa dipahami/dipelajari.

- 2) *Controllable* (terkendali), ketika sistem dapat dengan mudah untuk dikendalikan.
- 3) *Clear and understandable* (jelas dan dapat dimengerti).
- 4) *Flexible* (fleksibel), adalah sistem yang mudah dipergunakan kapan pun dan dimana saja.
- 5) *Easy to become skillful* (mudah untuk menjadi terampil), maksudnya sistem ini dengan mudah untuk dikuasai dalam penggunaannya.
- 6) *Easy to use* (mudah digunakan), adalah seorang pengguna tidak perlu berusaha lebih keras menggunakan sistem teknologi.

2.9 Keamanan

Keamanan adalah suatu kondisi atau kualitas yang bebas rasa takut, cemas atau khawatir, jaringan komunikasi yang aman dapat diartikan sebagai jaringan dimana pengguna tidak merasa takut atau cemas saat menggunakan jaringan tersebut. Komputer dan sistem jaringan tidak terbatas memberikan peluang untuk mengurangi biaya, meningkatkan efisiensi, dan meningkatkan pendapatan. Sayangnya, ketergantungan ini membawa risiko baru dan mengancam keamanan komputer dan sistem jaringan. Oleh karena itu, tantangan baru muncul untuk melindungi keamanan komputer dan sistem jaringan dari berbagai serangan keamanan (Hendrasyah, 2012).

Saat merancang dan membahas sistem keamanan, tiga komponen dasar perlu diperhatikan, antara lain (Hendrasyah, 2012):

- 1) *Confidentiality* adalah menyembunyian informasi atau sumber daya yang berkaitan dengan pencegahan pihak yang tidak berkepentingan mengakses informasi atau sumber daya.
- 2) *Integrity* adalah keandalan data atau sumber daya dan biasanya digunakan untuk mencegah perubahan yang tidak sah. Integritas meliputi integritas data (isi informasi) dan integritas asli (sumber data, biasa disebut otentikasi). Oleh karena itu, integritas melibatkan pencegahan pihak yang tidak berwenang untuk mengubah informasi.
- 3) *Availability* adalah kemampuan untuk menggunakan informasi atau sumber daya yang diperlukan. Kegunaan merupakan aspek penting dalam mendesain sistem, karena sistem tanpa ketersediaan sama buruknya dengan tanpa sistem. Ketersediaan dapat mengambil tindakan pencegahan untuk mencegah pihak yang tidak berwenang mengendalikan informasi atau sumber daya.

2.9.1 Indikator Keamanan

Indikator keamanan ketika melakukan transaksi online adalah sebagai berikut (Nismawati, 2018):

1. Autentikasi, pengirim, penerima, dan institusi pembayaran yang terlibat harus dipastikan identitasnya sebagai pihak yang berhak terlibat dalam transaksi tersebut.
2. Integritas, jaminan bahwa data dan informasi yang ditransfer tetap utuh dan tidak terjadi perubahan.
3. Non-repudiation, pelanggan membutuhkan perlindungan terhadap penyangkalan dari pengirim atau penerima bahwa uang telah dikirimkan atau pembayaran belum dilakukan. Dibutuhkan informasi untuk memastikan siapa pengirim dan penerimanya.
4. Privasi, pelanggan menginginkan agar identitas mereka aman mereka tidak ingin orang lain mengetahui apa yang dilakukannya ketika bertransaksi.
5. Keselamatan, pelanggan menginginkan jaminan bahwa aman untuk memberikan informasi nomor kartu kredit di internet.

2.10 Teknologi Perbankan

Dalam era digital saat ini tidak bisa dipungkiri bahwa dapat membawa perubahan pada segala aspek kehidupan yang dapat membawa efisiensi terhadap proses pekerjaan dengan adanya sistem teknologi informasi. Teknologi informasi mulai populer di akhir dekade 70-an, istilah teknologi informasi pada masa sebelumnya dikenal dengan teknologi komputer atau pengolahan data elektronik atau EDP (*electronic Data Processing*). Dalam kamus Oxford (1995) teknologi informasi merupakan studi atau

penggunaan peralatan elektronika, terutama komputer, untuk menyimpan, menganalisa, dan mendistribusikan informasi apa saja, termasuk kata-kata, bilangan, dan juga gambar. Dan teknologi informasi tidak hanya terbatas pada teknologi komputer (perangkat keras dan perangkat lunak) yang digunakan untuk memproses dan menyimpan informasi, melainkan juga mencakup teknologi komunikasi untuk mengirim informasi (Nanda, 2020).

Saat ini teknologi informasi pada dunia perbankan sangat berperan penting karena teknologi informasi telah menjadi fasilitator pada setiap kegiatan transaksi perbankan. Dengan adanya teknologi, segala aktifitas-aktifitas nasabah yang berhubungan dengan bank dijadikan mudah dengan teknologi. Misalnya yang sebelumnya harus mendatangi kantor bank untuk bertemu secara langsung dengan karyawan-karyawan bank kini dapat dengan mudah dilakukan dengan menggunakan beberapa produk *electronic banking* yang telah disediakan oleh pihak bank dengan tujuan untuk memudahkan nasabahnya, diantaranya yaitu: *ATM (Automatic Teller Machine)*, *EDC*, *sms-banking*, *internet banking*, dan *mobile banking*.

2.10.1 Indikator Manfaat Penggunaan Teknologi

Menurut Jogiyanto (2019) mengenai manfaat teknologi informasi ini ada beberapa indikator. Kemanfaatan dengan penilaian dua faktor dibagi menjadi dua kategori lagi yaitu kemanfaatan dan efektivitas, dengan indikator masing-masing yang dikelompokkan sebagai berikut:

1. Indikator kemanfaatan menggunakan teknologi informasi yang terdiri dari:
 - a. *Makes job easier* (menjadi lebih mudah), transaksi perbankan akan menjadi lebih mudah.
 - b. Bermanfaat (*Useful*).
 - c. Menambah produktivitas (*increase productivity*).
2. Indikator Efektivitas menggunakan teknologi informasi, terdiri dari :
 - a. *Enhance effectiveness* (mempertinggi efektifitas), dapat mempercepat waktu dalam penelusuran.
 - b. Mempengaruhi tingkat kinerja seseorang yang menggunakannya (*Improve the job performance*).

2.11 Mobile Banking

Mobile Banking adalah layanan perbankan yang menggunakan teknologi informasi. Layanan ini memberikan kesempatan bagi bank untuk memberikan nilai tambah kepada nasabah. *Mobile Banking* atau yang biasa dikenal dengan “*Mobile Banking*” adalah layanan perbankan yang disediakan oleh bank untuk mendukung layanan perbankan yang lancar dan nyaman. Layanan *Mobile Banking* juga dapat memungkinkan nasabah bank melakukan transaksi perbankan melalui ponsel atau smartphone, yang mana dapat digunakan melalui penggunaan kartu SIM (*Subscriber Identity Module*), menu yang telah tersedia di USSD (*Unstructured Supplementary Service Data*), atau melalui aplikasi yang dapat diunduh dan diinstal oleh nasabah. Keefektifan dan

keefisienan nasabah untuk melakukan berbagai transaksi *Mobile Banking* tidak akan berjalan, jika tidak didukung oleh telepon seluler dan internet. Setiap orang yang memiliki ponsel dapat memanfaatkan fasilitas ini, untuk bertransaksi di mana saja dan kapan saja dengan mudah. Adanya berbagai kemudahan layanan perbankan tersebut, diharapkan nasabah merasa puas dalam menggunakan berbagai macam jasa yang diberikan oleh pihak bank (Hadi, 2015).

Dari segi teknologi *Mobile Banking* dapat dibedakan menjadi empat tipe jasa layanan, yaitu (Wardhana, 2015):

- 1) Tipe pertama, yaitu dengan menggunakan IVR (*Interactive Voice Response*) atau disebut *phone-banking*, karena nasabah harus menelepon untuk kemudian dipandu oleh pesan elektronik di dalam memilih menu-menu transaksi lewat telepon.
- 2) Tipe kedua, yaitu dengan menggunakan SMS (*Short Message Service*), layanan berbasis SMS dipadukan dengan *SIM toolkit* dan *sim card* masing-masing operator sehingga akses layanan bisa melalui menu, tidak perlu mengetik perintah melalui SMS.
- 3) Tipe ketiga, yaitu dengan menggunakan WAP (*Wireless Access Protocol*), layanan ini merupakan layanan *Mobile Banking* yang mereplika atau meniru *i-banking* kedalam sebuah ponsel yang didukung oleh teknologi WAP. Layanan yang disediakan mirip dengan *i-banking*, hanya

saja tampilannya lebih sederhana sehingga dapat ditampilkan pada layar *handphone*.

- 4) Tipe keempat yaitu dengan menggunakan aplikasi pihak ketiga, misalnya dengan menggunakan aplikasi berbasis *Java*, yaitu aplikasi yang mampu menghubungkan *handphone* berteknologi *Java* dengan pihak bank melalui layanan data.

2.11.1 Keunggulan dan Kelemahan *Mobile Banking*

Banyak nasabah memilih menggunakan *Mobile Banking* karena mempermudah transaksi, seperti aktivitas transfer uang, karena nasabah *hanya* perlu menggunakan aplikasi di *smartphone*. Berbeda dengan layanan elektronik sebelumnya, nasabah harus ke bank untuk mengisi formulir pengiriman uang, dan harus mengantri. Sebaliknya, menggunakan *Mobile Banking* lebih praktis.

1. Keunggulan menggunakan *Mobile Banking*

Ada beberapa keunggulan yang dapat diperoleh dari penggunaan *Mobile Banking*, adalah sebagai berikut (Supriyono, 2011):

- a. Mudah, untuk langsung transaksi perbankan, kita tidak perlu datang langsung ke bank kecuali pada saat mendaftarkan nomor ponsel.
- b. Praktis, setiap nasabah dapat langsung bertransaksi perbankan melalui ponsel setiap saat, kapan saja dan dimana saja.

- c. 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.
- d. 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.
- e. Nyaman, nasabah seperti mempunyai ATM dalam genggaman tangan, karena berbagai transaksi yang biasa dilakukan di ATM, kini dapat dilakukan melalui *Mobile Banking* kecuali penarikan tunai.

Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya adalah hubungan antara perusahaan dan pelanggan jadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pemakaian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan bagi perusahaan, reputasi perusahaan menjadi baik dimata pelanggan atau nasabah, dan laba yang diperoleh menjadi meningkat (Supriyono, 2011).

Namun dibalik keunggulannya, *Mobile Banking* juga pastinya memiliki beberapa kelemahan, diantaranya:

2. Kelemahan *Mobile Banking* (banksentral.com di akses 21 Maret 2021):

Kelemahan dari *Mobile Banking* adalah tidak bisa ambil uang atau tarik tunai. Selain ini, beberapa bank masih mengharuskan memasukkan PIN yang dikirimkan ke nomor hp nasabah yang sudah terdaftar ke bank terlebih dahulu. Kemudian, ponsel yang digunakan juga tetap harus dipasang kartu SIM yang nomornya sudah terdaftar.

Kelemahan lainnya juga yang sering terjadi adalah ketergantungan pada ketersediaan jaringan seluler operator. Jika sering jaringan tidak tersedia, nasabah tidak dapat melakukan layanan perbankan melalui *Mobile Banking* itu benar bukan tanggung jawab bank, tapi tanggung jawab penyedia operator dan penyedia internet yang digunakan oleh pelanggan akses layanan perbankan *mobile banking*.

2.12 Penelitian Terkait

Dalam studi literatur ini, peneliti mencantumkan beberapa penelitian yang dilakukan sebelumnya sebagai bahan rujukan dalam memperkuat teori penelitian yang sekarang, dikemukakan untuk memperjelaskan perbedaan dan persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya sebagai berikut:

1. Penelitian Melfi Adela (2020) yang berjudul “Pengaruh Layanan *Mobile Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Bank BNI Syariah KCP Raja Basa)”. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh

Layanan *Mobile Banking* yang meliputi kemudahan penggunaan layanan, keamanan sistem *mobile banking*, kredibilitas perusahaan jasa layanan perbankan, dan kecepatan terhadap kepuasan nasabah pada Bank BNI Syariah KCP Rajabasa. Metode penelitian menggunakan penelitian kuantitatif dengan jenis penelitian lapangan. Teknik pengumpulan data menggunakan metode angket dengan sampel sebanyak 95 responden dan metode dokumentasi. Adapun teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear berganda yaitu untuk mengetahui pengaruh lebih dari satu variabel bebas terhadap satu variabel terikat. Dalam analisis linear berganda, ada beberapa hal yang harus diperhatikan yaitu: Uji T (Parsial), Uji F (Simultan), dan Koefisien Determinasi (R^2). Namun sebelum melakukan analisis regresi, terlebih dahulu data harus memenuhi uji asumsi klasik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel keamanan sistem *Mobile Banking* tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dengan diperoleh nilai signifikansi 0,663 diatas 0,05, variabel kemudahan penggunaan layanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dengan nilai signifikansi 0,277 diatas 0,05, variabel kredibilitas perusahaan layanan perbankan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dengan diperoleh nilai signifikansi 0,000 dibawah 0,05, dan variabel kecepatan

berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dengan diperoleh nilai signifikansi 0,000 dibawah 0,05. Sedangkan secara simultan diketahui bahwa nilai F hitung 22,330 lebih besar dari F tabel 2,471 artinya secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Besarnya pengaruh layanan *Mobile Banking* terhadap kepuasan nasabah sebesar 49,8%. Hasil analisis regresi linear berganda diperoleh persamaan : $Y = 5,200 + -0,048 X1 + 0,019 X2 + 0,430 X3 + 0.282 X4 + e$. dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima, maka dapat dikatakan bahwa variabel layanan *Mobile Banking* yang meliputi kemudahan penggunaan layanan, keamanan sistem *Mobile Banking*, kredibilitas perusahaan jasa layanan perbankan, dan kecepatan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah. Maka semakin tinggi kualitas layanan m-banking maka semakin meningkat kepuasan nasabah pada Bank BNI Syariah KCP Rajabasa. Persamaan kedua penelitian menggunakan metode penelitian kuantitatif dan juga sama-sama melihat kepuasan nasabah terhadap *Mobile Banking*. Perbedaan penelitian ini menggunakan teknik analisis linier regresi sedangkan peneliti menggunakan teknik analisis linear sederhana.

2. Penelitian Isroul Khusa (2020) dalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh Kualitas Layanan *Mobile Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada PT. Bank

Rakyat Indonesia Syariah KC Manado-Tendeam)”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Layanan *Mobile Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus pada PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah KC Manado). Metode yang digunakan metode kuantitatif deskriptif. Sumber data penelitian ini adalah nasabah *Mobile Banking* PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah KC. Manado menggunakan data primer. Dengan menggunakan teknik pengumpulan melalui Observasi dan Kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji kualitas data yaitu uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik yaitu uji normalitas, uji linearitas, uji regresi sederhana, dan uji hipotesis yaitu uji korelasi *product moment*, uji koefisien determinasi dan uji t. Setelah melalui prosedur kuantitatif. Penelitian ini memperoleh hasil bahwa Kualitas Layanan *Mobile Banking* berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah dibuktikan dengan uji korelasi yang memperoleh hasil $0,407 > 0,05$ maka H_a diterima dan H_o ditolak. Kemudian, berdasarkan pengujian yang telah dilakukan dengan uji koefisien determinasi diketahui nilai R^2 (R Square) dari tabel *Model Summary* adalah 0,221 atau sekitar 22,1%. Hal ini berarti bahwa pengaruh variabel independen (Kualitas Layanan) terhadap variabel dependen (Kepuasan Nasabah) adalah sebesar 22,1%. Sedangkan, sisanya 77,9% dijelaskan oleh

variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Berdasarkan hasil penelitian ini variabel independen (Kualitas Layanan) berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Kepuasan Nasabah) di PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah KC Manado. Persamaan pada penelitian ini sama-sama melihat kepuasan nasabah terhadap kualitas layanan pada *mobile banking*, perbedaannya terletak pada penelitian ini yaitu pada instansi yang berbeda pada penelitian ini pada PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah sedangkan peneliti pada Bank Aceh Syariah.

3. Penelitian yang dilakukan oleh Nining Wahyuningsih dan Nurul Jannah (2018) yang berjudul “Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Menggunakan *Internet Banking* Pada Bank Muamalat” *Internet banking* adalah pelayanan jasa bank yang memungkinkan nasabah untuk memperoleh informasi, melakukan komunikasi dan melakukan transaksi perbankan melalui jaringan internet. *Internet Banking* merupakan aktivitas perbankan yang dilakukan dari rumah, kantor atau tempat-tempat lain dengan memanfaatkan internet. Transaksi yang dapat dilakukan melalui internet banking adalah transfer uang, pengecekan saldo, pemindahbukuan, pembayaran rekening. Diharapkan dengan adanya *internet banking* ini akan semakin banyak masyarakat yang mau menggunakan dan mengakses

internet banking. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gambaran nasabah yang menggunakan *internet banking* dan untuk mengetahui pengaruh efisiensi, kepercayaan, kemudahan penggunaan terhadap kepuasan nasabah yang menggunakan *internet banking* di Bank Muamalat KCP Plered Cirebon. Penelitian ini merupakan penelitian survey yaitu suatu penelitian yang dilakukan melalui pengisian kuesioner yang diberikan kepada responden yaitu nasabah Bank Muamalat KCP Plered yang menggunakan internet banking. Pengisian kuesioner diukur melalui skala Likert. Hasil uji F menunjukkan berdasarkan hasil perhitungan F hitung sebesar 20,318 lebih besar dari Ftabel 2,77 dan angka signifikan sebesar 0,000 yaitu $< 0,05$ hal ini berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini berarti variabel efisiensi (X1), kepercayaan (X2) dan kemudahan (X3) secara bersama-sama mempengaruhi variabel kepuasan nasabah. Koefisien determinasi (R^2) nilainya 42,1 % dan sisanya 57,9% dipengaruhi variabel lain yang mungkin bisa berpengaruh lebih besar terhadap kepuasan nasabah.

4. Penelitian yang dilakukan oleh Yeni Anda Dwinurpitasari (2019) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Layanan dan Produk *Mobile Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah Pada BRI Syariah KCP Ponogoro”. Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif. Jenis penelitian ini

termasuk penelitian asosiatif kausal. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah pengguna *mobile banking* BRI Syariah KCP Ponorogo yang jumlahnya tidak diketahui. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik sampling aksidental dengan 97 responden sebagai sampel penelitian. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier sederhana dan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) Kualitas layanan *mobile banking* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada BRI Syariah KCP Ponorogo. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji t yang memperoleh nilai signifikan untuk variabel kualitas layanan *mobile banking* sebesar $0,000 < 0,05$ ($\text{sig} < \alpha=5\%$). (2) Kualitas produk *mobile banking* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada BRI Syariah KCP Ponorogo. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji t yang memperoleh nilai signifikan untuk variabel kualitas produk *mobile banking* sebesar $0,004 < 0,05$ ($\text{sig} < \alpha=5\%$). (3) Kualitas layanan *mobile banking* dan kualitas produk *mobile banking* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada BRI Syariah KCP Ponorogo. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji F yang memperoleh nilai sig sebesar $0,000 < 0,05$ ($\text{sig} < \alpha=5\%$). Persamaan dengan penelitian peneliti terletak pada variabel yaitu sama-sama melihat pada

variabel kualitas produk *mobile banking*, sedangkan perbedaannya terletak pada jenis penelitiannya yaitu penelitian asosiatif kausal.

5. Dalam penelitian Lailatu Syifa (2019). “Pengaruh Kemudahan Penggunaan *Mobile Banking* Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FITK UIN Syarif Hidayatullah Jakarta”. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi penelitian ini berjumlah 61 mahasiswa. Pengambilan sampel dilakukan menggunakan teknik *Accidental Sampling* yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu dengan kriteria mahasiswa yang menggunakan *mobile banking*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh kemudahan penggunaan *Mobile Banking* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa FITK UIN Syarif Hidayatullah Jakarta. Hal ini dibuktikan dengan menggunakan Uji t yang menunjukkan bahwa T hitung yaitu sebesar 5.477 dengan T tabel sebesar 1.67022. Dapat disimpulkan bahwa T hitung lebih besar dari pada T tabel yang artinya bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga terdapat pengaruh antara kemudahan penggunaan *Mobile Banking* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Jika dilihat dari analisis regresi sederhana menunjukkan bahwa $Y = (0.834) + 0.977 X$ dan nilai koefisien korelasi sebesar 0,581 serta nilai koefisien determinasi sebesar 0,337 atau 33,7%.

Hal ini bermakna bahwa kontribusi kemudahan penggunaan *mobile banking* dalam meningkatkan perilaku konsumtif adalah sebesar 33,7% sedangkan 66,3% dipengaruhi oleh faktor lain. Dengan demikian maka kemudahan penggunaan *mobile banking* berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa FITK UIN Syarif Hidayatullah Jakarta. Persamaannya terletak pada variabel yang dilihat yaitu variabel kemudahan penggunaan *mobile banking*, perbedaannya yaitu penelitian ini terhadap perilaku konsumtif mahasiswa FITK UIN Syarif, sedangkan penelitian peneliti terhadap nasabah pengguna *mobile banking* di Kota Banda Aceh.

Penelitian terkait bertujuan untuk mendapatkan bahan perbandingan dan acuan. Selain itu untuk menghindari anggapan kesamaan dengan penelitian lainnya, adapun ringkasan dari penelitian yang terkait dengan penelitian ini dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 2.1
Penelitian Terkait

No	Identitas Peneliti	Hasil Penelitian
1	Adela (2020) Pengaruh Layanan <i>Mobile Banking</i> Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Bank BNI Syariah KCP Raja Basa).	Hasil analisis regresi linear berganda diperoleh persamaan : $Y = 5,200 + -0,048 X_1 + 0,019 X_2 + 0,430 X_3 + 0,282 X_4 + e$. dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima, maka dapat dikatakan bahwa variabel layanan <i>Mobile Banking</i> yang meliputi kemudahan penggunaan layanan, keamanan sistem <i>Mobile Banking</i> , kredibilitas perusahaan jasa layanan perbankan, dan kecepatan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah.
2	Khusa (2020) Pengaruh Kualitas Layanan <i>Mobile Banking</i> Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah KC Manado-Tendeam)".	Diketahui nilai R^2 (R Square) dari tabel <i>Model Summary</i> adalah 0,221 atau sekitar 22,1%. Hal ini berarti bahwa pengaruh variabel independen (Kualitas Layanan) terhadap variabel dependen (Kepuasan Nasabah) adalah sebesar 22,1%. Sedangkan, sisanya 77,9% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Berdasarkan hasil penelitian ini variabel independen (Kualitas Layanan) berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Kepuasan Nasabah) di PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah KC Manado
3	Wahyuningsih dan Jannah (2018) Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Menggunakan Internet Banking Pada Bank Muamalat.	Hasil uji F menunjukkan berdasarkan hasil perhitungan F hitung sebesar 20,318 lebih besar dari F tabel 2,77 dan angka signifikan sebesar 0,000 yaitu $< 0,05$ hal ini berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini berarti variabel efisiensi (X_1), kepercayaan (X_2) dan kemudahan (X_3) secara bersama-sama mempengaruhi variabel kepuasan nasabah.

Tabel Lanjutan 2.1
Penelitian Terkait

No	Identitas Peneliti	Hasil Penelitian
4	Dwinurpitasari (2019) Pengaruh Kualitas Layanan dan Produk <i>Mobile Banking</i> Terhadap Kepuasan Nasabah Pada BRI Syariah KCP Ponorogo.	Hasil uji t yang memperoleh nilai signifikan untuk variabel kualitas layanan <i>mobile banking</i> sebesar $0,000 < 0,05$ ($\text{sig} < \alpha=5\%$). (2) Kualitas produk <i>mobile banking</i> berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada BRI Syariah KCP Ponorogo. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji t yang memperoleh nilai signifikan untuk variabel kualitas produk <i>mobile banking</i> sebesar $0,004 < 0,05$ ($\text{sig} < \alpha=5\%$). (3) Kualitas layanan <i>mobile banking</i> dan kualitas produk <i>mobile banking</i> secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada BRI Syariah KCP Ponorogo. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji F yang memperoleh nilai sig sebesar $0,000 < 0,05$ ($\text{sig} < \alpha=5\%$).
5	Lailatu Syifa (2019) Pengaruh Kemudahan Penggunaan <i>Mobile Banking</i> Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FITK UIN Syarif Hidayatullah Jakarta	Dapat disimpulkan bahwa T hitung lebih besar dari pada T tabel yang artinya bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga terdapat pengaruh antara kemudahan penggunaan <i>Mobile Banking</i> terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Jika dilihat dari analisis regresi sederhana menunjukkan bahwa $Y = (0.834) + 0.977 X$ dan nilai koefisien korelasi sebesar 0,581 serta nilai koefisien determinasi sebesar 0,337 atau 33,7%.

Sumber: Data diolah (2021)

2.13 Kerangka Pemikiran

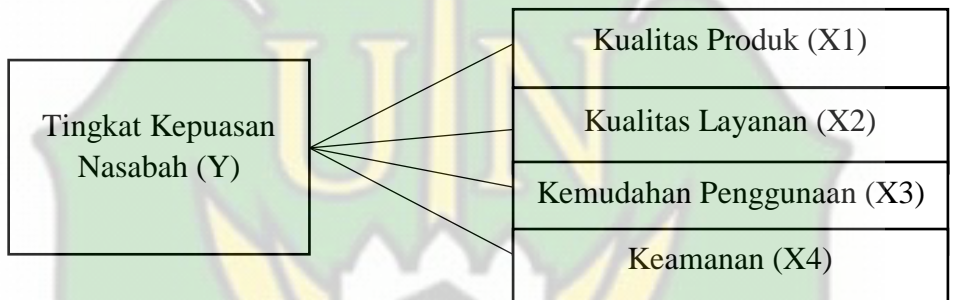
Kerangka berpikir adalah sintesis dari berbagai teori dan hasil penelitian yang relevan menunjukkan lingkup satu variabel atau lebih yang diteliti, perbandingan nilai satu variabel atau lebih yang pada sampel atau waktu yang berbeda, hubungan dua variabel atau lebih, perbandingan pengaruh antar variabel pada sampel yang berbeda dan bentuk hubungan stuktual. Dewasa ini perhatian terhadap kepuasan maupun ketidakpuasan pelanggan semakin besar karena pada dasarnya tujuan dari semua perusahaan adalah menciptakan kepuasan bagi setiap nasabah. Semakin tinggi tingkat kepuasan nasabah, maka akan mendatangkan keuntungan yang tinggi bagi perusahaan, dikarenakan pelanggan akan melakukan pembelian ulang terhadap produk yang ditawarkan perusahaan. Namun apabila tingkat kepuasan yang dirasakan oleh nasabah rendah, maka dengan kemungkinan nasabah akan berpindah ke produk perusahaan lain.

Kepuasan nasabah terhadap *Mobile Banking Action* dapat ditunjukkan nasabah melalui sikap nasabah, yaitu dengan semakin sering melakukan transaksi melalui menu yang tersedia pada aplikasi *Mobile Banking Action*, dan juga dapat dilihat dari semakin bertambah nasabah yang *mendownload* aplikasi *Mobile Banking Action*. Menurut Wahyuningsih dan Jannah (2018) ada beberapa faktor yang dapat menentukan kepuasan nasabah yaitu kualitas produk, kualitas pelayanan, kemudahan, dan keamanan.oleh karena

itu, peneliti ingin melihat bagaimana tingkat kepuasan nasabah pengguna *mobile banking* Bank Aceh Syariah.

Untuk memberikan gambaran yang lebih jelas, maka penulis menyajikan kerangka teori sebagai aspek yang diukur dari masyarakat Kota Banda Aceh meliputi:

Gambar 2.1
Kerangka Berpikir



Sumber: Data Diolah (2021)

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Adapun jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian yang akan diteliti adalah menggunakan metode kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang menggunakan angka-angka baik yang secara langsung diambil dari hasil penelitian maupun data yang diolah dengan menggunakan analisis statistik. Ada dua macam statistik yang digunakan untuk menganalisis data dalam penelitian, yaitu statistik deskriptif dan statistik inferensial (Sugiono, 2010). Pada penelitian ini peneliti menggunakan statistik deskriptif (analisis deskriptif). Analisis deskriptif merupakan bentuk analisis data untuk menguji generalisasi hasil penelitian yang didasarkan atas satu sampel. Analisis deskriptif ini dilakukan melalui pengujian hipotesis deskriptif. Hasil analisisnya adalah apakah hipotesis penelitian dapat digeneralisasikan atau tidak (Misbahuddin, 2013). Pendekatan penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan (*field research*) yaitu penelitian dengan melakukan kegiatan seperti menyebarkan pertanyaan dalam bentuk kuesioner kepada responden.

3.2 Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sumber data primer. Sumber data primer diperoleh melalui jawaban kuesioner yang dibagikan kepada nasabah kota Banda Aceh yang menggunakan *Mobile Banking Action Bank Aceh Syariah*. Sumber

data merupakan subjek dari mana data dapat diperoleh. Sumber data primer adalah sumber data yang diperoleh langsung oleh peneliti dari informan atau subjek penelitiannya (Sugiono, 2010).

3.3 Teknik Pengumpulan Data

3.3.1 Angket

Dalam penelitian ini angket diberikan kepada nasabah kota Banda Aceh yang menggunakan *Mobile Banking Action Bank Aceh Syariah*. Angket merupakan suatu pengumpulan data dengan menyebarkan daftar pertanyaan/ Pernyataan kepada responden dengan harapan memberikan respon atas daftar pertanyaan tersebut (Umar, 2014). Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab, tipe angket (kuesioner) dalam penelitian ini yaitu angket (kuesioner) tertutup dimana responden hanya cukup dengan memilih alternatif jawaban yang telah disediakan oleh peneliti. Dengan penggunaan kuesioner tertutup dapat mempermudah proses analisis data dari kuesioner yang telah terkumpul (Sugiono, 2016:142). Kuesioner ini berisi pertanyaan atau pernyataan dengan jawaban alternatif yang berkenaan dengan kepuasan nasabah terhadap penggunaan *Mobile Banking Action* pada Bank Aceh Syariah di Kota Banda Aceh.

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah nasabah kota Banda Aceh yang menggunakan *Mobile Banking Action Bank Aceh Syariah*. Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang memiliki kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti kemudian dipelajari untuk ditarik kesimpulannya (Siyoto, 2015). Populasi adalah keseluruhan dari objek penelitian yang dapat berupa manusia, hewan, tumbuh-tumbuhan, udara, gejala, nilai, peristiwa, sikap, hidup dan sebagainya sehingga objek-objek ini dapat menjadi sumber data penelitian. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah semua nasabah aktif Bank Aceh Syariah yang menggunakan *Mobile Banking Action* yang berada di wilayah kota Banda Aceh (Bugin, 2013).

3.5 Metode Analisis Data

Analisis data merupakan serangkaian kegiatan setelah data dari seluruh responden terkumpul, kemudian dilanjutkan dengan penelaahan, pengelompokan, sistematika, penafsiran, dan verifikasi data agar sebuah fenomena memiliki nilai sosial, akademis dan ilmiah. Dalam kegiatan mengelompokkan data dilakukan berdasarkan variabel dan jenis responden, menyajikan data diri setiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah dan melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah. Analisis data yang digunakan oleh

penulis dalam penelitian ini bertujuan untuk menjawab pertanyaan yang tercantum dalam identifikasi masalah. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan analisis kuantitatif deskriptif yang dinyatakan dengan angka-angka yang dalam perhitungannya menggunakan metode statistik bantuan dengan program SPSS (*Statistic Product and Service Solution*) (Siyoto, 2015).

3.5.1 Sampel

Menurut Sugiyono (2016) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel adalah sebagian anggota populasi yang diambil dalam menggunakan teknik tertentu. Pada penelitian ini populasi yang diambil berukuran besar dan jumlahnya tidak diketahui secara pasti sehingga menggunakan rumus Lameshow, yaitu :

$$n = \frac{z_{1-\alpha/2}^2 P(1-P)}{d^2} \quad 3.1$$

keterangan:

n = jumlah sampel

z = skor z pada kepercayaan 95% = 1,96

p = maksimal estimasi = 0,5

d = alpha (0,01) atau sampling error = 10%

$$\text{Maka } n = \frac{z^2 1-\alpha / 2 P(1-P)}{d^2}$$

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

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

$$n = 96,04 = \text{digenapkan } 100$$

Sehingga berdasarkan rumus diatas maka n yang diperoleh adalah $96,04 = 100$. Maka sekurang-kurangnya dalam penelitian ini adalah 100 orang responden. Kuesioner disebarkan berupa kuesioner *online* dalam bentuk *google form* kepada nasabah pengguna *Mobile Banking Action* Bank Aceh Syariah yang ada di kota Banda Aceh sebanyak 100 responden. Penentuan sampel pada penelitian ini dilakukan dengan jenis *non-probability sampling*. *Non-probability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi yang dipilih sebagai sampel.

Teknik *non-probability sampling* yang dipilih yaitu dengan menggunakan *purposive sampling* yang merupakan teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu dan sumber data dengan pertimbangan tertentu (Siyoto, 2015). Dengan kriteria nasabah yang telah menggunakan *Mobile Banking Action*. Dalam penelitian ini sampel yang akan diambil adalah seluruh nasabah pengguna *Mobile Banking Action* di Kota Banda Aceh yaitu 100 nasabah.

3.6 Skala Pengukuran

Skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang dan pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut jika digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif. Adapun skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert sebagai teknik penskalaan. Menurut Sugiyono (2016:93) skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian. Dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Dalam pernyataan angket tentang kepuasan nasabah pengguna *Mobile Banking Action* pada penelitian ini sebagai alternatif jawaban pernyataan responden, yaitu sangat puas, puas, kurang puas, tidak puas dan sangat tidak puas. Skala pengukuran dalam penelitian dapat disajikan dalam tabel sebagai berikut :

Tabel 3.1
Pengukuran Skala Likert

Jawaban	Keterangan	Bobot
SP	Sangat puas	5
P	Puas	4
KP	Kurang puas	3
P	Tidak Puas	2
SP	Sangat Tidak Puas	1

Sumber : Sugiyono (diolah), 2016

3.7 Operasional Variabel

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Secara teoritis variabel dapat didefinisikan sebagai atribut seseorang, atau objek yang mempunyai variasi antara satu orang dengan yang lain atau suatu objek dengan objek yang lain (Sugiyono, 2016:38). Variabel dalam penelitian ini adalah tingkat kepuasan nasabah pengguna *Mobile Banking Action Bank Aceh Syariah* dapat diketahui dengan membagikan angket mengenai indikator tingkat kepuasan nasabah yaitu kualitas produk, kualitas pelayanan, kemudahan, dan keamanan.

1. Kualitas produk adalah mutu atau kualitas yang terdapat pada suatu perusahaan yang mencakup produk, jasa, dan kinerja yang dapat memenuhi atau bahkan melebihi harapan-harapan nasabah (Hastuti, 2018).
2. Kualitas layanan merupakan upaya atau tata cara yang ditawarkan suatu pihak kepada nasabah tidak berwujud yang melibatkan fasilitas fisik yang dimiliki dan sumber daya manusia guna memenuhi keinginan sesuai dengan harapan nasabah (Firmansyah, 2019).

3. Kemudahan penggunaan merupakan suatu tingkat kepercayaan seorang bahwa menggunakan teknologi adalah hal yang mudah yang mana pemakai tidak dituntut berupaya lebih keras saat penggunaannya (Syifa, 2019).
4. Keamanan adalah usaha suatu pihak untuk melindungi yang dapat memberikan rasa percaya bagi pengguna tidak merasa bahaya, rasa takut, cemas, khawatir saat menggunakannya (Hendrasyah, 2012).



Tabel 3.2
Indikator Kualitas Produk

Variabel	Indikator	Pertanyaan Item
Kualitas Produk	1. Kinerja (<i>performance</i>)	1. <i>Mobile Banking Action</i> dapat diakses dengan cepat tanpa harus mendatangi kantor bank terlebih dahulu.
	2. Fitur (<i>Features</i>)	2. <i>Mobile Banking Action</i> memberikan fitur-fitur yang dibutuhkan untuk bertransaksi.
	3. Keandalan (<i>Reliability</i>)	3. <i>Mobile Banking Action</i> memberikan pelayanan yang tepat sesuai dengan kebutuhan nasabah.
	4. <i>Serviceability</i>	4. Produk <i>Mobile Banking Action</i> berdampak baik bagi nasabah Bank Aceh Syariah 5. <i>Mobile Banking Action</i> menyediakan kemudahan kontak dengan pihak bank jika ada hal yang mendesak.
	5. kesan kualitas	6. Dengan menggunakan produk <i>Mobile Banking Action</i> kebutuhan transaksi yang mendesak dapat teratasi.
	6. Kesesuaian spesifikasi (<i>Conformance with specification</i>)	7. Penggunaan <i>Mobile Banking Action</i> tidak membutuhkan biaya administrasi yang mahal.
	7. Persepsi terhadap kualitas (<i>perceived quality</i>)	8. Produk <i>Mobile Banking Action</i> lebih bisa dipercaya daripada layanan mobile lainnya.

Sumber : Sufiati (diolah), 2019.

Tabel 3.3
Indikator Kualitas Layanan

Variabel	Indikator	Pertanyaan Item
Kualitas Layanan	1. Keandalan (<i>Reliability</i>)	1. Pada penggunaan <i>Mobile Banking Action</i> jarang terjadi kesalahan dalam pelayanan. 2. Layanan yang diberikan <i>Mobile Banking Action</i> sesuai dengan yang dipromosikan. 3. Layanan <i>Mobile Banking Action</i> dapat diandalkan dalam menangani masalah yang dihadapi nasabah.
	2. Jaminan (<i>Assurance</i>)	4. <i>Mobile Banking Action</i> memberikan jaminan kerahasiaan data transaksi yang dilakukan oleh nasabah.
	3. Empati (<i>Empathy</i>)	5. Pada beranda <i>Mobile Banking Action</i> selalu memberikan pelayanan prima (<i>Excellent service</i>). 6. Pada beranda <i>Mobile Banking Action</i> selalu memberikan informasi terbaru mengenai produk bank.
	4. Bukti Langsung (<i>Tangibles</i>)	7. Tampilan menu pada <i>Mobile Banking Action</i> yang ditawarkan begitu menarik. 8. Menu yang tersedia pada <i>Mobile Banking Action</i> memudahkan nasabah bertransaksi.

Sumber : Sufiati (diolah) 2019.

Tabel 3.4
Indikator Kemudahan Penggunaan

Variabel	Indikator	Pertanyaan Item
Kemudahan penggunaan	1. Mudah dipelajari (<i>Easy of learn</i>)	1. Penggunaan <i>Mobile Banking Action</i> sangat mudah untuk dipelajari.
	2. Terkendali (<i>controllable</i>)	2. <i>Mobile Banking Action</i> mudah untuk dikendalikan.
	3. jelas dan dapat dimengerti	3. <i>Mobile Banking Action</i> menyediakan informasi yang cukup jelas untuk dipahami.

Tabel Lanjutan 3.4
Indikator Kemudahan Penggunaan

Variabel	Indikator	Pertanyaan Item
Kemudahan Penggunaan	4. Fleksibel	4. <i>Mobile Banking Action</i> dapat digunakan kapanpun untuk bertransaksi. 5. <i>Mobile Banking Action</i> mudah dibawa-bawa untuk bertransaksi
	5. Mudah untuk menjadi terampil	6. <i>Mobile Banking Action</i> mudah untuk nasabah terampil dalam menggunakannya.
	6. Mudah digunakan	7. Sistem <i>Mobile Banking Action</i> secara keseluruhan mudah untuk digunakan.

Sumber: Hidayat (diolah), 2018

Tabel 3.5
Indikator Keamanan

Variabel	Indikator	Pertanyaan Item
Keamanan	1. Autentikasi	1. Dengan menggunakan <i>Mobile Banking Action</i> nomor PIN, password, dan kode MPIN, nasabah terjamin keamanannya.
	2. Integritas	2. <i>Mobile Banking Action</i> memberikan keamanan dari setiap data transaksi yang dilakukan oleh nasabah.
		3. <i>Mobile Banking Action</i> memiliki tingkat kredibilitas yang baik.
	3. Non-repudiation	4. <i>Mobile Banking Action</i> selalu memberikan informasi data setiap pengirim dan penerima uang yang telah dikirimkan.
	4. Privasi	5. <i>Mobile Banking Action</i> memberikan keamanan data pribadi dalam penggunaan layanan <i>mobile banking</i> .
5. Keselamatan	5. Keselamatan	6. <i>Mobile Banking Action</i> lebih aman dibandingkan dengan layanan <i>mobile</i> yang lainnya.
		7. Sistem keamanan <i>Mobile Banking Action</i> dapat menjaga data nasabah dengan baik.

Sumber : Muksalmina (diolah) 2019.

3.8 Pengujian Instrumen Penelitian

3.8.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur kevalidan atau kesahihan suatu pernyataan kuesioner yang akan ditanyakan kepada responden, suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan nilai r hasil *corrected item total correlation* dengan kriteria sebagai berikut:

1. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka pernyataan tersebut dinyatakan valid.
2. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka pernyataan tersebut dinyatakan tidak valid.

3.8.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas instrumen merupakan alat untuk menggambarkan pada suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabel jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan ialah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2016). Pengukuran dilakukan dengan menggunakan aplikasi *SPSS* yang memberikan fasilitas untuk mengukur kereliabelan dengan uji statistik *cronbach alpha*, dengan kriteria bahwa suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan *cronbach alpha* $> 0,60$ maka reliabilitas bisa diterima. Tujuan dari validitas dan reliabilitas kuesioner untuk meyakinkan bahwa kuesioner yang kita susun akan benar-benar baik dalam mengukur gejala dan data yang valid.

3.9 Analisis Statistik Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan dari item pernyataan yang telah diajukan dalam angket. Analisis dilakukan untuk menyusun data yang diperoleh dari angket dan disusun secara sistematis dalam bentuk tabel frekuensi sehingga dapat untuk ditarik kesimpulan. Menurut Sugiyono (2016) analisis statistik deskriptif yaitu statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya.

Dalam analisis ini kepuasan nasabah terhadap penggunaan *Mobile Banking Action* Bank Aceh Syariah dilihat dari kualitas produk, kualitas pelayanan, kemudahan dan keamanan yang disajikan dalam bentuk skala dengan metode pengukuran skala likert sebagai berikut :

1. Penentuan nilai jawaban

Penentuan nilai jawaban dilihat berdasarkan pada skala likert yaitu terdapat pada tabel 3.6 :

Table 3.6
Skala Jawaban Penilaian

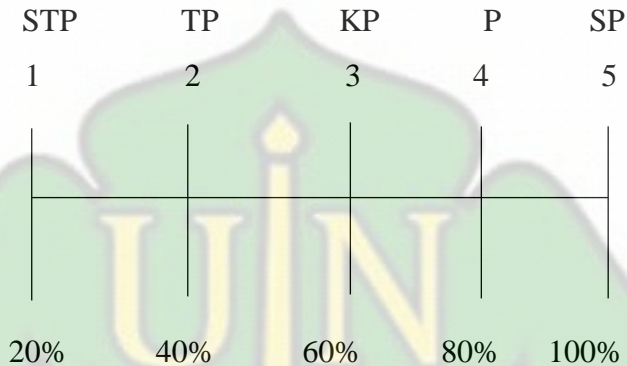
Skala Jawaban	Nilai
Sangat Puas	5
Puas	4
Kurang Puas	3
Tidak Puas	2
Sangat Tidak Puas	1

Sumber: Sugiyono (diolah) 2016

2. Skala Penilaian

Nilai skala dan jarak penilaian ditentukan berdasarkan dari nilai pada tabel 3.6 diatas dapat dilihat sebagai berikut :

Gambar 3.1
Skala Ukuran Penilaian



Skala penilaian berfungsi untuk mengetahui hasil data angket secara umum dan keseluruhan yang didapat dari penilaian angket. Dengan ketentuan sebagai berikut:

Table 3.7
Skala Persentase (%)

Nilai Jawaban	Skala
81% - 100%	SP
61% - 80%	P
41% - 60%	KP
21% - 40%	TP
0% - 20%	STP

Sumber: Data diolah (2021)

3. Persentase Jawaban

Untuk mengetahui persentase jawaban responden yaitu digunakan rumus sebagai berikut :

Persentase = Jumlah Skor x Jumlah Responden

Sedangkan untuk mengetahui persentase jawaban dalam bentuk persen (%), digunakan rumus sebagai berikut :

$$\frac{\text{Jumlah Skor}}{\text{Alternatif Jawaban Tertinggi X Jumlah Responden}} \times 100\%$$

(Sugiyono, 2019).



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum *Mobile Banking Action Bank*

4.2 Aceh Syariah

Mobile Banking Action Bank Aceh Syariah merupakan 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 *Mobile Banking Action Bank* Aceh Syariah dengan menggunakan media jaringan internet pada handphone yang dikombinasikan dengan *media Short Message Service (SMS)*, ketika nasabah ingin melakukan pembayaran atau transfer dan lain sebagainya, dapat melalui menu yang tersedia pada *Mobile Banking Action* secara praktis, mudah, cepat dan aman. Seperti biaya pendidikan, infaq, zakat, samsat Aceh, Pemkot Banda Aceh dan juga dapat melakukan mentransfer antar Bank Aceh Syariah dan juga bank lainnya (Action Bank Aceh, 2020).

4.3 Cara Regristrasi *Mobile Banking Action*

Nasabah yang ingin menggunakan fasilitas *Mobile Banking Action* dapat mengunduh terlebih dahulu aplikasi Action pada *Play Store* atau *App Store*, di field pencarian masukkan kata kunci “Bank Aceh *Mobile*”. Setelah proses instalasi selesai, klik aplikasi “Bank Aceh *Mobile*”, Pilih “Daftar”, lalu centang syarat dan ketentuan bahwa nasabah menyetujui segala persyaratan yang

diberikan oleh Bank Aceh Syariah. Lalu nasabah dapat mengisi data perbankan nasabah terlebih dahulu seperti “Nomor *Handphone*”, “No kartu ATM”, dan “PIN ATM” (pastikan email aktif Anda sudah terdaftar di Bank Aceh Syariah). Selanjutnya nasabah akan menerima SMS kode OTP sebagai verifikasi bahwa nasabah melakukan registrasi *Action*. Setelah input kode OTP sukses, aplikasi akan menampilkan halaman untuk membuat username dan password, selanjutnya dilakukan pembuatan MPIN dengan memasukkan 6 digit MPIN nasabah yang dikonfirmasi melalui nomor *handphone* nasabah yang telah terdaftar sebelumnya, kemudian ulangi masukkan 6 digit MPIN, dan proses registrasi selesai. Selanjutnya nasabah dapat menggunakan *username* dan *password* untuk login ke dalam *Action*.

4.4 Fitur-Fitur Yang Tersedia Pada Aplikasi *Mobile Banking Action*

Fitur yang terdapat pada *Action*, diantaranya yaitu :

1. Transfer antar BAS
2. Transfer antar Bank Lain
3. *Quick Transfer* antar BAS via QR Code
4. Cek saldo & mutasi rekening
5. *E-Statement*/Riwayat Transaksi
6. Pembayaran Zakat, Infak, Universitas Teuku Umar, UIN Ar-Raniry, e-Setor Pemkot Banda Aceh, Samsat Aceh.
7. Penambahan Rekening
8. Login menggunakan Biometric

9. Penggantian Password, MPIN dan Perangkat Baru

4.5 Cara Mengaktifkan Fitur

Fitur tersebut dapat login dengan menggunakan biometrik merupakan salah satu teknologi keamanan untuk dapat masuk kedalam aplikasi *Action* menggunakan *fingerprint/ touch ID*, Sebelum menggunakan fitur ini, pastikan sensor pemindai pada smartphone Anda harus diaktifkan terlebih dahulu.

4.5.1 Limit Transaksi Mobile Banking Action

1. Untuk limit maksimal akumulasi per hari Rp 25.000.000.
2. Limit maksimal per transaksi Rp 10.000.000,-.
3. Limit minimal per transaksi Rp 1.000,-

4.5.2 Jenis Rekening Yang Dapat Melakukan Registrasi Aplikasi *Mobile Banking Action*

Jenis Rekening yang dapat didaftarkan di Action adalah :

1. Tabungan Aneka Guna
2. Tabungan Simpeda
3. Tabungan Seulanga
4. Tabungan Firdaus iB
5. Tabungan Aneka Guna iB Wadiah
6. Tabungan Aneka Guna iB
7. Tabungan Simpeda iB
8. Tabungan Seulanga ib
9. Giro Amanah iB Perorangan (Pribumi)
10. Giro Amanah iB Perorangan (Non Pribumi)
11. Giro Perorangan (pribumi dan non pribumi)

4.5.3 Jenis Rekening Yang Tidak Dapat Melakukan Registrasi Aplikasi *Mobile Banking Action*

Jenis Rekening yang tidak dapat didaftarkan di *mobile action* adalah:

1. Tabunganku
2. Tabungan Simpel
3. Tabungan Pensiun
4. Tabungan Haji

4.6 Karakteristik Responden

Karakteristik responden dalam penelitian ini dilakukan untuk 100 responden yaitu nasabah Bank Aceh Syariah pengguna *Mobile Banking Action* di Kota Banda Aceh. Nasabah Bank Aceh Syariah pengguna *Mobile Banking Action* di Kota Banda Aceh tersebut memiliki karakteristik mengikuti jenis kelamin, umur, pendidikan, pekerjaan, berapa kali menggunakan *Mobile Banking Action*, dan domisili. Sesuai dengan teknik penarikan sampel maka seluruh populasi ditetapkan sebagai sampel penelitian, deskripsi karakteristik nasabah Bank Aceh Syariah pengguna *Mobile Banking Action* di Kota Banda Aceh dapat dilihat pada tabel 4.1 berikut:

Tabel 4.1
Karakteristik Nasabah Pengguna *Mobile Banking Action*
di Kota Banda Aceh

No	Karakteristik	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Jenis Kelamin		
	1. Laki-laki	44	44,0
	2. Perempuan	56	56,0
2.	Umur		
	1. < 20	14	14,0
	2. 21-40	78	78,0
	3. 41-50	6	6,0
	4. > 51	2	2,0
3.	Pendidikan Terakhir		
	1. < SMP	2	2,0
	2. SMA	55	55,0
	3. Diploma	4	4,0
	4. S1	34	34,0
	5. S2/S3	5	5,0
4.	Pekerjaan		
	1. PNS	8	8,0
	2. Wiraswasta	10	10,0
	3. Mahasiswa	40	40,0
	4. Pedagang	5	5,0
	5. Dan lain-lain	37	37,0
5.	Pernah Menggunakan <i>Mobile Banking Action</i>		
	1. 1 Kali	29	29,0
	2. 2 Kali	6	6,0
	3. 3 Kali	9	9,0
	4. > 3 Kali	56	56,0
6.	Domisili		
	1. Meuraksa	8	8,0
	2. Kuta Raja	10	10,0
	3. Kuta Alam	12	12,0
	4. Syiah Kuala	14	14,0
	5. Ulee Kareng	18	18,0
	6. Baiturrahman	11	11,0
	7. Lueng Bata	7	7,0
	8. Banda Raya	12	12,0
	9. Jaya Baru	8	8,0
Total		100	100

Sumber: Data primer Output SPSS Statistik IBM versi 22 (2021).

Berdasarkan tabel 4.1 menunjukkan bahwa penelitian terhadap 100 nasabah pengguna *Mobile Banking Action Bank Aceh* Syariah di Kota Banda Aceh, yaitu :

Dilihat berdasarkan karakteristik jenis kelamin pada penelitian ini responden perempuan mendominasi yaitu sebanyak 56 atau 56% sedangkan yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 44 atau 44% responden. Hal ini dikarenakan keterbatasan jangkauan peneliti yang mana lebih mudah untuk ditemui yaitu responden perempuan.

Dilihat berdasarkan tingkat usia responden pada usia 21-40 tahun mendominasi pada penelitian ini yaitu berjumlah 78 atau 78% responden, hal ini sejalan dengan kondisi dan perilaku keuangan milenial yang memiliki potensi yang besar dalam layanan keuangan digital. Pada usia < 20 tahun berjumlah 14 atau 14% responden dikarenakan kisaran umur <20 relatif masih dibutuhkan pengawasan yang ketat dan izin orang tua agar penggunaan *mobile banking action* dapat digunakan dengan bijak.

Dilihat berdasarkan dari tingkat pendidikan terakhir pada tingkat SMA mendominasi pada penelitian ini yaitu berjumlah 55 responden atau 55% dan pada tingkat S1 sebanyak 34 responden atau 34%, keadaan ini sejalan dengan tingkat pekerjaan dimana yang mendominasi pada tingkat pekerjaan yaitu pekerjaan mahasiswa sebanyak 40 atau 40% responden dan pada pekerjaan yang lainnya sebanyak 37 responden atau 37%.

Dilihat berdasarkan dari pekerjaan pada pekerjaan mahasiswa mendominasi pada penelitian ini yaitu berjumlah 40 responden atau 40% dan pada pekerjaan lainnya sebanyak 37 atau 37% responden, sejalan dengan usia milenial potensi yang besar dalam layanan keuangan digital. keadaan ini juga dikarenakan umumnya kalangan muda sudah diberikan kepercayaan oleh orang tua untuk memegang sejumlah uang dan mengalokasikan uang tersebut, bahkan sebahagiannya sudah memiliki kemampuan finansialnya sendiri.

Dilihat berdasarkan berapa kali digunakan *Mobile Banking Action* didominasi pada > 3 kali penggunaan sebanyak 56 atau 56 % responden, hal ini membuktikan bahwa nasabah sudah berulang kali menggunakan produk *mobile banking action* dalam bertransaksi, kondisi ini menunjukkan bahwa nasabah merasa dimudahkan dengan adanya layanan *mobile banking action* dan cara penggunaannya.

Dilihat berdasarkan domisili mendominasi pada domisili Ulee Kareng berjumlah 18 atau 18% responden dan di Syiah Kuala berjumlah 14 atau 14% responden, hal ini sejalan dengan nilai karakter sebelumnya. Pada kedua kecamatan tersebut merupakan wilayah yang lebih sering ditemuinya responden yang usianya masih tergolong usia muda, namun jika dilihat dari keseluruhan maka setiap domisili relatif sudah mewakili dalam pengukuran kepuasan nasabah pengguna *mobile banking action* di Kota Banda Aceh.

4.7 Uji Validitas dan Reliabilitas

4.7.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk menguji valid atau tidaknya dari setiap item pada daftar pertanyaan yang terdapat pada angket, maka dari itu dilakukan penyebaran angket kepada responden yaitu sebanyak 100 responden. Hasil uji validitas dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.2
Hasil Uji Validitas 100 Responden

Variabel	r Tabel	r Hitung	Keterangan
KP1	0.165	0.687	Valid
KP2	0.165	0.833	Valid
KP3	0.165	0.899	Valid
KP4	0.165	0.809	Valid
KP5	0.165	0.715	Valid
KP6	0.165	0.807	Valid
KP7	0.165	0.734	Valid
KP8	0.165	0.753	Valid
KL1	0.165	0.817	Valid
KL2	0.165	0.811	Valid
KL3	0.165	0.807	Valid
KL4	0.165	0.794	Valid
KL5	0.165	0.811	Valid
KL6	0.165	0.876	Valid
KL7	0.165	0.848	Valid
KL8	0.165	0.886	Valid
KP1	0.165	0.834	Valid
KP2	0.165	0.850	Valid
KP3	0.165	0.897	Valid
KP4	0.165	0.862	Valid
KP5	0.165	0.894	Valid
KP6	0.165	0.898	Valid
KP7	0.165	0.860	Valid
K1	0.165	0.850	Valid
K2	0.165	0.805	Valid

Tabel 4.2 Lanjutan
Hasil Uji Validitas 100 Responden

Variabel	r Tabel	r Hitung	Keterangan
K3	0.165	0.883	Valid
K4	0.165	0.767	Valid
K5	0.165	0.895	Valid
K6	0.165	0.869	Valid
K7	0.165	0.870	Valid

Sumber: Data Primer Output SPSS Statistik IBM versi 22 (2021).

Berdasarkan tabel 4.2 pada uji validitas dapat diketahui bahwa dari masing-masing pernyataan dalam instrumen dinyatakan valid. Hal tersebut dapat diketahui dengan membandingkan setiap nilai r Hitung (*pearson correlation*) dengan r Tabel dan hasilnya menunjukkan bahwa nilai pada r Hitung (*pearson correlation*) setiap komponen pernyataannya lebih besar dari nilai r Tabel. Dengan pengambilan keputusan r Tabel diambil dengan rumus $df = N - 2$ yang berarti $df = 100 - 2 = 98$. Jadi dapat dilihat pada Tabel r yaitu 0.165 sedangkan r Hitung lebih besar dari nilai r Tabel tersebut.

4.7.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk menggambarkan kemantapan suatu instrumen pengukuran. Dalam penelitian ini, untuk membuktikan bahwa instrument pernyataan ini reliabilitas peneliti menggunakan bantuan aplikasi SPSS, Dapat dilihat pada tabel 4.3 dibawah ini:

Table 4.3
Hasil Uji Reliabilitas 100 Responden

Variabel	Minimal Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha	Keterangan
Kualitas Produk	0,60	0.907	Reliabel
Kualitas Layanan		0.936	Reliabel
Kemudahan		0.946	Reliabel
Keamanan		0.932	Reliabel

Sumber: Data Primer Output SPSS Statistik IBM versi 22 (2021).

Berdasarkan tabel 4.3 di atas menunjukkan bahwa dari variabel-variabel pada instrumen yang digunakan dinyatakan reliabel. Dengan kriteria nilai *cronbach's alpha* lebih besar dari minimal *cronbach's alpha* >0,60 maka reliabilitas bisa diterima.

4.8 Analisis Deskriptif

Pada penelitian ini, kepuasan nasabah Bank Aceh Syariah di Kota Banda Aceh terhadap penggunaan *Mobile Banking Action* dilihat dari kualitas produk, kualitas layanan, kemudahan dan keamanan yang akan dipaparkan dalam bentuk analisis deskriptif, sebagai berikut :

4.8.1 Analisis Kepuasan Nasabah Bank Aceh Syariah di Kota Banda Aceh terhadap Penggunaan *Mobile Banking Action* dilihat dari Kualitas Produk

Analisis tingkat kepuasan nasabah pengguna *Mobile banking Action* di Kota Banda Aceh pada penelitian ini diukur dengan beberapa item pernyataan yaitu sebagai berikut:

1. *Mobile Banking Action* dapat diakses dengan cepat tanpa harus mendatangi kantor bank terlebih dahulu.
2. *Mobile Banking Action* memberikan fitur-fitur yang dibutuhkan untuk bertransaksi.
3. *Mobile Banking Action* memberikan pelayanan yang tepat sesuai dengan kebutuhan nasabah.
4. Produk *Mobile Banking Action* berdampak baik bagi nasabah Bank Aceh Syariah.
5. *Mobile Banking Action* menyediakan kemudahan kontak dengan pihak bank jika ada hal yang mendesak.
6. Dengan menggunakan *Mobile Banking Action* kebutuhan transaksi yang mendesak dapat teratasi.
7. Penggunaan *Mobile Banking Action* tidak membutuhkan biaya administrasi yang mahal.
8. Produk *Mobile Banking Action* lebih bisa dipercaya daripada layanan *mobile* lainnya.

Dari pernyataan item diatas, kepuasan nasabah dapat diukur berdasarkan hasil penelitian sebagai berikut:

Tabel 4.3
Kepuasan Nasabah dari Segi Kualitas Produk

No	STP		TP		KP		P		SP		Total	
	fr	%	Fr	%	Fr	%	Fr	%	Fr	%	Fr	%
1	-	-	2	2,0	7	7,0	35	35,0	56	56,0	100	100
2	1	1,0	2	2,0	6	6,0	40	40,0	51	51,0	100	100
3	1	1,0	-	-	10	10,0	38	38,0	51	51,0	100	100
4	-	-	1	1,0	9	9,0	36	36,0	54	54,0	100	100
5	-	-	1	1,0	11	11,0	43	43,0	45	45,0	100	100
6	1	1,0	-	-	6	6,0	28	28,0	65	65,0	100	100
7	1	1,0	4	4,0	6	6,0	41	41,0	48	48,0	100	100
8	-	-	2	2,0	12	12,0	42	42,0	44	44,0	100	100

Sumber: Data Primer (diolah), 2021

Pada tabel 4.3 di atas menunjukkan bahwa untuk pernyataan yang pertama, responden lebih banyak menjawab sangat puas sebanyak 56% responden. Kemudian sebanyak 35% yang menjawab puas dan 7% yang menjawab kurang puas dan 2% yang menjawab tidak puas dan tidak ada yang menjawab pada kategori sangat tidak puas pada pernyataan ini.

Pada pernyataan kedua menunjukkan bahwa yang menjawab sangat tidak puas sebanyak 1 responden atau 1% dan yang menjawab tidak puas sebanyak 2 responden atau 2% dan yang menjawab kurang puas sebanyak 6 responden atau 6% dan yang menjawab puas sebanyak 40 responden atau 40% dan yang menjawab 51 responden atau 51%.

Pada pernyataan ketiga menunjukkan bahwa responden lebih banyak menjawab sangat puas sebanyak 51 responden atau 51% dan yang menjawab puas sebanyak 38 responden atau 38% dan yang menjawab kurang puas sebanyak 10 responden atau

10% dan yang menjawab sangat tidak puas sebanyak 1 responden atau 1%, dan tidak ada yang menjawab tidak puas pada pernyataan ketiga pada angket tersebut.

Pada pernyataan keempat menunjukkan bahwa jawaban responden tidak ada yang menjawab sangat tidak puas, kemudian yang menjawab tidak puas 1 responden atau 1% dan yang menjawab kurang puas sebanyak 9 responden atau 9% dan yang menjawab puas sebanyak 36 responden atau 36% dan yang paling banyak jawaban responden yaitu sangat puas sebanyak 54 responden atau 54%.

Pada pernyataan kelima menunjukkan bahwa tidak ada responden yang menjawab pada kategori sangat tidak puas, dan yang menjawab tidak puas sebanyak 1 responden atau 1% dan yang menjawab kurang puas sebanyak 11 responden atau 11% dan yang menjawab puas sebanyak 43 responden atau 43% dan yang menjawab sangat puas sebanyak 45 responden atau 45%.

Pada pernyataan keenam yaitu dengan menggunakan *Mobile Banking Action* kebutuhan transaksi yang mendesak dapat teratasi. Sebagian besar responden menjawab sangat puas dengan pernyataan tersebut dengan jawaban sangat puas sebanyak 65 responden atau 65% dan yang menjawab puas sebanyak 28 responden atau 28% dan yang menjawab kurang puas sebanyak 6 responden atau 6% dan yang menjawab sangat tidak puas hanya terdapat 1 responden atau 1% dan tidak ada responden yang

menjawab pada kategori tidak puas pada pernyataan keenam pada angket tersebut.

Pada pernyataan ketujuh menunjukkan bahwa responden yang menjawab sangat tidak puas sebanyak 1 responden atau 1% dan yang menjawab tidak puas sebanyak 4 responden atau 4% dan yang menjawab kurang puas sebanyak 6 responden atau 6% dan yang menjawab puas sebanyak 41 responden atau 41% dan responden yang menjawab sangat puas sebanyak 48 responden atau 48%.

Pada pernyataan kedelapan responden lebih banyak menjawab sangat puas dengan jawaban sebanyak 44 responden atau 44% dan yang menjawab puas sebanyak 42 responden atau 42% dan yang menjawab kurang puas sebanyak 12 responden atau 12% dan yang menjawab tidak puas sebanyak 4 responden atau 4%, kemudian tidak ada responden yang menjawab sangat tidak puas pada pernyataan ini.

Berdasarkan penilaian diatas, maka dapat dilihat presentase kepuasan nasabah dari segi kualitas produk pada tabel 4.4 sebagai berikut:

Tabel 4.4
Persentase Kepuasan Nasabah dari Segi Kualitas Produk

No	Pernyataan	Skala Jawaban	Frekuensi Jawaban X Nilai Skala = Hasil	Rata-rata/%
1	<i>Mobile Banking Action</i> dapat diakses dengan cepat tanpa harus mendatangi kantor bank terlebih dahulu	STP	-	4,45 89%
		TP	2 X 2 = 4	
		KP	7 X 3 = 21	
		P	35 X 4 = 140	
		SP	56 X 5 = 280	
		Total 445 : 100 445 : (5 X 100) X 100%		
2	<i>Mobile Banking Action</i> memberikan fitur-fitur yang dibutuhkan untuk bertransaksi	STP	1 X 1 = 1	4,38 87,6%
		TP	2 X 2 = 4	
		KP	6 X 3 = 18	
		P	40 X 4 = 160	
		SP	51 X 5 = 255	
		Total 438 : 100 438 : (5 X 100) X 100%		
3	<i>Mobile Banking Action</i> memberikan pelayanan yang tepat sesuai dengan kebutuhan nasabah	STP	1 X 1 = 1	4,38 87,6%
		TP	-	
		KP	10 X 3 = 30	
		P	38 X 4 = 152	
		SP	51 X 5 = 255	
		Total 438 : 100 438 : (5 X 100) X 100%		
4	Produk <i>Mobile Banking Action</i> berdampak baik bagi nasabah Bank Aceh Syariah	STP	-	4,43 88,6%
		TP	1 X 2 = 2	
		KP	9 X 3 = 27	
		P	36 X 4 = 144	
		SP	54 X 5 = 270	
		Total 443 : 100 443 : (5 X 100) X 100%		
5	<i>Mobile Banking Action</i> menyediakan kemudahan kontak dengan pihak bank jika ada hal yang mendesak	STP	-	4,32 86,4%
		TP	1 X 2 = 2	
		KP	11 X 3 = 33	
		P	43 X 4 = 172	
		SP	45 X 5 = 225	
		Total 432 : 100 432 : (5 X 100) X 100%		

Tabel 4.5 Lanjutan
Persentase Kepuasan Nasabah dari Segi Kualitas Produk

No	Pernyataan	Skala Jawaban	Frekuensi Jawaban X Nilai Skala = Hasil	Rata-rata/%
6	Dengan menggunakan <i>Mobile Banking Action</i> kebutuhan transaksi yang mendesak dapat teratasi	STP	$1 \times 1 = 1$	4,56 91,2%
		TP	-	
		KP	$6 \times 3 = 18$	
		P	$28 \times 4 = 112$	
		SP	$65 \times 5 = 325$	
		Total 456 : 100 $456 : (5 \times 100) \times 100\%$		
7	Penggunaan <i>Mobile Banking Action</i> tidak membutuhkan biaya admistrasi yang mahal	STP	$1 \times 1 = 1$	4,31 86,2%
		TP	$4 \times 2 = 8$	
		KP	$6 \times 3 = 18$	
		P	$41 \times 4 = 164$	
		SP	$48 \times 5 = 240$	
		Total 431 : 100 $431 : (5 \times 100) \times 100\%$		
8	Produk <i>Mobile Banking Action</i> lebih bisa dipercaya daripada layanan <i>mobile</i> lainnya	STP	-	4,28 85,6%
		TP	$2 \times 2 = 4$	
		KP	$12 \times 3 = 36$	
		P	$42 \times 4 = 168$	
		SP	$44 \times 5 = 220$	
		Total 428 : 100 $428 : (5 \times 100) \times 100\%$		
Total keseluruhan		3511		
Jumlah rata-rata & variabel			30,83 : 8	3,85
			$3511 : (5 \times 100) : 8 \times 100\%$	87,77%

Sumber: Data Primer (diolah), 2021

Dari hasil pada tabel 4.4 diatas dapat dijelaskan bahwa dari kedelapan pernyataan item tersebut, pada item keenam memperoleh penilaian tertinggi dari nasabah yaitu sebanyak 91,2%. Pernyataan item tersebut yaitu “dengan menggunakan *Mobile Banking Action* kebutuhan transaksi yang mendesak dapat teratasi” pernyataan ini tentunya sangat dipahami oleh pengguna *Mobile Banking Action* dimana dengan adanya aplikasi *Mobile Banking Action* nasabah

akan secara cepat, efektif dan juga efisien dalam bertransaksi tanpa memerlukan waktu yang lama. Sedangkan pernyataan dengan nilai presentase terendah yaitu pada pernyataan item nomor tujuh, pernyataan item tersebut yaitu “Penggunaan *Mobile Banking Action* tidak membutuhkan biaya admistrasi yang mahal”.

4.8.2 Analisis Kepuasan Nasabah Bank Aceh Syariah di Kota Banda Aceh terhadap Penggunaan *Mobile Banking Action* dilihat dari Kualitas Layanan

Analisis tingkat kepuasan nasabah pengguna *Mobile banking Action* di Kota Banda Aceh pada penelitian ini diukur dengan beberapa pernyataan item yaitu sebagai berikut:

1. Pada penggunaan *Mobile Banking Action* jarang terjadi kesalahan dalam pelayanan.
2. Layanan yang diberikan *Mobile Banking Action* sesuai dengan yang dipromosikan.
3. Layanan *Mobile Banking Action* dapat diandalkan dalam menangani masalah yang dihadapi nasabah.
4. *Mobile Banking Action* memberikan jaminan kerahasiaan data transaksi yang dilakukan oleh nasabah.
5. Pada beranda *Mobile Banking Action* selalu memberikan pelayanan prima(*Excellent service*).
6. Pada beranda *Mobile Banking Action* selalu memberikan informasi terbaru mengenai produk bank.
7. Tampilan menu pada *Mobile Banking Action* yang ditawarkan begitu menarik.

8. Menu yang tersedia pada *Mobile Banking Action* memudahkan nasabah bertransaksi.

Dari pernyataan item diatas, kepuasan nasabah dapat diukur berdasarkan hasil penelitian sebagai berikut:

Table 4.6
Kepuasan Nasabah dari Segi Kualitas Layanan

No	STP		TP		KP		P		SP		Total	
	Fr	%	Fr	%	Fr	%	Fr	%	Fr	%	Fr	%
1	-	-	2	2,0	17	17,0	35	35,0	46	46,0	100	100
2	1	1,0	1	1,0	5	5,0	46	46,0	47	47,0	100	100
3	-	-	2	2,0	9	9,0	44	44,0	45	45,0	100	100
4	-	-	3	3,0	4	4,0	36	36,0	57	57,0	100	100
5	1	1,0	1	1,0	8	8,0	37	37,0	53	53,0	100	100
6	-	-	4	4,0	8	8,0	40	40,0	48	48,0	100	100
7	-	-	1	1,0	15	15,0	37	37,0	47	47,0	100	100
8	1	1,0	1	1,0	6	6,0	32	32,0	60	60,0	100	100

Sumber: Data Primer (diolah), 2021

Pada tabel 4.6 di atas menunjukkan bahwa untuk pernyataan yang pertama, responden lebih banyak jawaban pada sangat puas sebanyak 46% responden. Sebanyak 35% menjawab puas dan 17% yang menjawab kurang puas dan 2% yang menjawab tidak puas, akan tetapi tidak ada yang menjawab sangat tidak puas pada pernyataan angket tersebut.

Pada pernyataan kedua menunjukkan bahwa yang menjawab sangat tidak puas sebanyak 1 responden atau 1% dan yang menjawab tidak puas sebanyak 1 responden atau 1% dan yang menjawab kurang puas sebanyak 5 responden atau 5% dan yang

menjawab puas sebanyak 46 responden atau 46% dan yang menjawab 47 responden atau 47%.

Pada pernyataan ketiga menunjukkan bahwa responden lebih banyak menjawab sangat puas sebanyak 45 responden atau 45% dan yang menjawab puas sebanyak 44 responden atau 44% dan yang menjawab kurang puas sebanyak 9 responden atau 9% dan yang menjawab tidak puas sebanyak 2 responden atau 2%, tetapi tidak ada yang menjawab sangat tidak puas pada pernyataan ketiga pada angket tersebut.

Pada pernyataan keempat menunjukkan bahwa jawaban responden tidak ada yang menjawab sangat tidak puas, namun yang menjawab tidak puas 3 responden atau 3% dan yang menjawab kurang puas sebanyak 4 responden atau 4% dan yang menjawab puas sebanyak 36 responden atau 36% dan yang paling banyak jawaban responden yaitu sangat puas sebanyak 57 responden atau 57%.

Pada pernyataan kelima menunjukkan bahwa responden menjawab sangat tidak puas sebanyak 1 responden atau 1% dan yang menjawab tidak puas sebanyak 1 responden atau 1% dan yang menjawab kurang puas sebanyak 8 responden atau 8% dan yang menjawab puas sebanyak 37 responden atau 37% dan yang menjawab sangat puas sebanyak 53 responden atau 53%.

Pada pernyataan keenam yaitu beranda *Mobile Banking Action* selalu memberikan informasi terbaru mengenai produk bank. Sebagian besar responden menjawab sangat puas dengan

pernyataan tersebut dengan jawaban sangat puas sebanyak 48 responden atau 48% dan yang menjawab puas sebanyak 40 responden atau 40% dan yang menjawab kurang puas sebanyak 8 responden atau 8% dan yang menjawab tidak puas hanya 4 responden atau 4% dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak puas pada pernyataan keenam pada angket tersebut.

Pada pernyataan ketujuh menunjukkan bahwa responden yang menjawab tidak puas sebanyak 1 responden atau 1% dan yang menjawab kurang puas sebanyak 15 responden atau 15% dan yang menjawab puas sebanyak 37 responden atau 37% dan responden yang menjawab sangat puas sebanyak 47 responden atau 47% dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak puas pada pernyataan angket ini.

Pada pernyataan kedelapan responden lebih banyak menjawab sangat puas dengan jawaban sebanyak 60 responden atau 60% dan yang menjawab puas sebanyak 32 responden atau 32% dan yang menjawab kurang puas sebanyak 6 responden atau 6% dan yang menjawab tidak puas sebanyak 1 responden atau 1% dan yang menjawab sangat tidak puas sebanyak 1 responden atau 1%.

Pada penilaian diatas, maka dapat diketahui presentase kepuasan nasabah dari segi kualitas layanan sebagaimana pada tabel 4.6 sebagai berikut:

Tabel 4.7
Persentase Kepuasan Nasabah dari Segi Kualitas Layanan

No	Pernyataan	Skala Jawaban	Frekuensi Jawaban X Nilai Skala = Hasil	Rata-rata/%
1	Pada penggunaan <i>Mobile Banking Action</i> jarang terjadi kesalahan dalam pelayanan	STP	-	4,25 85%
		TP	2 X 2 = 4	
		KP	17 X 3 = 51	
		P	35 X 4 = 140	
		SP	46 X 5 = 230	
		Total 425 : 100 425 : (5 X 100) X 100%		
2	Layanan yang diberikan <i>Mobile Banking Action</i> sesuai dengan yang dipromosikan	STP	1 X 1 = 1	4,36 87,2%
		TP	1 X 2 = 2	
		KP	5 X 3 = 15	
		P	46 X 4 = 184	
		SP	47 X 5 = 235	
		Total 436 : 100 436 : (5 X 100) X 100%		
3	Layanan <i>Mobile Banking Action</i> dapat diandalkan dalam menangani masalah yang dihadapi nasabah	STP	-	4,32 86,4%
		TP	2 X 2 = 4	
		KP	9 X 3 = 27	
		P	44 X 4 = 176	
		SP	45 X 5 = 225	
		Total 432 : 100 432 : (5 X 100) X 100%		
4	<i>Mobile Banking Action</i> memberikan jaminan kerahasiaan data transaksi yang dilakukan oleh nasabah	STP	-	4,47 89,4%
		TP	3 X 2 = 6	
		KP	4 X 3 = 12	
		P	36 X 4 = 144	
		SP	57 X 5 = 285	
		Total 447 : 100 447 : (5 X 100) X 100%		

Tabel 4.7 Lanjutan
Persentase Kepuasan Nasabah dari Segi Kualitas Layanan

No	Pernyataan	Skala Jawaban	Frekuensi Jawaban X Nilai Skala = Hasil	Rata-rata/%
5	Pada beranda <i>Mobile Banking Action</i> selalu memberikan pelayanan prima(<i>Excellent service</i>)	STP	1 X 1 = 1	4,4 88%
		TP	1 X 2 = 2	
		KP	8 X 3 = 24	
		P	37 X 4 = 148	
		SP	53 X 5 = 265	
		Total 440 : 100 440 : (5 X 100) X 100%		
6	Pada beranda <i>Mobile Banking Action</i> selalu memberikan informasi terbaru mengenai produk bank	STP	-	4,32 86,4%
		TP	4 X 2 = 8	
		KP	8 X 3 = 24	
		P	40 X 4 = 160	
		SP	48 X 5 = 240	
		Total 432 : 100 432 : (5 X 100) X 100%		
7	Tampilan menu pada <i>Mobile Banking Action</i> yang ditawarkan begitu menarik	STP	-	4,3 86%
		TP	1 X 2 = 2	
		KP	15 X 3 = 45	
		P	37 X 4 = 148	
		SP	47 X 5 = 235	
		Total 430 : 100 430 : (5 X 100) X 100%		
8	Menu yang ditawarkan pada <i>Mobile Banking Action</i> memudahkan nasabah bertransaksi	STP	1 X 1 = 1	4,49 89,8%
		TP	1 X 2 = 2	
		KP	6 X 3 = 18	
		P	32 X 4 = 128	
		SP	60 X 5 = 300	
		Total 449 : 100 449 : (5 X 100) X 100%		
Total keseluruhan		3491		
Jumlah rata-rata & variabel			39,91 : 8 3491 : (5 X 100) : 8 X 100%	4,98 87,27%

Sumber: Data Primer (diolah), 2021

Berdasarkan hasil penelitian pada tabel 4.7 diatas dapat dipahami bahwa dari delapan pernyataan item tersebut, item kedelapan mendapatkan penilaian tertinggi dari nasabah yaitu sebanyak 89,8% terkait pernyataan “menu yang ditawarkan pada *mobile banking action* memudahkan nasabah bertransaksi”. Keadaan ini berdasarkan penilaian nasabah pengguna *Mobile Banking Action* Bank Aceh Syariah dapat dipahami bahwa sejak diluncurkannya aplikasi *mobile banking action* memberikan kemudahan dan mendukung kelancaran bisnis atau kegiatan lainnya yang berhubungan dengan kegiatan perbankan, hal ini dikarenakan menu yang ditawarkan oleh *Mobile Banking Action* relatif cukup sama dengan yang disediakan pada kantor bank. *Mobile Banking Action* juga merupakan layanan yang mudah untuk digunakan kapanpun dan dimanapun nasabah berada. Sedangkan persentase nilai terendah yaitu pada pernyataan pertama mengenai pernyataan “Pada penggunaan *Mobile Banking Action* jarang terjadi kesalahan dalam pelayanan” yaitu sebanyak 4,25 atau 85%.

4.8.3 Analisis Kepuasan Nasabah Bank Aceh Syariah di Kota Banda Aceh terhadap Penggunaan *Mobile Banking Action* dilihat dari Kemudahan Penggunaan

Analisis tingkat kepuasan nasabah pengguna *Mobile banking Action* di Kota Banda Aceh pada variabel ini diukur dengan tujuh pernyataan item yaitu sebagai berikut:

1. Penggunaan *Mobile Banking Action* sangat mudah untuk dipelajari.
2. *Mobile Banking Action* mudah untuk dikendalikan.
3. *Mobile Banking Action* menyediakan informasi yang cukup jelas untuk dipahami.
4. *Mobile Banking Action* dapat digunakan kapanpun untuk bertransaksi.
5. Penggunaan yang mudah dibawa-bawa untuk bertransaksi
6. *Mobile Banking Action* mudah untuk nasabah terampil dalam menggunakannya.
7. Sistem *Mobile Banking Action* secara keseluruhan mudah untuk digunakan.

Dari pernyataan item diatas, kepuasan nasabah dapat diukur berdasarkan hasil penelitian sebagai berikut:

Tabel 4.8

Kepuasan Nasabah dari Segi Kemudahan Penggunaan

No	STP		TP		KP		P		SP		Total	
	Fr	%	Fr	%	Fr	%	Fr	%	Fr	%	Fr	%
1	1	1,0	-	-	4	4,0	37	37,0	58	58,0	100	100
2	-	-	3	3,0	5	5,0	37	37,0	55	55,0	100	100
3	1	1,0	2	2,0	7	7,0	30	30,0	60	60,0	100	100
4	3	3,0	1	1,0	4	4,0	29	29,0	63	63,0	100	100
5	1	1,0	1	1,0	8	8,0	28	28,0	62	62,0	100	100
6	1	1,0	-	-	9	9,0	35	35,0	55	55,0	100	100
7	1	1,0	-	-	7	7,0	32	32,0	60	60,0	100	100

Sumber: Data Primer (diolah), 2021

Pada tabel 4.8 di atas menunjukkan bahwa untuk pernyataan yang pertama, responden lebih banyak jawaban pada

sangat puas sebanyak 58% responden. Kemudian Sebanyak 37% menjawab puas dan 4% yang menjawab kurang puas dan 1% yang menjawab sangat tidak puas, dan tidak terdapat jawaban responden pada kategori tidak puas pada pernyataan angket tersebut.

Pada pernyataan kedua menunjukkan bahwa yang menjawab tidak puas sebanyak 3 responden atau 3% dan yang menjawab kurang puas sebanyak 5 responden atau 5% dan yang menjawab puas sebanyak 37 responden atau 37% dan yang menjawab sangat puas sebanyak 55 responden atau 55%, dan tidak ada responden yang menjawab pada kategori sangat tidak puas pada pernyataan angket.

Pada pernyataan ketiga menunjukkan bahwa responden lebih banyak menjawab sangat puas sebanyak 60 responden atau 60% dan yang menjawab puas sebanyak 30 responden atau 30% dan yang menjawab kurang puas sebanyak 7 responden atau 7% dan yang menjawab tidak puas sebanyak 2 responden atau 2%, dan jawaban sangat tidak puas sebanyak 1 responden atau 1%.

Pada pernyataan keempat menunjukkan bahwa jawaban responden yang menjawab sangat puas sebanyak 63 responden atau 63% dan yang menjawab puas sebanyak 29 responden atau 29% dan yang menjawab kurang puas sebanyak 4 responden atau 4% dan jawaban tidak puas sebanyak 1 responden atau 1% , kemudian jawaban sangat tidak puas sebanyak 3 responden atau 3%.

Pada pernyataan kelima menunjukkan bahwa responden menjawab sangat tidak puas sebanyak 1 responden atau 1% dan yang menjawab tidak puas sebanyak 1 responden atau 1% dan yang menjawab kurang puas sebanyak 8 responden atau 8% dan yang menjawab puas sebanyak 28 responden atau 28% dan yang menjawab sangat puas sebanyak 62 responden atau 62%.

Pada pernyataan keenam yaitu *mobile banking action* mudah untuk nasabah menjadi terampil. Sebagian besar responden menjawab sangat puas dengan jawaban sangat puas sebanyak 55 responden atau 55% dan yang menjawab puas sebanyak 35 responden atau 35% dan yang menjawab kurang puas sebanyak 9 responden atau 9%, namun tidak ada yang menjawab tidak puas dan hanya 1 responden atau 1% yang menjawab sangat tidak puas pada pernyataan keenam pada angket.

Pada pernyataan ketujuh menunjukkan bahwa responden yang menjawab sangat tidak puas sebanyak 1 responden atau 1% dan yang menjawab kurang puas sebanyak 7 responden atau 7% dan yang menjawab puas sebanyak 32 responden atau 32% dan responden yang menjawab sangat puas sebanyak 60 responden atau 60% dan tidak ada responden yang menjawab tidak puas pada pernyataan angket ini.

Pada hasil penilaian diatas, maka dapat diketahui presentase kepuasan nasabah dari segi kualitas layanan sebagaimana pada tabel 4.6 sebagai berikut:

Tabel 4.9
Persentase Kepuasan Nasabah dari Segi
Kemudahan Penggunaan

No	Pernyataan	Skala Jawaban	Frekuensi Jawaban X Nilai Skala = Hasil	Rata-rata/%
1	Penggunaan <i>Mobile Banking</i> Action sangat mudah untuk dipelajari	STP	1 X 1 = 1	4,51 90,2%
		TP	-	
		KP	4 X 3 = 12	
		P	37 X 4 = 148	
		SP	58 X 5 = 290	
		Total 451 : 100 451 : (5 X 100) X 100%		
2	<i>Mobile Banking</i> Action mudah untuk dikendalikan	STP	-	4,44 88,8%
		TP	3 X 2 = 6	
		KP	5 X 3 = 15	
		P	37 X 4 = 148	
		SP	55 X 5 = 275	
		Total 444 : 100 444 : (5 X 100) X 100%		
3	<i>Mobile banking action</i> menyediakan informasi yang cukup jelas untuk dipahami	STP	1 X 1 = 1	4,46 89,2%
		TP	2 X 2 = 4	
		KP	7 X 3 = 21	
		P	30 X 4 = 120	
		SP	60 X 5 = 300	
		Total 446 : 100 446 : (5 X 100) X 100%		
4	<i>Mobile Banking</i> Action dapat digunakan kapanpun untuk bertransaksi	STP	3 X 1 = 3	4,48 89,6%
		TP	1 X 2 = 2	
		KP	4 X 3 = 12	
		P	29 X 4 = 116	
		SP	63 X 5 = 315	
		Total 448 : 100 448 : (5 X 100) X 100%		
5	Penggunaan yang mudah dibawa-bawa untuk bertransaksi	STP	1 X 1 = 1	4,49 89,8%
		TP	1 X 2 = 2	
		KP	8 X 3 = 24	
		P	28 X 4 = 112	
		SP	62 X 5 = 310	
		Total 449 : 100 449 : (5 X 100) X 100%		

Tabel 4.9 Lanjutan
Persentase Kepuasan Nasabah dari Segi
Kemudahan Penggunaan

No	Pernyataan	Skala Jawaban	Frekuensi Jawaban X Nilai Skala = Hasil	Rata-rata/%
6	<i>Mobile Banking</i> Action mudah untuk nasabah terampil dalam menggunakannya	STP	1 X 1 = 1	4,43 88,6%
		TP	-	
		KP	9 X 3 = 27	
		P	35 X 4 = 140	
		SP	55 X 5 = 275	
		Total 443 : 100 443 : (5 X 100) X 100%		
7	Sistem <i>Mobile Banking</i> Action secara keseluruhan mudah untuk digunakan	STP	1 X 1 = 1	4,5 90%
		TP	-	
		KP	7 X 3 = 21	
		P	32 X 4 = 128	
		SP	60 X 5 = 300	
		Total 450 : 100 450 : (5 X 100) X 100%		
Total keseluruhan		3131		
Jumlah rata-rata & variabel			31,31 : 7 3131 : (5 X 100) : 7 X 100%	4,47 89,45%

Sumber: Data Primer (diolah), 2021

Berdasarkan hasil penelitian pada tabel 4.9 diatas dapat dipahami bahwa dari tujuh pernyataan item tersebut, item pertama mendapatkan penilaian tertinggi dari nasabah yaitu sebanyak 90,2% terkait pernyataan “Penggunaan *Mobile Banking Action* sangat mudah untuk dipelajari”. Hal ini dikarenakan fitur yang disediakan oleh *mobile banking action* pada umumnya mudah digunakan dan tidak sulit untuk dipahami sehingga mudah dalam penggunaan saat bertransaksi. Sedangkan persentase nilai terendah yaitu pada pernyataan keenam mengenai pernyataan

“*Mobile Banking Action* mudah untuk nasabah terampil dalam menggunakannya” yaitu sebesar 4,43 atau 88,6%.

4.8.4 Analisis Kepuasan Nasabah Bank Aceh Syariah di Kota Banda Aceh terhadap Penggunaan *Mobile Banking Action* dilihat dari Segi Keamanan

Analisis tingkat kepuasan nasabah pengguna *Mobile banking Action* di Kota Banda Aceh pada variabel keamanan diukur dengan tujuh pernyataan item yaitu sebagai berikut:

1. Dengan menggunakan *Mobile Banking Action* nomor PIN, password, dan kode MPIN, nasabah terjamin keamanannya.
2. *Mobile Banking Action* memberikan keamanan dari setiap data transaksi yang dilakukan oleh nasabah.
3. *Mobile Banking Action* memiliki tingkat kredibilitas yang baik.
4. *Mobile Banking Action* selalu memberikan informasi data setiap pengirim dan penerima uang yang telah dikirimkan.
5. *Mobile Banking Action* memberikan keamanan data pribadi dalam penggunaan layanan *mobile banking*.
6. *Mobile Banking Action* lebih aman dibandingkan dengan layanan *mobile* yang lainnya.
7. Sistem keamanan *Mobile Banking Action* dapat menjaga data nasabah dengan baik.

Dari pernyataan item diatas, kepuasan nasabah dapat diukur berdasarkan hasil penelitian sebagai berikut:

Tabel 4.10
Kepuasan Nasabah dari Segi Keamanan

No	STP		TP		KP		P		SP		Total	
	Fr	%	Fr	%	Fr	%	Fr	%	Fr	%	Fr	%
1	-	-	3	3,0	5	5,0	31	31,0	61	61,0	100	100
2	2	2,0	1	1,0	6	6,0	26	26,0	65	65,0	100	100
3	1	1,0	1	1,0	5	5,0	34	34,0	59	59	100	100
4	2	2,0	-	-	8	8,0	28	28,0	62	62,0	100	100
5	-	-	1	1,0	6	6,0	34	34,0	59	59,0	100	100
6	1	1,0	2	2,0	8	8,0	34	34,0	55	55,0	100	100
7	-	-	2	2,0	5	5,0	36	36,0	57	57,0	100	100

Sumber: Data Primer (diolah), 2021

Pada tabel 4.10 di atas menunjukkan bahwa untuk pernyataan yang pertama, responden lebih banyak jawaban sangat puas sebanyak 61% responden. Dan sebanyak 32% menjawab puas dan 5% yang menjawab kurang puas dan 3% yang menjawab tidak puas, dan tidak ada responden yang menjawab pada kategori sangat tidak puas pada pernyataan angket ini.

Pada pernyataan kedua menunjukkan bahwa yang menjawab sangat tidak puas sebanyak 2 responden atau 2% dan yang menjawab tidak puas sebanyak 1 responden atau 1% dan yang menjawab kurang puas sebanyak 6 responden atau 6% dan yang menjawab puas sebanyak 26 responden atau 26%, dan responden yang menjawab sangat puas pada pernyataan angket sebanyak 65 responden atau 65%.

Pada pernyataan ketiga menunjukkan bahwa responden lebih banyak menjawab sangat puas sebanyak 59 responden atau 59% dan yang menjawab puas sebanyak 34 responden atau 34% dan yang menjawab kurang puas sebanyak 5 responden atau 5% dan yang menjawab tidak puas sebanyak 1 responden atau 1%, dan jawaban sangat tidak puas sebanyak 1 responden atau 1%.

Pada pernyataan keempat menunjukkan bahwa jawaban responden yang menjawab sangat puas sebanyak 62 responden atau 62% dan yang menjawab puas sebanyak 28 responden atau 28% dan yang menjawab kurang puas sebanyak 8 responden atau 8%, kemudian jawaban sangat tidak puas sebanyak 2 responden atau 2% dan tidak ada responden yang menjawab tidak puas pada pernyataan keempat pada angket ini.

Pada pernyataan kelima menunjukkan bahwa responden yang menjawab tidak puas sebanyak 1 responden atau 1% dan yang menjawab kurang puas sebanyak 6 responden atau 6% dan yang menjawab puas sebanyak 34 responden atau 34% dan yang menjawab sangat puas sebanyak 59 responden atau 59%, tetapi tidak ada responden yang menjawab sangat tidak puas pada pernyataan kelima angket ini.

Pada pernyataan keenam yaitu *Mobile Banking Action* lebih aman dibandingkan layanan *mobile* lainnya, sebagian besar responden menjawab sangat puas dengan jawaban sangat puas sebanyak 55 responden atau 55% dan yang menjawab puas sebanyak 34 responden atau 34% dan yang menjawab kurang puas

sebanyak 8 responden atau 8%, dan yang menjawab tidak puas sebanyak 2 responden atau 2% dan hanya 1 responden atau 1% yang menjawab sangat tidak puas pada pernyataan keenam pada angket.

Pada pernyataan ketujuh menunjukkan bahwa responden yang menjawab tidak puas sebanyak 2 responden atau 2% dan yang menjawab kurang puas sebanyak 5 responden atau 5% dan yang menjawab puas sebanyak 36 responden atau 36% dan responden yang menjawab sangat puas sebanyak 57 responden atau 57%.

Pada hasil penilaian diatas, maka dapat diketahui presentase kepuasan nasabah dari segi kualitas layanan sebagaimana pada tabel 4.11 sebagai berikut:

Tabel 4.11
Persentase Kepuasan Nasabah dari Segi Keamanan

No	Pernyataan	Skala Jawaban	Frekuensi Jawaban X Nilai Skala = Hasil	Rata-rata/%
1	Dengan menggunakan <i>Mobile Banking Action</i> nomor PIN, password, dan kode MPIN, nasabah terjamin keamanannya	STP	-	4,5 90%
		TP	3 X 2 = 6	
		KP	5 X 3 = 15	
		P	31 X 4 = 124	
		SP	61 X 5 = 305	
		Total 450 : 100 450 : (5 X 100) X 100%		
2	<i>Mobile Banking Action</i> memberikan keamanan dari setiap data transaksi yang dilakukan oleh nasabah	STP	2 X 1 = 2	4,51 90,2%
		TP	1 X 2 = 2	
		KP	6 X 3 = 18	
		P	26 X 4 = 104	
		SP	65 X 5 = 325	
		Total 451 : 100 451: (5 X 100) X 100%		

Tabel 4.11 Lanjutan

Persentase Keuasan Nasabah dari Segi Keamanan

No	Pernyataan	Skala Jawaban	Frekuensi Jawaban X Nilai Skala = Hasil	Rata-rata/%
3	<i>Mobile Banking Action</i> memiliki tingkat kredibilitas yang baik	STP	1 X 1 = 1	4,49 89,8%
		TP	1 X 2 = 2	
		KP	5 X 3 = 15	
		P	34 X 4 = 136	
		SP	59 X 5 = 295	
		Total 449 : 100 449 : (5 X 100) X 100%		
4	<i>Mobile Banking Action</i> selalu memberikan informasi data setiap pengirim dan penerima uang yang telah dikirimkan	STP	2 X 1 = 2	4,48 89,6%
		TP	-	
		KP	8 X 3 = 24	
		P	28 X 4 = 112	
		SP	62 X 5 = 310	
		Total 448 : 100 448 : (5 X 100) X 100%		
5	<i>Mobile Banking Action</i> memberikan keamanan data pribadi dalam penggunaan layanan <i>mobile banking</i>	STP	-	4,51 90,2%
		TP	1 X 2 = 2	
		KP	6 X 3 = 18	
		P	34 X 4 = 136	
		SP	59 X 5 = 295	
		Total 451 : 100 451 : (5 X 100) X 100%		
6	<i>Mobile Banking Action</i> lebih aman dibandingkan dengan layanan <i>mobile</i> yang lainnya	STP	1 X 1 = 1	4,4 88%
		TP	2 X 2 = 4	
		KP	8 X 3 = 24	
		P	34 X 4 = 136	
		SP	55 X 5 = 275	
		Total 440 : 100 440 : (5 X 100) X 100%		

Tabel 4.12 Lanjutan
Persentase Kepuasan Nasabah dari Segi Keamanan

No	Pernyataan	Skala Jawaban	Frekuensi Jawaban X Nilai Skala = Hasil	Rata-rata/%
7	Sistem keamanan <i>Mobile Banking Action</i> dapat menjaga data nasabah dengan baik.	STP	-	
		TP	$2 \times 2 = 4$	
		KP	$5 \times 3 = 15$	
		P	$36 \times 4 = 144$	
		SP	$57 \times 5 = 285$	
		Total 448 : 100		
448 : (5 X 100) X 100%			89,6%	
Total keseluruhan		3137		
Jumlah rata-rata & variabel		3137 : 7		4,48
		3171 : (5 X 100) : 7 X 100%		90,6%

Sumber: Data Primer (diolah), 2021

Berdasarkan hasil penelitian pada tabel 4.11 diatas dapat dipahami bahwa dari tujuh pernyataan item tersebut, pernyataan kedua dan kelima memiliki penilaian tertinggi dari nasabah yaitu sebesar 90,2% terkait pernyataan “*Mobile Banking Action* memberikan keamanan dari setiap data transaksi yang dilakukan oleh nasabah” dan “*Mobile Banking Action* memberikan keamanan data pribadi dalam penggunaan layanan *mobile banking*”. Hal ini menunjukkan bahwa *Mobile Banking Action* menjaga kerahasiaan data nasabah karena fitur-fitur yang disediakan pada *Mobile Banking Action* terdapat kode verifikasi, MPIN dan login menggunakan *user* serta *password* yang hanya diketahui oleh nasabah.

4.9 Pembahasan

4.9.1 Hasil Analisis Kepuasan Nasabah Pengguna *Mobile Banking Action* di Kota Banda Aceh dari Segi Kualitas Produk

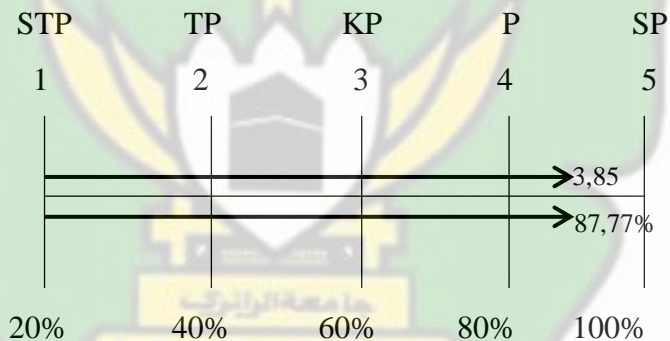
Pada penelitian ini Kepuasan nasabah pengguna *Mobile Banking Action* di Kota Banda Aceh diukur dengan beberapa item pernyataan mengenai kualitas suatu produk, karena salah satu faktor yang dapat menentukan kepuasan nasabah yaitu kualitas produk itu sendiri. Nasabah akan merasa puas apabila hasil evaluasinya dapat membuktikan bahwa produk yang digunakan memenuhi atau bahkan melebihi harapan-harapan nasabah terkait produk tersebut (Hastuti, 2018). Baik itu dalam hal *performance*, *fitur*, *serviceability* dan sebagainya. Hasil pada penelitian ini menjelaskan bahwa nasabah relatif sangat puas terhadap kualitas produk *Mobile Banking Action* Bank Aceh Syariah, hal ini dibuktikan dengan pencapaian nilai jawaban nasabah yaitu rata-rata sebesar 3,85 atau 87,77%.

Persentase nilai tersebut berada pada urutan nomor 5 yaitu skor untuk kategori sangat puas. Berdasarkan hasil tersebut menunjukkan bahwa sebahagian besar nasabah pengguna produk *mobile banking action* merasa sangat puas, yang berarti bahwa semakin berkualitasnya produk yang ditawarkan maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan bagi nasabah. Hasil penelitian ini diperkuat dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Yeni Dwinupitasari (2019) walaupun pada instansi yang berbeda, namun

menunjukkan hasil yang konsisten bahwa kualitas produk menentukan tingkat kepuasan nasabah. Keadaan ini tentunya sangat berdampak positif bagi pihak bank tersendiri terhadap loyalitas nasabah pada bank tersebut. Maka oleh karena itu, diharapkan dengan adanya hasil penelitian ini, pihak bank dapat mempertahankan kualitas produk saat ini dan terus berinovasi untuk memberikan yang lebih baik untuk kedepannya. Berdasarkan penjelasan diatas, maka persentase nilai variabel kualitas produk tersebut dapat digambarkan sebagai berikut:

Gambar 4.1

Skala Penilaian Variabel Kualitas Produk



4.9.2 Hasil Analisis Kepuasan Nasabah Pengguna *Mobile Banking Action* di Kota Banda Aceh dari Segi Kualitas Layanan

Penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan juga memiliki hubungan yang erat terhadap kepuasan nasabah. Menurut Rangkuti (2013) suatu produk yang berkualitas tidak ada gunanya

apabila tidak dimbangi dengan layanan yang berkualitas, layanan merupakan suatu bentuk sistem, proses, atau metode tertentu yang diberikan kepada nasabah sehingga kebutuhan nasabah dapat terpenuhi sesuai dengan apa yang diharapkan oleh nasabah. Pada penelitian ini, peneliti mengukur kepuasan nasabah dari segi kualitas layanan pengguna *mobile banking action* di Kota Banda Aceh dengan memberikan beberapa item pernyataan mengenai kualitas layanan *mobile banking action* untuk diberikan penilaian.

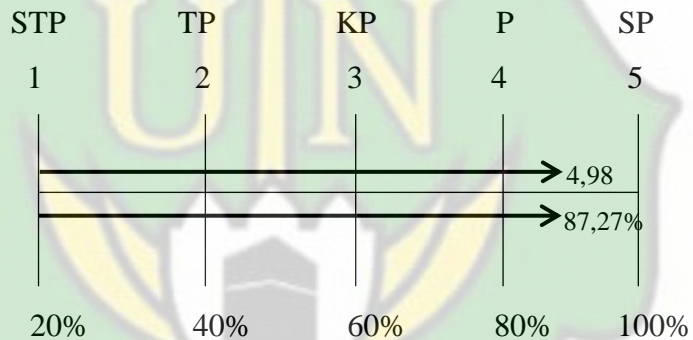
Hasil penelitian ini menyatakan bahwa nasabah merasa sangat puas terhadap kualitas layanan yang diberikan oleh bank pada produk *mobile banking action*, hal tersebut dibuktikan dengan pencapaian nilai jawaban nasabah dengan rata-rata yaitu sebesar 4,98 atau 87,27%. Persentase nilai tersebut berada pada urutan nomor 5 yaitu skor untuk kategori sangat puas. Berdasarkan hasil penelitian ini menjelaskan bahwa sebahagian besar nasabah pengguna produk *mobile banking action* merasa sangat puas, yang artinya kualitas layanan juga sangat menentukan kepuasan nasabah dalam penggunaannya. Hasil penelitian ini diperkuat dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh isroul Khunsa (2020) meskipun pada instansi yang berbeda akan tetapi menunjukkan hasil yang konsisten bahwa kualitas layanan juga salah satu variabel yang dapat menentukan tingkat kepuasan nasabah dalam penggunaan *mobile banking*.

Keadaan ini juga berdampak positif bagi pihak bank terhadap loyalitas nasabah pada bank tersebut. Maka oleh karena itu,

diharapkan dengan adanya hasil penelitian ini, pihak bank dapat menyeimbangkan baik itu kualitas produk, layanan dan sebagainya. Dan terus berinovasi untuk memberikan yang lebih baik untuk kedepannya. Berdasarkan penjelasan diatas, maka persentase nilai variabel kualitas layanan tersebut dapat digambarkan sebagai berikut:

Gambar 4.2

Skala Penilaian Variabel Kualitas Layanan



4.9.3 Hasil Analisis Kepuasan Nasabah Pengguna *Mobile Banking Action* di Kota Banda Aceh dari Segi Kemudahan Penggunaan

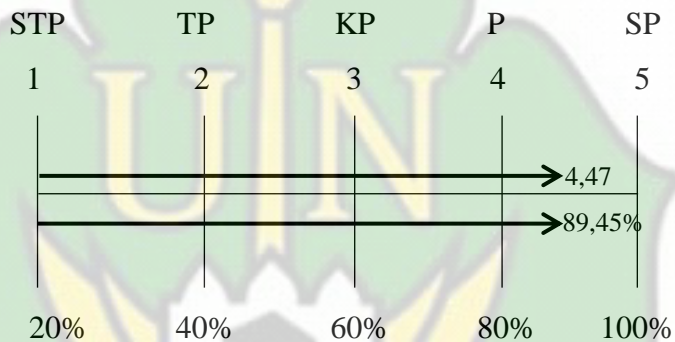
Pada penelitian kepuasan nasabah pengguna *Mobile Banking Action* dari segi kemudahannya diukur dengan tujuh item pernyataan, yaitu pernyataan seputar kemudahan yang ditawarkan pada produk *mobile banking action*. Pada era teknologi saat ini, nasabah umumnya sangat mengedepankan aspek kemudahan, *fleksibilitas*, *efisiensi* dan juga kesederhanaan dalam penggunaannya, dimana hal tersebut tentunya memiliki keterkaitan

yag erat terhadap kepuasan nasabah. Kemudahan penggunaan merupakan ukuran dimana seorang nasabah dapat meyakini bahwa dalam menggunakan suatu produk yang berbasis teknologi dapat dengan jelas digunakan dan tidak membutuhkan usaha yang lebih keras untuk mengoperasikannya (Jogiyanto, 2019).

Hasil pada penelitian ini menjelaskan bahwa nasabah sudah relatif sangat puas terhadap kemudahan yang ditawarkan pada produk *Mobile Banking Action Bank Aceh Syariah*, hal ini dibuktikan dengan pencapaian nilai jawaban nasabah dengan rata-rata sebesar 4,47 atau 89,45%. Persentase nilai tersebut berada pada urutan nomor 5 yaitu skor untuk kategori sangat puas (SP). Berdasarkan hasil tersebut menunjukkan bahwa sebahagian besar nasabah pengguna produk *mobile banking action* merasa sangat puas akan kemudahan yang diberikan, yang berarti bahwa kemudahan dalam penggunaan suatu produk juga merupakan faktor yang sama pentingnya untuk diperhatikan. Hasil penelitian ini diperkuat dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Lailatu Syifa (2019) meskipun pada subtansi yang berbeda, namun menunjukkan hasil yang konsisten bahwa kemudahan penggunaan juga dapat menentukan kepuasan nasabah pada penggunaan produk *mobile banking*. Dikarenakan jika seorang nasabah meyakini bahwa produk *mobile banking* tersebut mudah untuk digunakan maka ia akan menggunakannya. Begitu pun sebaliknya, jika nasabah merasa bahwa produk tersebut sulit untuk digunakan maka ia tidak akan menggunakannya.

Kondisi ini tentunya dapat dijadikan sebagai acuan bagi pihak bank untuk menjadikan alat ukur terhadap kepuasan bagi nasabahnya. Berdasarkan penjelasan diatas, maka persentase nilai variabel kemudahan penggunaan tersebut dapat digambarkan sebagai berikut:

Gambar 4.3
Skala Penilaian Variabel Kemudahan Penggunaan



4.9.4 Hasil Analisis Tingkat Kepuasan Nasabah Pengguna *Mobile Banking Action* di Kota Banda Aceh dari Segi Keamanan

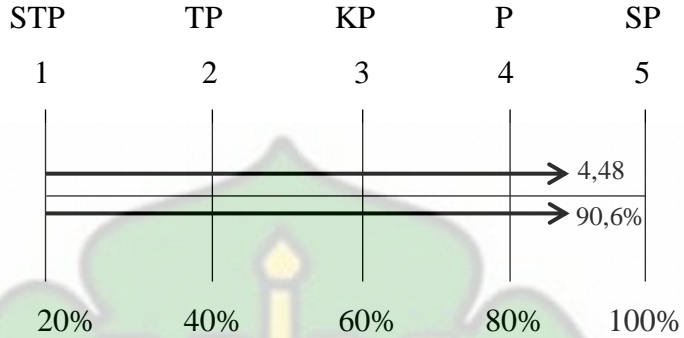
Tingkat kepuasan nasabah pengguna *Mobile Banking Action* juga dilihat dari segi keamanannya karena seiring dengan kecanggihan sistem teknologi, keamanan suatu layanan *mobile* tentunya juga harus ditingkatkan. Keamanan merupakan suatu kondisi yang bebas dari rasa cemas, takut, khawatir saat menggunakan suatu produk tersebut. Pada penelitian ini, peneliti mengukur kepuasan nasabah dari segi keamanannya dengan memberikan beberapa item pernyataan mengenai keamanan yang

diberikan pada produk *mobile banking action* untuk dapat diberikan penilaian. Baik itu dalam hal keautentikasi, integritas, privasi dan sebagainya. Berdasarkan hal tersebut hasil pada penelitian ini menjelaskan bahwa nasabah relatif sangat puas terhadap keamanan produk *Mobile Banking Action* Bank Aceh Syariah dibuktikan dengan pencapaian nilai jawaban nasabah yaitu rata-rata sebesar 4,48 atau 90,6%. Persentase nilai tersebut berada pada urutan nomor 5 yaitu skor untuk kategori sangat puas. Hasil tersebut menunjukkan bahwa sebahagian besar nasabah pengguna produk *mobile banking action* menjawab sangat puas, yang berarti bahwa keamanan suatu produk juga sama pentingnya dalam meningkatkan kepuasan nasabah.

Hasil penelitian ini diperkuat dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Agung Eko Purwana (2020) yang menunjukkan bahwa keamanan juga termasuk menentukan puas atau tidaknya nasabah pengguna *mobile banking*. Oleh karena itu, diharapkan dengan adanya hasil penelitian ini, pihak bank dapat terus menerus meningkatkan keamanan terhadap produk *mobile banking action*. Berdasarkan penjelasan diatas, maka persentase nilai variabel kualitas produk tersebut dapat digambarkan sebagai berikut:

Gambar 4.4

Skala Penilaian Variabel Keamanan



Dari hasil penelitian keempat variabel diatas secara keseluruhan relative sama yaitu sangat puas, namun jika dilihat dari persentase nilai hasil penelitian terindikasi bahwa PT. Bank Aceh Syariah perlu memfokuskan pada kualitas pelayanan terhadap produk *mobile banking action*, karena berdasarkan hasil penelitian keempat variabel nilai pada variabel kualiyas pelayanan memiliki nilai terendah dibandingkan pada variabel lainnya yaitu sejumlah 87,27%. Menunjukkan bahwa nasabah masih belum terpenuhi kepuasannya pada variabel Kualitas Pelayanan yang ditawarkan pada produk *mobile banking action* Bank Aceh Syariah, maka tentunya kualitas pelayanan pada produk *mobile banking action* perlu ditingkatkan untuk kedepannya.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil uji analisis data dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Kepuasan nasabah pengguna *Mobile Banking Action* di Kota Banda Aceh sudah relatif sangat puas pada variabel kualitas produk dengan pencapaian nilai jawaban rata-rata yaitu sebanyak 3,85 atau 87,77%, nilai ini berada pada urutan angka 5 yaitu skor untuk pilihan sangat puas (SP).
2. Pada variabel kualitas layanan dengan nilai jawaban rata-rata yaitu 4,98 atau 87,27%, nilai ini berada pada urutan angka 5 yaitu skor untuk pilihan sangat puas, kondisi ini menunjukkan bahwa Kepuasan nasabah pengguna *Mobile Banking Action* di Kota Banda Aceh sudah relatif sangat puas dilihat dari sisi variabel kualitas layanan.
3. Kepuasan nasabah pengguna *Mobile Banking Action* di Kota Banda Aceh sudah relatif sangat puas dilihat dari segi kemudahan penggunaannya dengan pencapaian nilai jawaban rata-rata yaitu sebanyak 4,47 atau 89,45%, nilai ini berada pada urutan angka 5 yaitu skor untuk pilihan sangat puas (SP).

4. Dan untuk kepuasan nasabah jika dilihat dari variabel keamanan juga relatif sudah puas, dengan nilai jawaban rata-rata 4,48 atau 90,6% dan nilai inipun berada pada skor angka 5 yaitu skor untuk pilihan sangat puas (SP).

5.2 Saran

Dalam penelitian ini tentunya masih banyak kekurangan, baik itu keterbatasan waktu, keterbatasan data, dan pastinya keterbatasan penulisan dari peneliti. Supaya dapat memperoleh hasil yang lebih bagus maka peneliti menyarankan beberapa hal sebagai berikut :

1. Bagi Bank Aceh Syariah diharapkan agar dapat terus berinovasi untuk meningkatkan kepuasan nasabah pengguna *Mobile Banking Action* untuk kedepannya, baik itu dari segi kualitas produk yakni penambahan fitur layanan yang saat ini marak digunakan oleh masyarakat luas dalam bertransaksi seperti fitur layanan E-Money seperti gopay, gojek, Dana, Ovo, Link Aja, Shopee pay dan sebagainya. Dan demikian juga pada kualitas layanan, kemudahan penggunaan, keamanan dengan menambahkan fitur ketika hendak login, seperti *iris scan*, dan *face recognition/face ID* sebelum nasabah bertransaksi. Agar kepuasan nasabah terhadap kinerja produk *mobile banking action* pun semakin memuaskan dan nasabah memiliki kepercayaan yang tinggi terhadap keamanan saat

bertransaksi menggunakan *mobile banking action* dibandingkan aplikasi *mobile* lainnya.

2. Bagi peneliti selanjutnya, supaya dapat memperluas cakupan objek atau subjek, serta menambahkan variabel lainnya yang dapat meningkatkan kepuasan nasabah untuk semakin memperkuat penelitian yang akan dilakukan.



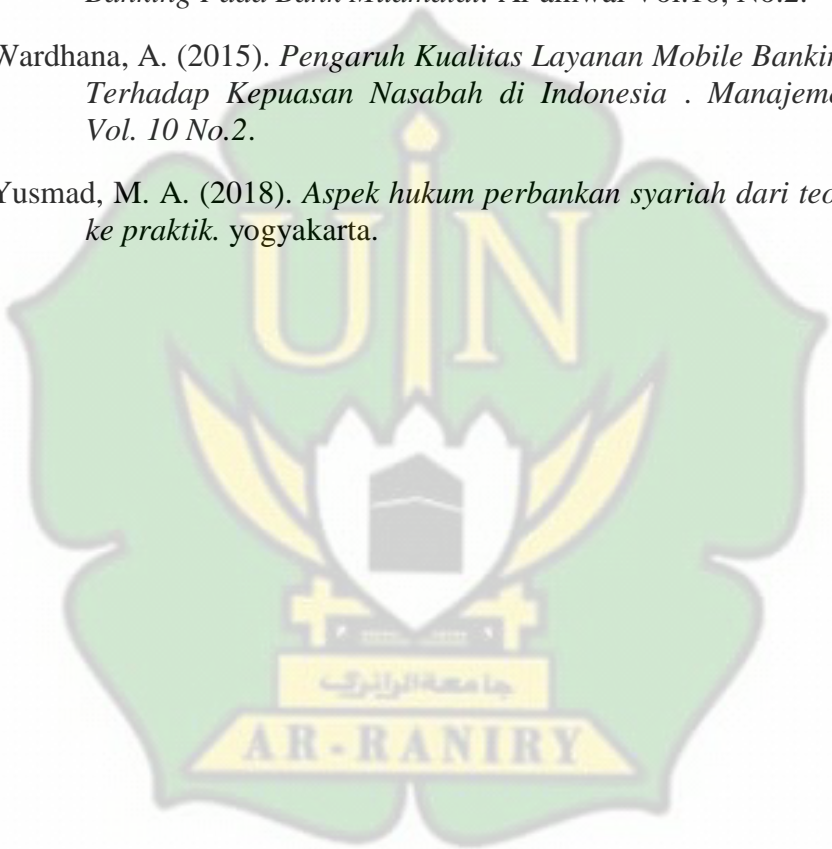
DAFTAR PUSTAKA

- Action Bank Aceh. (2020). *Menu Action*. Retrieved 2021, from [actionbankaceh.co.id: https://www.action.bankaceh.co.id](https://www.action.bankaceh.co.id)
- Andriyani, C. (2014). Pengguna Teknologi Informasi Online dalam Kecepatan Pelayanan dan Pengamanan pada BCA Makassar. *Komunikasi KAREBA vol. 3,1* .
- Antasari, S. A. (2013). Pengaruh Penggunaan Internet Banking terhadap Kepuasan Nasabah (studi pada PT. Bank Rakyat Indonesia (persero) TBK Cabang Bontang). *Admistrasi Bisnis (JAB) vol. 1 no. 2*.
- Arif, M. N. (2010). *Dasar- Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: CV Alfabeta.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Bank Aceh. (2018). *Sejarah Singkat*. Retrieved 2021, from [bankaceh.co.id: https://www.bankaceh.co.id](https://www.bankaceh.co.id)
- Bugin, M. B. (2013). *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Febriana, N. I. (2016). Analisis Kualitas Pelayanan Bank Terhadap Kepuasan Nasabah pada Nasabah Bank Muamalat Indonesia KCP Tulungagung. *Jurnal An-Nisbah Vol. 03, No. 01,150*.
- Firmansyah, A. d. (2019). *Pemasaran Jasa* . Yogyakarta.
- Fitria, N. (2019). *Pengaruh Aspek Kemudahan dan Keamanan Terhadap Kepuasan Penggunaan Mobile Banking (Studi pada Nasabah Bank Mandiri Syariah Kota Banda Aceh.repository.ac.id*.
- Ghozali. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Hadi, S. (2015). Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan Mobile Banking . *Pendidikan Universitas Islam Indonesia*, 56.
- Hastuti, A. d. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Samudra Ekonomi dan Bisnis Vol. 9 No.1*.
- Hendrasyah, D. (2012). Keamanan Layanan Internet Banking dalam Transaksi Perbankan. *Ilmiah Ekonomi Kita Vol.1 No 1*.
- Hidayat, N. (2018). Pengaruh Kemudahan dan Kepercayaan Terhadap Sikap Penggunaan Layanan Mobile Banking (Studi pada Bank Syariah Mandiri KCP Teluk Betung). *repository.radenintan.ac.id*.
- Humas Aceh. (2020, November Selasa). *Gubernur Luncurkan Moible Banking Action Bank Aceh Syariah*. Retrieved Januari 2021, from Humas.Acehprov.go.id: <http://humas.acehprov.go.id>
- Jogiyanto. (2007). *Sistem Informasi Keprilakuan Edisi Revisi*. Yogyakarta: CV Andi.
- Jogiyanto. (2019). *Sistem Informasi Keprilakuan Edisi Revisi*. Yogyakarta: CV Andi.
- Kasmir. (2008). *Manajemen Perbankan*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Kasmir. (2012). *Manajemen Perbankan*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Kotler, P. d. (2009). *Manajemen Pemasaran Edisi 12*. Indonesia: PT Macanan Jaya Cemerlang.
- Misbahuddin, I. H. (2013). *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*. Jakarta: Bumi Aksara.

- Nanda, F. (2020). *Pengaruh Layanan E-Banking Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Banda Aceh*. repository.ac.id.
- Nurbaiti, T. (2020). *Dampak Layanan Jasa Mobile Banking Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah (Studi Kasus Bank Muamalat KCP ZA Pagar Alam)*. repositorymetrouiv.ac.id.
- Siyoto, S. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Sugiono. (2016). *Metode penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Supratno. (2013). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Supriyono, M. (2011). *Buku Pintar Perbankan*. Yogyakarta: C.V ANDI OFFSET .
- Syifa, L. (2019). *Pengaruh Kemudahan Pengguna Mobile Banking Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FITK Uin Syarif Hidayatullah Jakarta*. repository.uinjkt.ac.id.
- Rangkuti, F. (2013). *Customer service satisfaction & call center*. Jakarta. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Tjiptono, F. (2012). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: CV Andi.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran Edisi 4*. Yogyakarta: CV Andi.
- Umar, H. (2014). *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: Rajawali Pers.

- Utami, S. S. (2009). Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen dalam Menggunakan Jasa Transpor PT. Solo Central taxi di Surakarta. *Ekonomi dan Kewirausahaan Vol. 9, No. 1.*
- Wahyuningsih, N. d. (2018). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Menggunakan Internet Banking Pada Bank Muamalat.* Al-amwal Vol.10, No.2.
- Wardhana, A. (2015). *Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah di Indonesia . Manajemen Vol. 10 No.2.*
- Yusmad, M. A. (2018). *Aspek hukum perbankan syariah dari teori ke praktik.* yogyakarta.



Lampiran 1 : ANGGKET PENELITIAN

Assalamu'alaikum wr.wb.

Dengan Hormat, Bapak/Ibu/Saudara/I yang saya hormati

Sehubungan dengan penyelesaian Tugas Akhir Skripsi, yang berjudul "Analisis Kepuasan Nasabah Pengguna *Mobile Banking Action*" di Kota Banda Aceh", saya :

Nama : Riazul Khairati
NIM : 170603004
Fakultas/Prodi : Ekonomi Bisnis Islam/Perbankan Syariah
Universitas : Universitas Islam Negeri Ar-Raniry
Banda Aceh

Bermaksud untuk memohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i dalam mengisi angket ini menjadi bantuan yang sangat berarti bagi saya untuk menyelesaikan penelitian skripsi ini. Saya menjamin kerahasiaan jawaban Bapak/Ibu/Saudara/i berikan dan hasilnya akan digunakan untuk kepentingan penelitian. Atas kesediaan waktunya dari Bapak/Ibu/Saudara/i dalam mengisi angket ini saya ucapkan terimakasih banyak.

Wassalamu'alaikum wr.wb.

Hormat Saya,

Riazul Khairati

Angket Penelitian

Mohon dengan hormat kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk menjawab pertanyaan ini dan memberi tanda (\surd) pada kolom yang tersedia:

1. Jenis Kelamin

- Laki-Laki
- Perempuan

2. Umur

- <20
- 21-40
- 41-50
- >51

3. Pendidikan Terakhir

- <SMP
- SMA
- Diploma
- S1
- S2/S3

4. Pekerjaan

- PNS
- Wiraswasta
- mahasiswa
- Pedagang
- Dan Lain-lain

5. Pernah Menggunakan *mobile banking action*

1 kali

2 kali

3 kali

>3 kali

6. Domisili

Meuraksa

Kuta Raja

Kuta Alam

Syiah Kuala

Ulee Kareng

Baiturrahman

Lueng Bata

Banda Raya

Jaya Baru

PETUNJUK PENGISIAN

Berikanlah tanda checklist (\checkmark) pada kolom Bapak/Ibu/Sdr/i pilih sesuai keadaan yang sebenarnya, dengan alternatif jawaban sebagai berikut:

Keterangan	Bobot
Sangat Puas (SP)	5
Puas (P)	4
Kurang Puas (KP)	3
Tidak Puas (TP)	2
Sangat Tidak Puas (STP)	1

1. Kualitas Produk

No	Pernyataan	SP	P	KP	TP	STP
1	<i>Mobile Banking Action</i> dapat diakses dengan cepat tanpa harus mendatangi kantor bank terlebih dahulu.					
2	<i>Mobile Banking Action</i> memberikan fitur-fitur yang dibutuhkan untuk bertransaksi.					
3	<i>Mobile Banking Action</i> memberikan pelayanan yang tepat sesuai dengan kebutuhan nasabah.					
4	Produk <i>Mobile Banking Action</i> berdampak baik bagi nasabah Bank Aceh Syariah					
5	<i>Mobile Banking Action</i> menyediakan kemudahan kontak dengan pihak bank jika ada hal yang mendesak.					
6	Dengan menggunakan produk <i>Mobile Banking Action</i> kebutuhan transaksi yang mendesak dapat teratasi.					
7	Penggunaan <i>Mobile Banking Action</i> tidak membutuhkan biaya administrasi yang mahal					
8	Produk <i>Mobile Banking Action</i> lebih bisa dipercaya daripada layanan mobile lainnya.					

2. Kualitas Layanan

No	Pernyataan	SP	P	KP	TP	STP
1	Pada penggunaan <i>Mobile Banking Action</i> jarang terjadi kesalahan dalam pelayanan					
2	Layanan yang diberikan <i>Mobile Banking Action</i> sesuai dengan yang dipromosikan					
3	Layanan <i>Mobile Banking Action</i> dapat diandalkan dalam menangani masalah yang dihadapi nasabah.					
4	<i>Mobile Banking Action</i> memberikan jaminan kerahasiaan data transaksi yang dilakukan oleh nasabah.					
5	Pada beranda <i>Mobile Banking Action</i> selalu memberikan pelayanan prima (<i>Excellent service</i>).					
6	Pada beranda <i>Mobile Banking Action</i> selalu memberikan informasi terbaru mengenai produk bank.					
7	Tampilan menu pada <i>Mobile Banking Action</i> yang ditawarkan begitu menarik.					
8	Menu yang tersedia pada <i>Mobile Banking Action</i> memudahkan nasabah bertransaksi					

3. Kemudahan Penggunaan

No	Pernyataan	SP	P	KP	TP	STP
1	Penggunaan <i>Mobile Banking Action</i> sangat mudah untuk dipelajari.					
2	<i>Mobile Banking Action</i> mudah untuk dikendalikan.					
3	<i>Mobile Banking Action</i> menyediakan informasi yang cukup jelas untuk dipahami.					
4	<i>Mobile Banking Action</i> dapat digunakan kapanpun untuk bertransaksi					
5	<i>Mobile Banking Action</i> mudah dibawa-bawa untuk bertransaksi					
6	<i>Mobile Banking Action</i> mudah untuk nasabah terampil dalam menggunakannya					
7	Sistem <i>Mobile Banking Action</i> secara keseluruhan mudah untuk digunakan					

4. Keamanan

No	Pernyataan	SP	P	KP	TP	STP
1	Dengan menggunakan <i>Mobile Banking Action</i> nomor PIN, password, dan kode MPIN, nasabah terjamin keamanannya.					
2	<i>Mobile Banking Action</i> memberikan keamanan dari setiap data transaksi yang dilakukan oleh nasabah.					
3	<i>Mobile Banking Action</i> memiliki tingkat kredibilitas yang baik.					
4	<i>Mobile Banking Action</i> selalu memberikan informasi data setiap pengirim dan penerima uang yang telah dikirimkan.					
5	<i>Mobile Banking Action</i> memberikan keamanan data pribadi dalam penggunaan layanan <i>mobile banking</i> .					
6	<i>Mobile Banking Action</i> lebih aman dibandingkan dengan layanan <i>mobile</i> yang lainnya.					
7	Sistem keamanan <i>Mobile Banking Action</i> dapat menjaga data nasabah dengan baik.					

Lampiran 2 : Jawaban Responden

1. Variabel Kualitas Produk

X1P1	X1P2	X1P3	X1P4	X1P5	X1P6	X1P7	X1P8
4	4	4	4	4	4	5	4
5	4	4	5	4	5	5	4
5	5	5	5	4	5	5	4
5	5	5	5	4	5	5	4
5	5	5	4	5	4	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	4	4	4	4	4
4	4	5	5	5	5	4	5
4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	3	5	4	5	5	3
5	5	4	4	4	3	3	5
5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	5	4	5	4	3
5	5	5	5	4	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	4	5	4	4	4	4
5	5	5	5	4	4	4	4
4	4	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	4	5	4	5
5	5	5	4	4	5	5	4
3	5	5	5	5	5	5	5
5	2	3	4	5	4	3	2
5	5	5	4	5	5	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	4	4	3	5	4	3
3	3	3	3	4	4	4	4
3	4	3	3	5	4	2	4
4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	4	5	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	4	5	5	5	4	3
5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	4	5	5	3	4
5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	5	5	4	5	4	5
5	5	5	5	4	5	4	4

5	5	5	4	5	5	4	4
5	4	5	4	5	5	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	5	4	4	4	4	3
4	4	4	4	4	5	5	4
5	5	4	5	4	4	4	4
4	4	3	4	3	3	4	5
4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	5	5	4	5	5	5
4	5	5	5	5	5	5	4
5	3	4	5	4	4	5	5
5	4	5	4	5	5	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	3	3	3	3	2	3
5	4	4	4	3	5	5	4
5	5	5	5	5	5	4	4
4	4	4	4	5	5	5	5
5	4	4	4	4	5	4	4
4	5	4	4	4	5	5	5
4	4	4	4	4	3	3	4
5	4	4	4	3	4	3	5
4	4	5	5	5	5	5	5
4	2	4	3	5	4	2	4
5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	3	5	4	4	4
4	4	3	3	3	5	4	3
4	4	4	3	3	4	4	3
2	1	1	2	2	1	2	2
5	5	4	5	4	5	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	4	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	4	5	5	5
5	4	4	5	4	4	1	3
5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5
4	3	3	5	4	4	5	3
5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5

5	5	5	5	5	5	5	5
2	4	4	5	4	5	4	4
4	3	4	5	4	4	4	5
5	5	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5
3	4	4	4	4	5	5	4
3	3	3	3	3	3	4	4
5	5	5	5	5	5	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	4	4	3	5	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	3	5	4	3
4	4	4	4	4	5	5	5

2. Variabel Kualitas Layanan

X2P1	X2P2	X2P3	X2P4	X2P5	X2P6	X2P7	X2P8
5	5	5	4	4	4	4	4
5	5	4	5	5	5	5	5
4	5	4	5	4	4	5	5
4	5	5	5	5	5	4	5
5	4	5	5	5	4	5	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	5
5	4	5	5	4	4	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3
5	4	4	5	5	5	4	5
4	4	3	5	3	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5
3	3	3	4	3	3	4	3
5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	5	3	5	2	3	4
5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	4	4	5	4	4	4
5	4	4	4	4	4	4	5
5	5	5	4	5	5	5	5

5	5	4	4	5	5	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	3	3	4
4	4	3	4	4	4	4	4
3	4	3	2	1	2	4	3
4	4	4	4	4	4	4	5
4	5	5	4	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	4	4	5	5	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	5	4	5	4	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	5	5	4	5	5	5
5	5	4	5	4	4	5	5
5	4	5	4	5	5	4	5
4	4	4	4	4	4	4	5
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	5	5	5	5	5	5
4	4	3	4	4	4	4	4
5	5	4	4	4	5	4	5
4	4	4	4	4	3	4	4
4	4	4	5	3	3	5	4
4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5
3	4	5	5	5	5	5	5
4	4	4	5	5	5	4	5
5	4	4	5	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	5	5	5	4	5
3	3	3	2	3	2	3	3
4	5	4	4	5	4	5	4
4	4	4	5	4	5	5	5
5	5	4	4	4	4	5	5
3	4	4	5	4	4	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5
3	4	4	4	3	3	3	4
3	4	4	5	5	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5
3	1	4	3	4	4	3	2
5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	5	4	3	4	4	4

2	4	3	5	5	4	4	4
3	4	4	5	4	4	3	4
2	2	2	2	2	2	2	1
3	4	4	5	4	4	3	4
5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	4	5	5	4	5	5
5	5	4	4	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5
3	5	2	5	4	4	3	5
5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	3	4
4	4	4	5	5	4	3	4
4	4	4	5	4	4	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5
3	3	4	5	5	4	4	5
3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	5	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	4	4	4	3	3	3
4	4	4	4	4	5	3	4
5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5
3	4	4	4	4	4	3	4
4	4	5	5	5	5	5	5

3. Variabel Kemudahan Penggunaan

X3P1	X3P2	X3P3	X3P4	X3P5	X3P6	X3P7
5	4	5	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5
5	5	4	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5
5	4	5	5	4	5	5
5	4	5	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4

4	4	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3
5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	5	5	4	4
5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5
4	3	3	4	3	3	3
5	5	4	5	4	4	5
5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4
4	5	5	5	5	4	4
5	5	5	5	5	5	5
4	4	5	4	4	4	4
5	4	4	4	4	5	4
5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	5
4	4	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4
3	4	4	4	3	3	3
5	3	3	4	3	4	3
4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	4	4
5	5	5	4	4	4	4
4	4	4	5	5	5	4
5	5	5	5	5	5	5
4	4	5	4	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	4	5	5
5	5	4	5	5	5	5
5	5	5	5	4	4	5
5	4	4	5	5	4	5
4	4	4	5	5	3	4
5	5	5	3	3	4	5
4	5	5	5	5	5	5
4	5	5	4	4	5	4
4	4	4	5	5	4	4
4	2	2	1	2	3	5
4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5

5	5	5	5	5	5	5
5	5	4	3	5	5	5
5	4	5	4	5	5	4
5	4	5	5	5	5	5
3	2	3	2	3	3	3
5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5
4	5	5	5	5	5	5
4	4	5	5	5	4	4
5	5	5	5	5	4	4
4	3	3	4	4	4	4
4	4	4	5	5	4	4
5	5	5	5	5	5	5
4	5	2	1	3	3	3
5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	3	4
1	2	1	1	1	1	1
5	5	5	5	5	4	5
5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	4	5
5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	5
5	5	5	5	5	5	5
5	5	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3
4	4	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5

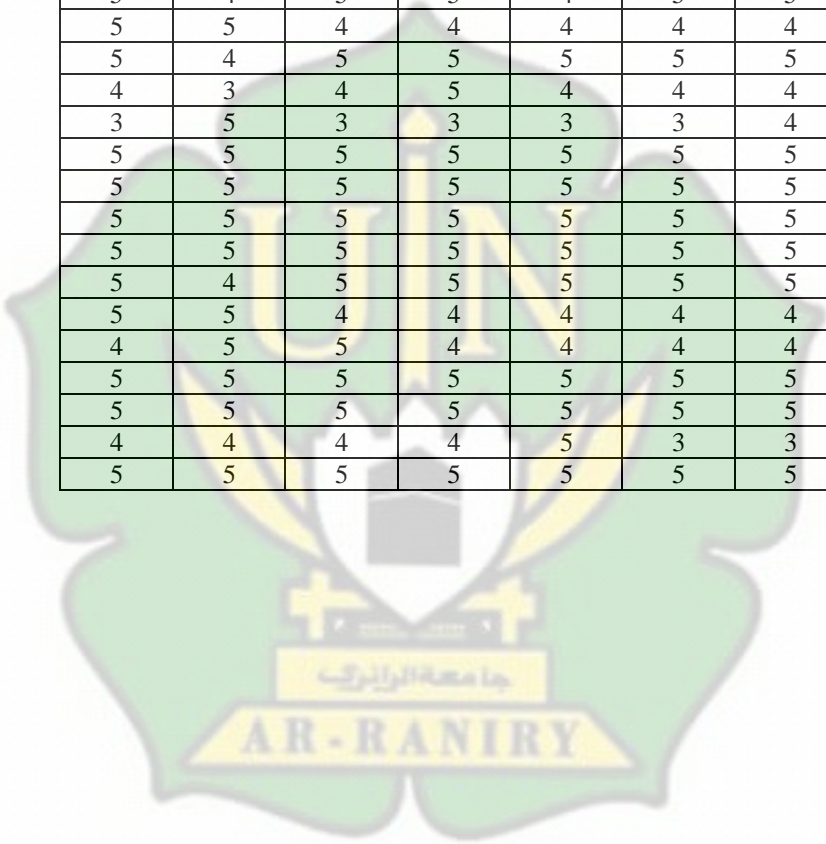
5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	5	5	4	4
4	4	4	4	4	4	5
5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5
4	4	3	5	5	5	4
5	5	5	4	4	5	5

4. Variabel Keamanan

X4P1	X4P2	X4P3	X4P4	X4P5	X4P6	X4P7
5	5	5	5	5	4	4
5	5	4	5	5	4	5
4	5	5	5	5	5	4
5	5	5	5	5	4	5
4	5	5	5	5	4	5
4	5	5	5	5	5	4
4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	4	4	5	4
4	3	4	4	4	4	4
3	5	3	3	3	3	3
5	5	5	4	4	5	4
4	5	5	5	5	5	4
5	5	5	5	5	5	5
5	4	5	5	5	5	5
3	5	3	3	3	3	4
5	5	5	5	5	5	5
5	4	4	5	5	5	5
4	4	5	4	4	4	4
4	5	3	5	4	5	4
5	5	5	5	5	5	5
4	5	5	4	4	4	4
4	5	5	5	4	4	5
5	4	5	5	5	5	5
5	5	4	4	4	4	4
5	5	4	5	5	4	5
5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	3	3
4	5	4	4	4	5	4
2	4	5	3	4	4	4
4	5	4	4	4	4	4
5	4	5	5	5	5	5
5	4	4	4	5	4	5
3	5	4	5	5	4	4
5	5	5	5	5	5	5

5	5	4	4	5	3	5
5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5
5	4	5	5	5	5	5
5	4	5	4	4	5	5
4	4	5	5	4	4	4
5	5	4	5	4	3	4
5	5	5	5	5	5	5
4	5	4	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4
4	1	4	4	4	4	4
3	4	1	5	3	1	2
4	5	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5
5	4	5	5	5	5	5
5	5	4	5	4	5	4
5	5	5	4	5	5	5
5	3	5	5	5	5	5
2	4	3	3	3	2	3
4	5	4	5	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5
4	5	4	4	4	4	4
5	5	4	5	5	4	5
3	4	4	3	4	3	3
4	4	4	3	4	4	4
4	5	4	4	4	4	4
5	1	5	5	5	5	5
4	5	5	4	5	5	4
5	3	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	5
4	2	3	1	3	4	5
2	5	2	1	2	2	2
5	5	5	3	5	5	5
5	4	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4
4	5	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	4	5
5	5	5	5	5	5	5

5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5
5	4	5	5	5	5	5
4	5	4	5	5	5	5
5	4	5	5	4	5	5
5	5	4	4	4	4	4
5	4	5	5	5	5	5
4	3	4	5	4	4	4
3	5	3	3	3	3	4
5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5
5	4	5	5	5	5	5
5	5	4	4	4	4	4
4	5	5	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	5	3	3
5	5	5	5	5	5	5



Lampiran 3 : Uji Validitas

		X1P1	X1P2	X1P3	X1P4	X1P5	X1P6
X1P 1	Pearson Correlation	1	,598**	,629**	,517**	,400**	,447**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X1P 2	Pearson Correlation	,598**	1	,783**	,608**	,447**	,633**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X1P 3	Pearson Correlation	,629**	,783**	1	,677**	,661**	,706**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X1P 4	Pearson Correlation	,517**	,608**	,677**	1	,524**	,645**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X1P 5	Pearson Correlation	,400**	,447**	,661**	,524**	1	,549**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100	100
X1P 6	Pearson Correlation	,447**	,633**	,706**	,645**	,549**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100

X1P7	Pearson Correlation	,321**	,517**	,525**	,580**	,382**	,635**
	Sig. (2-tailed)	,001	,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X1P8	Pearson Correlation	,401**	,594**	,639**	,517**	,538**	,432**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X	Pearson Correlation	,687**	,833**	,899**	,809**	,715**	,807**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X2P1	Pearson Correlation	,519**	,475**	,597**	,558**	,623**	,503**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X2P2	Pearson Correlation	,516**	,614**	,569**	,603**	,448**	,613**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100

		X1P7	X1P8	X	X2P1	X2P2	X2P3
X1P1	Pearson Correlation	,321**	,401**	,687**	,519**	,516**	,499**
	Sig. (2-tailed)	,001	,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X1P2	Pearson Correlation	,517**	,594**	,833**	,475**	,614**	,627**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X1P3	Pearson Correlation	,525**	,639**	,899**	,597**	,569**	,751**

	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X1P4	Pearson Correlation	,580**	,517**	,809**	,558**	,603**	,544**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X1P5	Pearson Correlation	,382**	,538**	,715**	,623**	,448**	,615**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X1P6	Pearson Correlation	,635**	,432**	,807**	,503**	,613**	,605**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X1P7	Pearson Correlation	1	,550**	,734**	,511**	,595**	,519**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X1P8	Pearson Correlation	,550**	1	,753**	,597**	,515**	,668**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X	Pearson Correlation	,734**	,753**	1	,702**	,718**	,774**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X2P1	Pearson Correlation	,511**	,597**	,702**	1	,707**	,656**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X2P2	Pearson Correlation	,595**	,515**	,718**	,707**	1	,585**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100	100
		X2P4	X2P5	X2P6	X2P7	X2P8	XX
X1P1	Pearson Correlation	,509**	,498**	,404**	,493**	,548**	,598**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100

X1P2	Pearson Correlation	,493**	,456**	,443**	,577**	,618**	,644**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X1P3	Pearson Correlation	,520**	,604**	,602**	,622**	,669**	,741**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X1P4	Pearson Correlation	,620**	,600**	,571**	,553**	,638**	,703**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X1P5	Pearson Correlation	,368**	,441**	,617**	,597**	,572**	,646**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X1P6	Pearson Correlation	,565**	,658**	,663**	,579**	,696**	,733**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X1P7	Pearson Correlation	,596**	,561**	,612**	,504**	,596**	,675**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X1P8	Pearson Correlation	,539**	,435**	,510**	,665**	,491**	,664**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X	Pearson Correlation	,676**	,681**	,708**	,735**	,773**	,866**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X2P1	Pearson Correlation	,492**	,538**	,648**	,716**	,649**	,817**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X2P2	Pearson Correlation	,560**	,554**	,607**	,664**	,732**	,811**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
		X3P1	X3P2	X3P3	X3P4	X3P5	X3P6
X1P1	Pearson Correlation	,524**	,449**	,519**	,477**	,584**	,507**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X1P2	Pearson Correlation	,611**	,469**	,630**	,655**	,597**	,573**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000

	N	100	100	100	100	100	100
X1P3	Pearson Correlation	,664**	,625**	,678**	,640**	,680**	,694**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X1P4	Pearson Correlation	,665**	,635**	,638**	,669**	,709**	,710**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X1P5	Pearson Correlation	,577**	,517**	,570**	,479**	,515**	,610**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X1P6	Pearson Correlation	,704**	,687**	,699**	,688**	,691**	,725**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X1P7	Pearson Correlation	,594**	,602**	,617**	,529**	,513**	,580**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X1P8	Pearson Correlation	,532**	,454**	,490**	,394**	,439**	,505**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X	Pearson Correlation	,780**	,711**	,776**	,725**	,755**	,784**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X2P1	Pearson Correlation	,579**	,548**	,619**	,445**	,481**	,610**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X2P2	Pearson Correlation	,606**	,553**	,722**	,681**	,652**	,682**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100

		X3P7	XXX	X4P1	X4P2	X4P3	X4P4
X1P1	Pearson Correlation	,600**	,599**	,588**	,430**	,462**	,442**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X1P2	Pearson Correlation	,581**	,677**	,534**	,580**	,452**	,478**

	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X1P3	Pearson Correlation	,668**	,762**	,674**	,577**	,644**	,621**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X1P4	Pearson Correlation	,714**	,777**	,680**	,580**	,590**	,666**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X1P5	Pearson Correlation	,568**	,626**	,498**	,473**	,680**	,514**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X1P6	Pearson Correlation	,632**	,791**	,620**	,629**	,611**	,544**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X1P7	Pearson Correlation	,597**	,659**	,536**	,516**	,409**	,508**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X1P8	Pearson Correlation	,542**	,547**	,513**	,419**	,408**	,539**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X	Pearson Correlation	,784**	,870**	,743**	,674**	,677**	,690**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X2P1	Pearson Correlation	,635**	,639**	,589**	,566**	,508**	,524**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X2P2	Pearson Correlation	,674**	,752**	,566**	,719**	,477**	,506**

	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
			X4P5	X4P6	X4P7	XXXX	
X1P1	Pearson Correlation		,451**	,351**	,438**	,532**	
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	
	N		100	100	100	100	
X1P2	Pearson Correlation		,546**	,385**	,525**	,589**	
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	
	N		100	100	100	100	
X1P3	Pearson Correlation		,679**	,592**	,672**	,750**	
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	
	N		100	100	100	100	
X1P4	Pearson Correlation		,637**	,607**	,573**	,732**	
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	
	N		100	100	100	100	
X1P5	Pearson Correlation		,633**	,615**	,605**	,675**	
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	
	N		100	100	100	100	
X1P6	Pearson Correlation		,632**	,519**	,619**	,702**	
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	
	N		100	100	100	100	
X1P7	Pearson Correlation		,443**	,414**	,458**	,556**	
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	
	N		100	100	100	100	
X1P8	Pearson Correlation		,483**	,447**	,439**	,549**	
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	
	N		100	100	100	100	
X	Pearson Correlation		,718**	,626**	,691**	,812**	
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	
	N		100	100	100	100	
X2P1	Pearson Correlation		,479**	,450**	,435**	,601**	
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	
	N		100	100	100	100	
X2P2	Pearson Correlation		,556**	,405**	,514**	,633**	
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	
	N		100	100	100	100	

Lampiran 4 : Uji Reliabilitas

1. Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Produk

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.907	8

2. Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Layanan

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.936	8

3. Uji Reliabilitas Variabel Kemudahan Penggunaan

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.946	7

4. Uji Reliabilitas Variabel Keamanan

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.932	7

Lampiran 5 : Statistik Deskriptif

1. Variabel Kualitas Produk

	Descriptive Statistics				
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1P1	100	2	5	4.45	.716
X1P2	100	1	5	4.38	.776
X1P3	100	1	5	4.37	.747
X1P4	100	2	5	4.43	.700
X1P5	100	2	5	4.31	.706
X1P6	100	1	5	4.55	.702
X1P7	100	1	5	4.31	.837
X1P8	100	2	5	4.28	.753
X	100	13	40	35.08	4.629
Valid N (listwise)	100				

2. Variabel Kualitas Layanan

	Descriptive Statistics				
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X2P1	100	2	5	4.25	.809
X2P2	100	1	5	4.37	.720
X2P3	100	2	5	4.32	.723
X2P4	100	2	5	4.47	.717
X2P5	100	1	5	4.40	.765
X2P6	100	2	5	4.32	.790
X2P7	100	2	5	4.30	.759
X2P8	100	1	5	4.49	.745
XX	100	15	40	34.92	5.014
Valid N (listwise)	100				

3. Variabel Kualitas Kemudahan Penggunaan

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X3P1	100	1	5	4.51	.674
X3P2	100	2	5	4.44	.729
X3P3	100	1	5	4.46	.797
X3P4	100	1	5	4.48	.870
X3P5	100	1	5	4.49	.772
X3P6	100	1	5	4.43	.742
X3P7	100	1	5	4.50	.718
XXX	100	8	35	31.31	4.620
Valid N (listwise)	100				

4. Variabel Kualitas Keamanan

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X4P1	100	2	5	4.50	.732
X4P2	100	1	5	4.51	.823
X4P3	100	1	5	4.49	.732
X4P4	100	1	5	4.48	.810
X4P5	100	2	5	4.51	.659
X4P6	100	1	5	4.40	.804
X4P7	100	2	5	4.48	.689
XXXX	100	13	35	31.37	4.440
Valid N (listwise)	100				