

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN *ACTION*
(*ACEH TRANSACTION ONLINE*) TERHADAP KEPUASAN
NASABAH**

(Studi Kasus Pada Bank Aceh Syariah Lhokseumawe)



Disusun Oleh:

**SAVIRA ALIFA
NIM. 190603123**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
BANDA ACEH
2023 M/1444 H**

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Savira Alifa

NIM : 190603123

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 mempertanggung jawabkan.***
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 pemanipulasian dan pemalsuan data.***
5. ***Mengerjakan sendiri karya ini dan mampu bertanggung jawab atas karya ini.***

Bila di kemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan telah melalui pembuktian yang dapat dipertanggung jawabkan 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 Universitas Islam Negeri Ar-Raniry.

Demikian Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Banda Aceh, 18 Juli 2023

Yang Menyatakan,



PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI
Pengaruh Kualitas Layanan *Action (Aceh Transaction Online)* Terhadap
Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Bank Aceh Syariah Lhokseumawe)

Disusun Oleh:

Savira Alifa
NIM. 190603123

Disetujui untuk disidangkan dan dinyatakan bahwa isi dan
formatnya telah memenuhi syarat penyelesaian studi pada
Program Studi Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh

Pembimbing I



Dr. Nevi Hasnita, S.Ag., M.Ag.
NIP. 19771105 200604 2003

Pembimbing II



Rika Mulia, MBA.
NIP. 19860128 201903 1005

Mengetahui,
Ketua Prodi



Dr. Nevi Hasnita, S.Ag., M.Ag.
NIP. 19771105 200604 2003



PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

**Pengaruh Kualitas Layanan *Action (Aceh Transaction Online)* Terhadap
Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Bank Aceh Syariah Lhokseumawe)**

Savira Alifa
NIM. 190603123

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: Selasa, 18 Juli 2023 M
29 Zulhijjah 1444 H

Banda Aceh
Dewan Penguji Sidang Skripsi

Ketua



Dr. Nevi Hasnita, S.Ag., M.Ag.
NIP. 19771105 200604 2003

Sekretaris



Rika Mulia, MBA.
NIP. 19860128 2019031005

Penguji I



Isnaliana, S.H.I., M.A.
NIDN. 2029099003

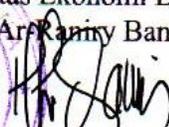
Penguji II



Muhammad Syauqi Bin-Armia, MBA., CSAA.
NIP. 19910306 2022031001

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
UIN Ar-Raniry Banda Aceh



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





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 di bawah ini:

Nama Lengkap : Savira Alifa

NIM : 190603123

Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis Islam / Perbankan Syariah

E-mail : 190603123@student.ar-raniry.ac.id

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 KKKU Skripsi

Yang berjudul:

Pengaruh Kualitas Layanan *Action* (Aceh *Transaction Online*) Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Bank Aceh Syariah Lhokseumawe)

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 : 14 Agustus 2023

Mengetahui,

Penulis

Pembimbing I

Pembimbing II

Savira Alifa
NIM. 190603123

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

Rika Mulia, MBA.
NIP. 198601282019031005

KATA PENGANTAR



Puji serta syukur marilah kita panjatkan pada Allah SWT yang telah menciptakan manusia dan memuliakannya diatas makhluk-makhluk yang lain. Alhamdulillah berkat rahmat dan karuni-Nya kami dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan Judul **“Pengaruh Kualitas Layanan Action (Aceh Transaction Online) terhadap kepuasan nasabah (Studi Kasus Pada Bank Aceh Syariah Lhokseumawe).** Laporan skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1), Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Ar-Raniry, Banda Aceh.

Shalawat dan salam juga tidak lupa atas pemimpin umat islam yakni baginda besar Nabi Muhammad SAW, beserta para sahabat dan pengikutnya hingga akhir zaman.

Penulis menyadari proses dalam penyelesaian skripsi ini tidaklah mudah, penulis banyak mengalami kesulitan dan hambatan. Namun, berkat dorongan dan semangat dari berbagai pihak, akhirnya skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa hormat dan terima kasih yang sebesar-besarnya terhormat kepada:

1. Dr. Hafas Furqani, M.Ec. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh;
2. Dr. Nevi Hasnita, S.Ag., M.Ag. selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah serta selaku pembimbing I, yang telah memberi masukan dan saran bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini;
3. Inayatillah, M.A.Ek. selaku Sekretaris Program Studi Perbankan Syariah;

4. Hafizh Maulana, SP., S.H.I., M.E. selaku Ketua Laboratorium Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam;
5. Rika Mulia, MBA selaku pembimbing II yang tak bosan-bosannya memberikan arahan dan nasehat bagi penulis demi kesempurnaan skripsi ini.
6. Isnaliana, S.H.I., M.A. selaku penguji I dan Muhammad Syauqi Bin-Armia, Lc., MBA., CSAA. selaku penguji II yang senantiasa dalam menguji dan mengarahkan penulisan skripsi ini menjadi bermutu dan berkualitas;
7. Dosen-dosen, dan staf akademik FEBI yang telah memberikan ilmunya dengan tulus selama penulis menjadi mahasiswi Prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
8. Para pihak PT. Bank Aceh Syariah dan narasumber lainnya yang telah meluangkan waktunya untuk mengisi kuisioner yang saya sebar.
9. Teristimewa untuk kedua orang tua tercinta, Ayahanda H. Yulvandiari dan Ibunda Hj. Hasmanita Hamzah S.S dan juga kedua adik saya Putri Diah Shanata, Khadeeja Al-hajj yang telah mendukung, memberikan doa dan membantu dalam proses pembuatan skripsi ini serta kepada sepupu saya dan seluruh keluarga besar yang selalu memberikan cinta dan kasih sayangnya, semangat dan motivasi serta doa yang tiada hentinya
10. Kepada Arifin Rifqa dan sahabat-sahabat saya khususnya Azira Shavina yang telah membantu dan mendukung dalam proses pembuatan skripsi ini dan terimakasih kepada Dian Zahara, Vinny Monica, Nisa Adila, Alfianda Bahari, Denny Munandar, sahabat-sahabat SMA saya, dan Keluarga besar Perbankan Syariah 19.

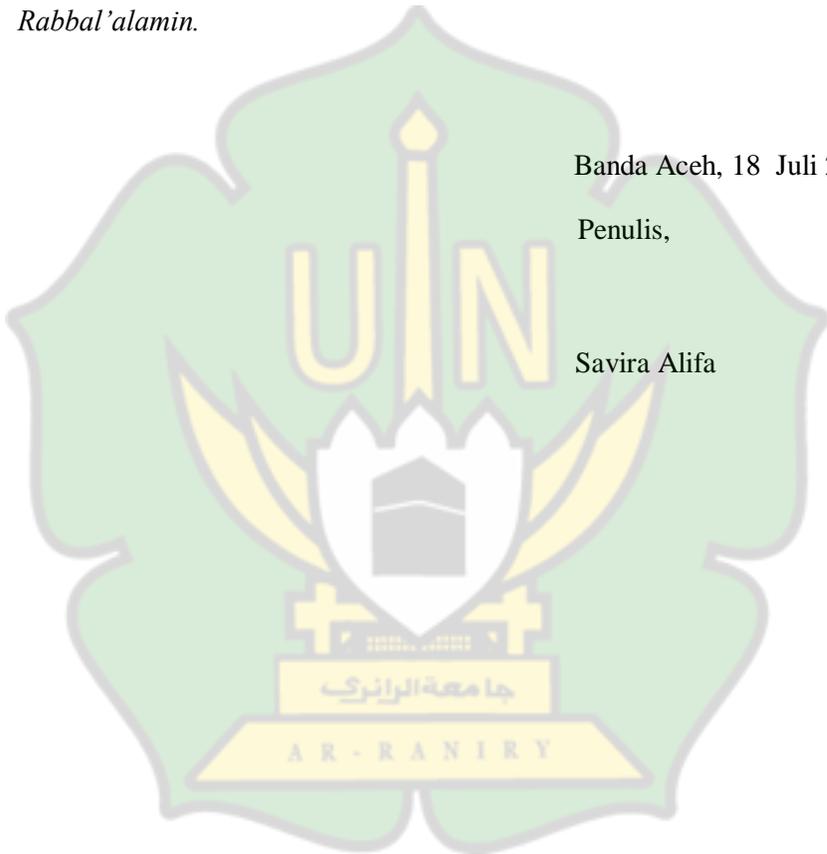
11. Seluruh pihak-pihak terkait yang tidak penulis sebutkan satu persatu yang telah banyak memberikan bantuan, arahan dan kerjasama demi kelancaran penyusunan skripsi ini.

Semoga Allah akan membalas kebaikan dan bantuan yang telah diberikan kepada penulis dengan kebaikan yang berlipat ganda. *Amin ya Rabbal'alamin.*

Banda Aceh, 18 Juli 2023

Penulis,

Savira Alifa



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	أ	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	ء	‘
14	ص	Ṣ	29	ي	Y
15	ض	Ḍ			

2. Vokal

Vokal Bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, yang 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 adalah sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin
◌َ	Fathah	A
◌ِ	Kasrah	I
◌ُ	Dammah	U

b. Vokal Rangkap

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

Tanda	Nama	Huruf Latin
يَ	Fathah dan ya	Ai
وَ	Fathah dan wau	Au

Contoh:

Kaifa: كَيْفَ *Haula*: هَوْلٌ

3. Maddah

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

Tanda	Nama	Huruf Latin
يِ	Fathah dan alif atau ya	Ā
يِ	Kasrah dan ya	Ī
يِ	Dammah dan ya	Ū

Contoh:

qala : قَالَ *rama* : رَمَى
qila : قِيلَ *yaqulu* : يَقُولُ

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) yang mat atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah h.

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:

Raudah al-atfal/ raudatul atfal : رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ
Al-Madinah al-Munawarah/ : الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ
al-Madinatul Munawarah
Talhah : طَلْحَةُ

Catatan:

Modifikasi

1. Nama orang yang berkebangsaan Indonesia ditulis seperti biasa tanpa transliterasi, seperti M. Syuhudi Ismail, sedangkan nama lainnya ditulis sesuai kaidah penerjemahan. Contoh: Hamad 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 Tasawuf, bukan Tasawuf.



ABSTRAK

Nama : Savira Alifa
NIM : 190603123
Fakultas/Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah
Judul : Pengaruh Kualitas Layanan *Action* (Aceh *Transaction Online*) Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Bank Aceh Syariah Lhokseumawe)
Pembimbing I : Dr. Nevi Hasnita, S.Ag., M.Ag.
Pembimbing II : Rika Mulia, MBA.

Kepuasan nasabah menjadi tujuan dan capaian yang diinginkan sebuah bank dalam menjalankan kegiatan bisnisnya. Kepuasan nasabah dapat dipengaruhi oleh faktor kualitas layanan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Layanan *Action* (Aceh *Transaction Online*) terhadap kepuasan nasabah di kantor cabang Lhokseumawe. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif asosiatif dengan jenis penelitian Kuantitatif. Populasinya adalah seluruh nasabah Bank Aceh Syariah cabang Lhokseumawe dengan 101 sampel. Teknik pengumpulan data kuesioner dengan menggunakan *google form*. Pengolahan data menggunakan SPSS Versi 26. Berdasarkan hasil pengujian parsial diketahui bahwa 5 variabel yang menunjukkan hasil yang berbeda yaitu, *Empathy* tidak terdapat pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah, *Tangibles* tidak terdapat pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah, *Reliability* tidak terdapat pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah, *Responsiveness* terdapat pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah, *Assurance* terdapat pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hasil uji secara simultan menunjukkan 5 variabel berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah.

Kata Kunci: *Kualitas Layanan, Action, Bank Aceh Syariah, Kepuasan Nasabah*

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL KEASLIAN	i
HALAMAN JUDUL KEASLIAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	iii
PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI	iv
PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI	v
KATA PENGANTAR	vii
TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN	x
ABSTRAK.....	xiii
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR TABEL	xix
DAFTAR LAMPIRAN.....	xx
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2. Rumusan Masalah	9
1.3. Tujuan Penelitian.....	9
1.4. Manfaat Penelitian.....	10
1.5. Sistematika Pembahasan	11
BAB II LANDASAN TEORI.....	12
2.1. Kepuasan Nasabah.....	12
2.1.1. Definisi Kepuasan Nasabah	12
2.1.2. Elemen Kepuasan Nasabah.....	13
2.1.3. Indikator Kepuasan Nasabah	14
2.2. Kualitas Layanan	16
2.2.1 Definisi Kualitas Layanan	16
2.2.2 Variabel Kualitas Layanan	16
2.3. Mobile Banking.....	20
2.3.1. Pengertian <i>Mobile Banking</i>	20
2.3.2. Manfaat <i>Mobile Banking</i>	22
2.4. Bank Syariah	23
2.4.1. Pengertian Bank Syariah.....	23
2.4.2. Fungsi dan Peran Perbankan Syariah.....	24

2.4.3. Kegiatan Usaha Bank Syariah.....	25
2.5. Penelitian Terdahulu.....	26
2.6. Kerangka Berpikir	32
2.7. Hipotesis Penelitian.....	34
BAB III METODE PENELITIAN.....	37
3.1. Desain Penelitian	37
3.1.1. Jenis Penelitian dan Pendekatan Penelitian	37
3.1.2. Sumber Data.....	38
3.2. Populasi, dan Sampel Penelitian.....	38
3.2.1. Populasi.....	38
3.2.2. Sampel Penelitian.....	39
3.3. Definisi dan Operasionalisasi Variabel	41
3.3.1 Variabel penelitian	41
3.3.2 Operasional Variabel.....	41
3.4. Teknik Pengumpulan Data	44
3.5. Skala Pengukuran	44
3.6. Uji Instrumen Penelitian.....	45
3.6.1. Uji Validitas	45
3.6.2. Uji Reliabilitas	46
3.7. Uji Asumsi Klasik	47
3.7.1. Uji Heteroskedastisitas.....	47
3.7.2. Uji Normalitas.....	47
3.8. Metode Analisis Data	48
3.8.1. Analisis Regresi Linier Sederhana	49
3.8.2. Uji Hipotesis	49
3.8.3. Uji Signifikan Parsial (Uji t)	49
3.8.4. Uji secara simultan (F).....	50
3.8.5. Uji Koefisien Determinasi (R ²)	50
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	52
4.1 Deskripsi Tempat Penelitian.....	52
4.1.1 Sejarah Berdirinya PT.Bank Aceh Syariah (BAS)	52
4.1.2 Visi dan Misi PT. Bank Aceh Syariah	56
4.1.3 Motto.....	56
4.2 Produk Dan Layanan	58
4.2.1 Penghimpunan Dana	58
4.2.2 Penyaluran Dana	59

4.2.3 Divisi pada BAS (Bank Aceh Syariah).....	60
4.3 <i>Mobile Banking “Action Mobile”</i>	60
4.3.1 Layanan <i>Action</i> BAS (Bank Aceh Syariah).....	62
4.3.2 Limit Transaksi ACTION BAS	63
4.4 Karakteristik Responden	64
4.5 Uji Validitas dan Realibilitas.....	69
4.5.1 Uji Validitas	69
4.5.2 Uji Reabilitas.....	72
4.6 Uji Asumsi Klasik	73
4.6.1 Uji Normalitas.....	73
4.6.2 Uji Heteroskedastisitas.....	74
4.6.3 Analisis Regresi Berganda.....	75
4.7 Uji Hipotesis.....	77
4.7.1 Uji Signifikan Parsial (Uji t)	77
4.7.2 Uji secara simultan (F).....	79
4.7.3 Uji koefisien determinasi (R ²).....	80
4.8 Pembahasan	81
4.8.1 Pengaruh Aspek <i>Empathy</i> Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan <i>Mobile Banking</i>	81
4.8.2 Pengaruh Aspek <i>Tangibles</i> Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan <i>Mobile Banking</i>	82
4.8.3 Pengaruh Aspek <i>Reliability</i> Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan <i>Mobile Banking</i>	83
4.8.4 Pengaruh Aspek <i>Responsiveness</i> Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan <i>Mobile Banking</i>	84
4.8.5 Pengaruh Aspek Assurance Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan <i>Mobile banking</i>	84
4.8.6 Pengaruh Aspek <i>Empathy, Tangibles, Reliability,</i> <i>Responsiveness, Assurance</i> Secara Simultan Terhadap Kepuasan Nasabah	86
BAB V PENUTUP	88
5.1 Kesimpulan.....	88
5.2 Keterbatasan Penelitian	89
5.3 Saran.....	90
DAFTAR PUSTAKA	92

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jumlah penduduk Muslim Terbanyak	18
Gambar 1. 2 Pengguna Internet	19
Gambar 1. 3 Produk Keuangan yang Paling Banyak Digunakan	20
Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir	37



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	35
Tabel 3. 1 Operasional Variabel.....	43
Tabel 3. 2 Skala Likert	45
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden berdasarkan Umur.....	64
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	65
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	66
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	67
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Lamanya Menjadi Nasabah	68
Tabel 4. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Lamanya menggunakan Action.....	68
Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas Empathy (X1)	69
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas Tangibles (X2).....	70
Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas Reliability (X3).....	70
Tabel 4. 10 Hasil Uji Validitas Responsiveness (X4)	71
Tabel 4. 11 Hasil Uji Validitas Assurance (X5).....	71
Tabel 4. 12 Hasil Uji Validitas Kepuasan Nasabah (Y)	71
Tabel 4. 13 Hasil Uji Reliabilitas	73
Tabel 4. 14 Hasil Uji Normalitas.....	74
Tabel 4. 15 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	76
Tabel 4. 16 Hasil Uji T (Parsial).....	78
Tabel 4. 17 Hasil Uji Secara Simultan (F).....	80
Tabel 4. 18 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²)	81

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuisisioner.....	78
Lampiran 2 Jawaban Responden	83
Lampiran 3 Hasil Uji Validitas.....	99
Lampiran 4 Hasil Uji Reliabilitas	100
Lampiran 5 Hasil Uji Normalitas	101
Lampiran 6 Hasil Uji Heteroskedastisitas	101
Lampiran 7 Hasil Uji Analisis Regresi Berganda.....	101
Lampiran 8 Hasil Uji Hipotesis	102



BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Perkembangan Perbankan Syariah di Indonesia semakin maju setelah di sahkan Undang- Undang Nomor 21 Tahun 2008 sebagai landasan hukum Perbankan Syariah. Hal ini dapat terlihat dari sebaran nasabah bank syariah di Indonesia pada tahun 2017 jumlah nasabah bank syariah sebanyak 15.370.224 Pada tahun 2018 jumlah nasabah bank syariah sebanyak 17.909.582. Menurut data OJK, jumlah nasabah bank syariah di Indonesia sebanyak 19.445.128 pada tahun 2019. Saat ini, bank syariah di Indonesia mengalami kemajuan yang sangat cepat. Indonesia, sebagai negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia, berikut perbandingan beberapa negara:

Gambar 1. 1
Jumlah Penduduk Muslim Terbanyak



Sumber : World population review 2021

Berdasarkan data diatas menunjukkan bahwa Indonesia terletak sebagai negara yang memiliki penduduk muslim tertinggi

yaitu 231 juta jiwa. Dengan demikian Indonesia memainkan peran penting dalam membangun ekonomi syariah. Terlebih lagi, dengan Diresmikannya BSI (Bank Syariah Indonesia) pada tanggal 1 Februari 2021 melangsungkan 3 merger Bank Syariah BUMN yang langsung diresmikan oleh Presiden Joko Widodo yang diadakan di Istana Negara (Ulya, 2021). Harapan dilakukannya merger 3 Bank Syariah ini oleh pemerintah yang “bertujuan untuk dapat membangkitkan perekonomian nasional dengan lembaga keuangan yang baru untuk masyarakat” (Alhusain, 2021).

Menurut Hanum et al. (2013), keberadaan internet sebagai indikator kemajuan teknologi telah mempercepat proses globalisasi dan membawa perubahan besar dalam penyebaran informasi dan komunikasi di sektor perbankan di seluruh dunia. Penggunaan internet dalam transaksi bisnis perbankan dikenal sebagai internet banking. Internet banking merupakan jenis layanan perbankan yang menggabungkan sistem informasi dan teknologi. Industri perbankan saat ini telah menghadirkan berbagai bentuk *E-Banking* seperti ATM, *Phone Banking*, *Internet Banking*, *SMS Banking*, dan *Mobile Banking*. Kemajuan dalam teknologi informasi, telekomunikasi, dan internet telah memicu perkembangan aplikasi berbasis internet yang dapat diakses melalui *smartphone*. Pengguna internet Indonesia saat ini mengalami peningkatan dari waktu ke waktu. Berdasarkan hasil survei terbaru Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), jumlah pengguna internet Indonesia mencapai 210 juta. Dalam temuan survei terbaru, tingkat penetrasi internet di RI tumbuh

77,02%, di mana ada 210.026.769 jiwa dari total 272.682.600 jiwa penduduk Indonesia yang terhubung ke internet pada tahun 2021.

Gambar 1. 2
Pengguna Internet di Indonesia

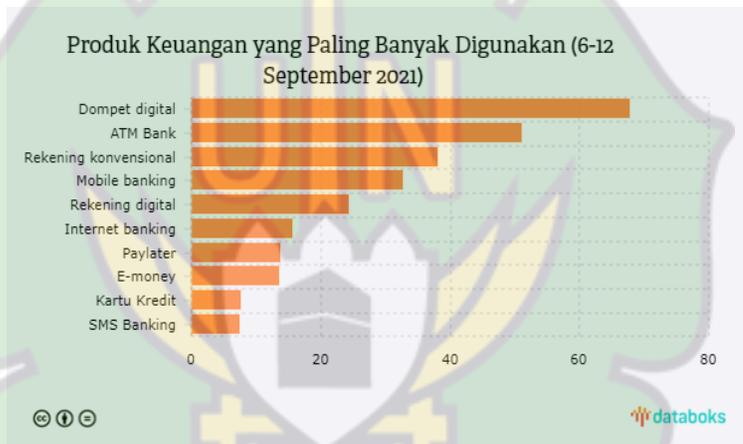


Sumber : Databoks 2022

Salah satu bentuk layanan *self-service* yang populer adalah Mobile Banking. *Mobile Banking* merupakan bagian dari teknologi *E-Banking* yang menyediakan layanan informasi perbankan melalui koneksi nirkabel (*via wireless*) terbaru. Meskipun sudah ada layanan ATM, Telepon, dan *Internet Banking* dalam mendukung kegiatan perbankan, *Mobile Banking* memiliki keunggulan tersendiri dalam membuat transaksi menjadi lebih cepat dan efisien. Penggunaan *Mobile Banking* di Indonesia semakin meningkat seiring dengan meningkatnya minat masyarakat terhadap layanan tersebut. Hal ini didukung oleh pertumbuhan jumlah *e-commerce* atau sistem belanja online yang memungkinkan transaksi dilakukan tanpa harus bertatap muka secara langsung. Dengan demikian, proses pembayaran dapat dilakukan dengan cara yang mudah dan efisien.

Menurut data yang diperoleh pada tanggal 6-12 September 2021, *Mobile Banking* menempati peringkat keempat dalam hal penggunaan yang paling banyak, dengan presentase responden yang menggunakan layanan ini sebesar 32,7% (Databoks, 2022). Data ini disajikan dalam bentuk grafik yang diperoleh dari sumber yang sama, yaitu Databoks.

Gambar 1. 3
Produk Keuangan yang Paling Banyak digunakan



Sumber : databoks2022

Kelemahan dari *Mobile Banking* adalah harus selalu dalam keadaan ketersediaan jaringan seluler operator yang bersangkutan. Karena jika terjadi ketidakterediaan jaringan atau *blankspot*, maka layanan *Mobile Banking* tidak bisa digunakan. Masalah yang terjadi terkait jaringan tersebut sebenarnya bukan tanggung jawab pihak bank melainkan tanggung jawab penyedia operator seluler dan internet provider yang digunakan oleh nasabah untuk mengakses layanan *Mobile Banking*. Akan tetapi jika mengalami hal tersebut

pihak nasabah bisa mendatangi bank untuk melakukan transaksi ke bank. Namun penggunaan Mobile Banking dinilai menguntungkan bagi pihak bank dan juga nasabah semua transaksi menjadi lebih praktis, efektif dan efisien (Hadi, 2015).

Revolusi Industri 4.0 merupakan upaya transformasi menuju perbaikan dengan mengintegrasikan dunia online dan lini produksi di industri, dimana semua proses produksi berjalan dengan internet sebagai penopang utama. Era ini menjadi hal penting bagi bank plat merah di ujung provinsi Aceh yaitu Bank Aceh Syariah (BAS) untuk terus berkiprah dan bersaing di tengah persaingan ekonomi. Oleh karena itu, dalam upaya untuk membuktikan komitmennya kepada nasabah, Bank Aceh Syariah (BAS) menjadikan era digital sebagai ujung tombak dengan berfokus untuk memberikan kemudahan dan meningkatkan kualitas pelayanan. Salah satu langkah yang diambil adalah melalui peluncuran layanan *Mobile Banking* yang diberi nama "*Action*" pada tanggal 10 November 2020. "*Action*" merupakan singkatan dari *Aceh Transaction Online*, dan inovasi ini menjadi terobosan baru bagi BAS dalam upaya untuk memperluas jangkauan layanan serta memenuhi kebutuhan pasar yang ada. Dengan adanya *Mobile Banking* ini, BAS berupaya memberikan akses keuangan yang lebih mudah kepada nasabah, sehingga dapat meningkatkan kepuasan dan kenyamanan dalam bertransaksi.

Hadirnya *Action* merupakan jawaban atas kebutuhan pasar dan merupakan bukti perhatian yang tinggi dari para pemegang saham, seperti Gubernur Aceh, Bupati, dan Walikota di seluruh

Aceh, yang terus memantau perkembangan finalisasi *Action*. Aplikasi *Mobile Banking Action* ini didesain dengan basis *online* dan *real-time*, dan dengan adanya aplikasi ini, jaringan layanan dapat diperluas sehingga masyarakat tidak perlu lagi pergi ke Bank untuk melakukan transaksi sehari-hari, serta dapat melakukan pembayaran tanpa uang tunai (*cashless payment*). Inovasi digital ini memberikan kemudahan akses keuangan bagi masyarakat dengan biaya yang terjangkau. Sebelum hadirnya *Action*, masyarakat tidak dapat melakukan transaksi di mana pun dan kapan pun. Jika mereka ingin bertransaksi, mereka harus pergi ke ATM atau layanan BAS terdekat.

Observasi awal tentang penggunaan aplikasi *Action* yang telah hadir di kalangan masyarakat saat ini jika meninjau hasil dari wawancara singkat kepada salah seorang nasabah BAS yang berprofesi sebagai PNS di kota Lhokseumawe, beliau mengemukakan bahwa dengan hadirnya *Action* pada saat ini sangat memudahkan masyarakat dalam melakukan transaksi via online tanpa harus mengunjungi KCP atau ATM terdekat lagi, mereka dapat mengakses dan bertransaksi melalui *Action* dimanapun dan kapanpun contohnya seperti ingin membayar spp kuliah, membayar sesuatu menggunakan QRIS (*Quick Responses Indonesia Standard*) dan banyak manfaat lainnya yang dapat di peroleh dari *Action* tersebut. Kemudian hasil wawancara dengan salah satu karyawan Bank Aceh Syariah cabang Lhokseumawe menyatakan bahwa jumlah pemakai aplikasi *Action* semakin meningkat dilihat dari

jumlah masyarakat yang melakukan registrasi *e-mail* ke bank. Namun jumlah pemakai aplikasi tidak diketahui karena pihak bank hanya mempunyai data tabungan nasabah sedangkan Aplikasi *Action* hanya pelengkap tabungan yang memudahkan masyarakat saja.

Dalam persaingan antar bank yang semakin meningkat, bank-bank berlomba-lomba untuk mendapatkan simpati nasabah baik secara kuantitas maupun kualitas. Dalam hal jumlah, artinya mereka berusaha untuk menarik sebanyak mungkin nasabah dari waktu ke waktu. Sedangkan dalam hal kualitas, mereka berusaha mendapatkan nasabah yang produktif dan mampu memberikan keuntungan bagi bank. Kualitas layanan sangat penting bagi nasabah dalam konteks perusahaan jasa. Nasabah tidak hanya menilai hasil jasa yang diberikan, tetapi juga proses penyampaian jasa tersebut. Perusahaan harus berusaha memahami harapan nasabah terhadap produk dan jasa yang disediakan. Harapan nasabah dapat diidentifikasi dengan baik jika perusahaan memahami persepsi nasabah terhadap kepuasan.

Faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah adalah kualitas layanan, dan terdapat beberapa dimensi kualitas pelayanan yang digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan nasabah, yang dikenal sebagai SERVQUAL (*Service Quality*). Dimensi-dimensi kualitas pelayanan menurut Atmaja (2018) meliputi *Empathy*, *tangible*, *Reliability*, *responsiveness*, dan *assurance*. Kelima dimensi kualitas pelayanan ini harus diimplementasikan dengan

baik. Jika tidak, hal ini dapat menimbulkan kesenjangan antara perusahaan dan nasabah karena adanya perbedaan persepsi terkait bentuk pelayanan yang diberikan. Dengan adanya kualitas pelayanan yang baik, diharapkan kepuasan nasabah dapat meningkat.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Anda (2019), penggunaan teknologi informasi dalam aspek bisnis telah mempengaruhi perkembangan perbankan yang lebih efisien dan bertujuan untuk memenuhi kepuasan nasabah. Kepuasan nasabah merupakan hal yang penting, karena merupakan respons emosional yang dirasakan oleh nasabah ketika mereka menggunakan produk atau jasa. Salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah adalah kualitas pelayanan, termasuk dalam hal aplikasi *Mobile Banking* yang menawarkan berbagai kemudahan dalam bertransaksi.

Berdasarkan latar belakang diatas maka penulis menyimpulkan untuk mengambil judul penelitian: **“Pengaruh Layanan Action (Aceh Transaction Online) Terhadap Kepuasan Nasabah” (Studi kasus pada Nasabah Bank Aceh Syariah Lhokseumawe)**

1.2. Rumusan Masalah

1. Bagaimana pengaruh aspek *Empathy* pada kualitas pelayanan *Action* terhadap kepuasan nasabah?
2. Bagaimana pengaruh *tangible* pada kualitas pelayanan *Action* terhadap kepuasan nasabah?
3. Bagaimana pengaruh *responsiveness* pada kualitas pelayanan *Action*

terhadap kepuasan nasabah?

4. Bagaimana pengaruh *Reliability* pada kualitas pelayanan *Action* terhadap kepuasan nasabah?
5. Bagaimana pengaruh *assurance* pada kualitas pelayanan *Action* terhadap kepuasan nasabah?
6. Bagaimana pengaruh aspek *empathy, tangible, responsiveness, reliability, dan assurance* terhadap kepuasan nasabah ?

1.3. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh aspek *Empathy* pada kualitas pelayanan *Action* terhadap kepuasan nasabah.
2. Untuk mengetahui pengaruh aspek *tangible* pada kualitas pelayanan *Action* terhadap kepuasan nasabah.
3. Untuk mengetahui pengaruh aspek *responsiveness* pada kualitas pelayanan *Action* terhadap kepuasan nasabah.
4. Untuk mengetahui pengaruh aspek *Reliability* pada kualitas pelayanan *Action* terhadap kepuasan nasabah.
5. Untuk mengetahui pengaruh aspek *assurance* pada kualitas pelayanan *Action* terhadap kepuasan nasabah.
6. Untuk mengetahui pengaruh aspek *empathy, tangible, responsiveness, Reliability dan assurance* terhadap kepuasan nasabah.

1.4. Manfaat Penelitian

Adanya penelitian ini, diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

- 1) Manfaat teoritis
 - a. Menambahkan pengetahuan, pengalaman dan wawasan, serta bahan dalam menerapkan ilmu metode penelitian, khususnya mengenai pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah.
- 2) Manfaat praktis
 - a. Bagi Penulis, penelitian ini diharapkan akan memperluas wawasan dan pengetahuan untuk penerapan teori-teori yang telah didapatkan dan lebih mengerti akan perkembangan teknologi saat ini.
 - b. Dapat dijadikan bahan perbandingan untuk penelitian selanjutnya
- 3) Manfaat kebijakan
 - a. Memberikan arahan yang tepat dalam penetapan kebijakan atau pengambilan keputusan yang dirancang setepat mungkin agar mendapatkan hasil yang memuaskan dimasa yang akan datang oleh bank, praktisi, akademisi, dan publik

1.5. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan ini bertujuan untuk memberikan gambaran secara umum mengenai isi penelitian agar jelas dan terstruktur dengan baik disaat menyusun penelitian ini, berikut sistematika dari penulisan penelitian ini:

Bab I merupakan bab pendahuluan : Bab ini berisi tentang latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika pembahasan.

Bab II merupakan bab landasan teori : Bab ini menjelaskan landasan teori dan pengembangan hipotesis yang berisi tentang landasan teori, penelitian terkait dan kerangka berpikir.

Bab III merupakan bab metode penelitian : Bab ini berisi tentang jenis penelitian yang akan digunakan, objek dan subjek penelitian, jenis data dan sumber data, teknik pengumpulan data, metode analisis data, dan lokasi penelitian.

Bab IV merupakan bab hasil dan pembahasan : Bab ini berfungsi sebagai penguji teori dengan data yang diambil sekaligus pembuktian atas teori-teori yang telah dipaparkan.

Bab V merupakan bab penutup : Bab ini memaparkan tentang kesimpulan dan saran atas hasil analisis data yang telah dilakukan oleh peneliti. Bagian akhir terdiri dari daftar pustaka dan lampiran.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1. Kepuasan Nasabah

2.1.1. Definisi Kepuasan Nasabah

Nasabah adalah pelanggan, baik individu maupun perusahaan yang mendapatkan manfaat dari produk dan jasa yang disediakan oleh lembaga perbankan. Ini mencakup kegiatan pembelian, penyewaan, dan layanan jasa. Definisi nasabah menurut Pasal 1 Ayat (17) Undang-Undang No. 10 Tahun 1998 adalah "pihak yang menggunakan jasa bank" dan memiliki peran penting dalam industri perbankan. Dana yang disimpan oleh nasabah di bank menjadi sumber dana yang vital bagi operasional bank dalam menjalankan usahanya. Nasabah memiliki peranan penting dalam kelangsungan suatu bank dan bank perlu menarik sebanyak mungkin nasabah agar dana yang terkumpul dapat digunakan oleh bank dan disalurkan kepada masyarakat yang membutuhkan.

Jumlah nasabah dalam suatu bank dapat berfluktuasi, terkadang meningkat dan terkadang menurun. Menurut Rangkuti (2013), kepuasan nasabah berkaitan dengan tingkat ketidakpuasan. Hal ini berarti bahwa respons nasabah terhadap evaluasi dan perbedaan antara harapan mereka sebelumnya dengan kinerja aktual produk setelah digunakan. Kepuasan nasabah merupakan tanggapan emosional yang dirasakan oleh nasabah saat mereka menggunakan produk atau jasa.

Kotler dan Keller (2009) mendefinisikan kepuasan nasabah sebagai perasaan senang atau kecewa yang muncul saat membandingkan kinerja produk yang mereka rasakan dengan harapan mereka. Setelah menggunakan produk, nasabah akan merasakan kepuasan atau kekecewaan. Kepuasan tersebut dapat mendorong nasabah untuk menggunakan produk tersebut kembali. Sebaliknya, jika merasa kecewa, nasabah mungkin tidak akan menggunakan produk yang sama di masa mendatang. Kepuasan nasabah adalah evaluasi pasca-pembelian di mana pilihan yang dipilih setidaknya memenuhi atau melebihi harapan konsumen. Kekecewaan timbul ketika kinerja aktual tidak memenuhi harapan nasabah.

2.1.2. Elemen Kepuasan Nasabah

Menurut Priansa (2017), terdapat lima elemen yang berhubungan dengan kepuasan nasabah, yaitu sebagai berikut:

1. Harapan (*Expectation*): Harapan nasabah terhadap suatu produk atau layanan tidak terbentuk sebelum mereka melakukan pembelian. Ketika melakukan pembelian, nasabah berharap bahwa produk atau layanan yang mereka terima sesuai dengan harapan, keinginan, dan keyakinan mereka. Jika produk atau layanan tersebut sesuai dengan harapan nasabah, maka nasabah akan merasa puas.
2. Kinerja (*Performance*): Pengalaman nasabah terhadap kinerja aktual produk atau layanan saat digunakan, tanpa dipengaruhi oleh harapan mereka. Ketika kinerja aktual

produk atau layanan berhasil, nasabah akan merasa puas.

3. Perbandingan (*Comparison*): Ini melibatkan perbandingan antara harapan nasabah dan kinerja produk atau layanan. Nasabah akan merasa puas jika harapan sebelum pembelian sesuai atau melebihi persepsi mereka terhadap kinerja aktual produk.
4. Pengalaman (*Experience*): Harapan nasabah dipengaruhi oleh pengalaman mereka menggunakan merek produk atau layanan yang berbeda dari orang lain.
5. Konfirmasi (*Confirmation*) dan diskonfirmasi (*Disconfirmation*): Konfirmasi terjadi ketika harapan nasabah sesuai dengan kinerja aktual produk. Sebaliknya, diskonfirmasi terjadi ketika harapan nasabah lebih tinggi atau lebih rendah dari kinerja aktual produk. Nasabah akan merasa puas ketika terjadi konfirmasi atau diskonfirmasi yang sesuai dengan harapan mereka.

2.1.3. Indikator Kepuasan Nasabah

Menurut Tjiptono (2014), tidak ada ukuran tunggal atau terbaik yang secara universal disepakati untuk mengukur kepuasan nasabah. Namun, dalam berbagai cara yang digunakan untuk mengukur kepuasan nasabah, terdapat kesamaan pada setidaknya lima konsep, yaitu:

1. Kepuasan nasabah secara keseluruhan (*overall customer satisfaction*):

Pendekatan paling sederhana untuk mengukur kepuasan

nasabah adalah dengan langsung menanyakan kepada nasabah seberapa puas mereka dengan produk atau layanan tertentu. Ada dua bagian dalam proses pengukuran ini. Pertama, mengukur tingkat kepuasan nasabah terhadap produk atau layanan perusahaan secara spesifik. Kedua, menilai dan membandingkannya dengan tingkat kepuasan nasabah secara keseluruhan terhadap produk atau layanan dari pesaing.

2. Konfirmasi harapan (*confirmation of expectations*):

Dalam konsep ini, kepuasan nasabah tidak diukur secara langsung, tetapi dapat disimpulkan berdasarkan kesesuaian atau ketidaksesuaian antara harapan nasabah dan kinerja aktual produk perusahaan.

3. Minat pembelian ulang atau penggunaan berulang (*repurchase intent*):

Kepuasan nasabah diukur secara perilaku dengan cara menanyakan apakah nasabah berencana untuk membeli lagi atau menggunakan jasa perusahaan kembali.

Kesediaan untuk merekomendasikan (*willingness to recommend*):

Mengukur sejauh mana nasabah bersedia merekomendasikan produk atau layanan kepada orang lain. Tingkat kesediaan untuk merekomendasikan dapat menjadi indikator kepuasan nasabah.

4. Ketidakpuasan nasabah (*customer dissatisfaction*):

Beberapa aspek yang sering ditelaah untuk mengetahui ketidakpuasan nasabah meliputi keluhan (*complaints*), *return* atau pengembalian produk, biaya garansi, penarikan kembali (*recall*), dan pengaruh negatif melalui ucapan (*word of mouth negativity*).

2.2. Kualitas Layanan

2.2.1 Definisi Kualitas Layanan

Menurut Arianto (2018:83), kualitas layanan dapat dijelaskan sebagai fokus pada pemenuhan kebutuhan dan persyaratan pelanggan, serta keakuratan waktu dalam memenuhi harapan mereka. Konsep kualitas layanan berlaku untuk semua jenis layanan yang diberikan oleh perusahaan ketika pelanggan berinteraksi dengan perusahaan.

Menurut Tjiptono dalam Meithiana Indrasari (2019:61) kualitas pelayanan adalah suatu keadaan dinamis yang berkaitan erat dengan produk, jasa, sumber daya manusia, serta proses dan lingkungan yang setidaknya dapat memenuhi atau malah dapat melebihi kualitas pelayanan yang diharapkan

2.2.2 Variabel Kualitas Layanan

Menurut Fitzsimmons bersaudara seperti yang dikutip oleh Sulastiyono (2011:35-36), kualitas pelayanan adalah suatu konsep yang kompleks, dan tamu atau pengguna akan menilai kualitas pelayanan berdasarkan 5 indikator kualitas layanan yang dikenal sebagai SERVQUAL (*Service Quality*):

1. *Empathy* (empati)

Empati mencakup kepedulian dan perhatian individual terhadap pengguna layanan. Ini mencerminkan sikap perusahaan dalam memahami masalah yang dihadapi oleh konsumennya dan berperilaku demi kepentingan konsumen. Hal ini juga melibatkan penanganan personal terhadap pelanggan dan ketersediaan jam operasional yang nyaman. Beberapa indikator dari aspek empati adalah:

- a. Kenyamanan dalam menggunakan aplikasi tersebut
- b. Kemampuan memberikan informasi yang dibutuhkan nasabah
- c. Mengerti kebutuhan nasabah atau pengguna saat mengakses aplikasi tersebut
- d. Mudah di akses oleh nasabah dimanapun dan kapanpun
- e. *Customer service* melayani

2. *Tangibles* (bukti ukur)

Bukti ukur menggambarkan fasilitas fisik, peralatan, dan penampilan dari personel serta kehadiran pengguna. Ini berkaitan dengan daya tarik visual aplikasi dan bahan-bahan yang digunakan oleh perusahaan. Dalam konteks ini, sarana dan prasarana yang terkait dengan layanan konsumen perlu diperhatikan oleh perusahaan, seperti aplikasi yang mudah diakses dan memiliki fitur-fitur yang memudahkan konsumen dalam penggunaannya. Beberapa indikator dari aspek bukti ukur adalah:

- a. Sebuah aplikasi mempunyai tampilan yang menarik
- b. Mudah di operasikan oleh pengguna
- c. Terdapat fitur yang jelas
- d. Tata Bahasa yang mudah dimengerti
- e. Mempunyai navigasi yang dapat dimengerti oleh pengguna
- f. Mempunyai desain yang menarik

Menurut Tjiptono (2014), ada beberapa indikator dalam *tangible* (bukti langsung) adalah :

- a. Fasilitas fisik dan perlengkapan
- b. Pegawai
- c. Sarana komunikasi

3. *Reliability* (keandalan)

Keandalan merujuk pada kemampuan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan secara akurat dan dapat diandalkan. Secara umum, keandalan berarti perusahaan mampu memenuhi janji-janji mengenai penyediaan fitur-fitur atau menu yang lengkap. Dalam konteks aplikasi *Mobile Banking*, keandalan dapat dilihat dari kemampuan untuk menyediakan layanan yang dijanjikan, seperti transfer dana dan pembayaran *e-commerce* melalui layanan yang disediakan. Beberapa indikator dari aspek keandalan adalah:

- a. Sebuah aplikasi harus selalu update
- b. Mempunyai informasi lengkap dan jelas
- c. Fasilitas pencarian bagus dan baik
- d. Terdapat keakuratan informasi didalam aplikasi

- e. Terdapat konten terkait agar aplikasi mudah digunakan oleh pengguna

Menurut Tjiptono (2014), ada beberapa indikator dalam *Reliability* (kehandalan) adalah:

- a. Kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera
- b. Kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan akurat dan memuaskan
- c. Kemampuan memberikan pelayanan yang memuaskan.

4. *Responsiveness* (daya tanggap)

Dapat dikur berdasarkan ketepatan waktu dari sebuah *website* yang merespons nasabah dalam sebuah lingkungan *online*. Jika disebuah aplikasi terdapat beberapa indikator daya tanggap yaitu:

- a. Kecepatan /respon dalam informasi
- b. Terdapat menu yang lengkap di sebuah aplikasi
- c. Kejelasan informasi yang jelas
- d. Kejelasan syarat dan ketentuan yang berlaku
- e. Ketepatan waktu untuk dihubungi oleh customer jika mendaftar via online
- f. Keluhan ditanggapi dengan cepat

5. *Assurance* (jaminan)

Merupakan sebuah kepercayaan atas dokumen yang dilampirkan dan keamanan atas identitas diri *customer*/nasabah yang menggunakan aplikasi tersebut. Lalu memiliki kenyamanan atas

pelayanan dari pihak perusahaan dan menciptakan rasa aman bagi para konsumennya. Dalam sebuah aplikasi terdapat beberapa indikator yang harus memenuhi jaminan tersebut yaitu:

- a. keamanan Kepercayaan data tidak disalah gunakan
- b. Kepercayaan identitas tidak disalah gunakan
- c. Reputasi *e-commerce* yang harus dijaga
- d. Ada layanan *contact center* yang bisa dihubungi

Menurut Tjiptono (2014), ada beberapa indikator dalam *assurance* (jaminan) adalah:

- a. Pengetahuan dan kesopanan pegawai
- b. Bebas dari bahaya
- c. Dapat dipercaya
- d. Pengetahuan dan kemampuan untuk meyakinkan

Dalam penelitian ini, indikator yang digunakan berasal dari kelima dimensi yang telah disebutkan sebelumnya. Namun, fokus penelitian ini adalah aplikasi *Action Mobile Banking*. Oleh karena itu, indikator-indikator tersebut dikaitkan dengan aplikasi *Action* sebagai contoh, indikator *tangible* yang digunakan adalah fasilitas fisik dan perlengkapan. Dalam hal ini, fasilitas fisik merujuk pada aplikasi *Action Mobile Banking* itu sendiri dan fitur-fitur yang disediakan oleh aplikasi *Action*.

2.3. Mobile Banking

2.3.1. Pengertian Mobile Banking

Menurut (Fadlan, 2018) *Mobile Banking* adalah tindakan melakukan transaksi keuangan online dengan bantuan perangkat telekomunikasi *mobile* seperti ponsel atau tablet. Melalui ponsel, pengguna perbankan dapat mengakses layanan keuangan dan non keuangan seperti manajemen rekening, informasi saldo, pemindahan, pembayaran tagihan, perubahan PIN dan permintaan buku cek. *Mobile Banking*, yang juga dikenal sebagai layanan perbankan seluler, merupakan fasilitas atau layanan perbankan yang menggunakan perangkat komunikasi bergerak seperti handphone. Layanan ini memungkinkan pengguna untuk melakukan transaksi perbankan melalui aplikasi yang terpasang di handphone mereka.

Dengan adanya handphone dan layanan *Mobile Banking*, transaksi perbankan yang sebelumnya dilakukan secara manual dengan mengunjungi bank, kini dapat dilakukan dengan mudah tanpa harus pergi ke gerai bank. Pengguna hanya perlu menggunakan handphone untuk menghemat waktu dan biaya. Selain menghemat waktu, *Mobile Banking* juga bertujuan agar pengguna dapat mengikuti perkembangan teknologi elektronik yang modern dan memanfaatkan handphone mereka untuk kegiatan bisnis dan transaksi.

Layanan *Mobile Banking* mempermudah nasabah dalam melakukan transaksi perbankan, seperti cek saldo dan transfer antar rekening. Dengan fasilitas ini, siapa pun yang memiliki ponsel dapat

dengan mudah melakukan transaksi kapan saja dan di mana saja. Bank-bank pun berlomba-lomba menyediakan 12-13 fasilitas *Mobile Banking* guna meningkatkan kepuasan nasabah dan jumlah nasabah yang lebih besar. *Mobile Banking* merupakan layanan perbankan yang dapat diakses langsung oleh nasabah melalui handphone, menggunakan menu yang tersedia di *Subscriber Identity Module Card* (*SIM Card*) atau lebih dikenal dengan Menu Layanan Data atau SIM Toolkit.

2.3.2. Manfaat *Mobile Banking*

Saat ini, *Mobile Banking* telah menyebar ke seluruh dunia, tidak hanya dinikmati oleh negara yang memperkenalkan sistem *Mobile Banking*, tetapi juga tersedia di seluruh dunia untuk memudahkan akses perbankan melalui perangkat mobile seperti handphone. Dengan *Mobile Banking*, bank berupaya memberikan kemudahan akses kepada nasabah dalam melakukan transaksi perbankan. Nasabah bank tidak perlu lagi pergi ke mesin ATM untuk melakukan transaksi, cukup menggunakan telepon seluler mereka.

Penggunaan *Mobile Banking* memberikan manfaat kepada nasabah, termasuk membuat pekerjaan lebih mudah, meningkatkan produktivitas, meningkatkan efektivitas, dan meningkatkan kinerja pekerjaan. Manfaat ini berdampak pada penggunaan teknologi. Fungsi *Mobile Banking* setelah diketahui adalah sangat berguna dalam transaksi keuangan, karena nasabah tidak perlu keluar rumah untuk pergi ke ATM atau bank untuk menyelesaikan transaksi

seperti berbelanja, transfer uang, dan pembayaran kebutuhan sehari-hari.

Beberapa fungsi lain dari *Mobile Banking* antara lain:

1. Memungkinkan nasabah untuk memeriksa saldo dan riwayat transaksi perbankan.
2. Melakukan pembayaran transaksi keuangan dari orang ke orang.
3. Menyediakan informasi lokasi ATM atau kantor cabang bank terdekat.
4. Memberikan laporan dan ringkasan aktivitas keuangan sesuai permintaan nasabah.
5. Memberikan pemberitahuan tentang aktivitas penggunaan transaksi keuangan.
6. Menyediakan layanan pembayaran tagihan secara elektronik, seperti pembayaran tagihan listrik, paket internet, TV kabel, dan layanan lainnya.

2.4. Bank Syariah

2.4.1. Pengertian Bank Syariah

Berdasarkan undang-undang No. 21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, bank syariah adalah lembaga keuangan yang menjalankan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah atau prinsip hukum Islam. Prinsip syariah Islam yang termasuk di dalamnya adalah prinsip keadilan dan keseimbangan (*adl wa tawazun*), kemaslahatan (*maslahah*), universalisme (*alamiyah*), serta tidak mengandung *gharar*, *maysir*, *riba*, *zalim*, dan obyek yang haram.

Prinsip-prinsip ini telah diatur dalam fatwa Majelis Ulama Indonesia.

Secara umum, bank syariah merupakan lembaga keuangan yang usaha pokoknya adalah memberikan pembiayaan dan jasa-jasa lain dalam lalu lintas pembiayaan serta peredaran uang, dengan operasionalnya disesuaikan dengan prinsip-prinsip syariah. Oleh karena itu, kegiatan bank syariah selalu berhubungan dengan masalah uang sebagai dagangan utama, seperti yang diungkapkan oleh Sudarsono (2003:27).

Ayat yang menjadi landasan hukum bank syariah terdapat dalam surat An-nisa ayat 29 :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبُطْلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجْرَةً
عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۚ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya : *“Hai, orang-orang yang beriman janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang bathil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka di anatar kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu sesungguhnya Allah adalah maha penyayang kepadamu. (Q,S An-nisa ayat 29)*

2.4.2. Fungsi dan Peran Perbankan Syariah

Usman (2012) menyatakan fungsi bank syariah ialah:

1. Mobilisasi tabungan masyarakat, baik domestik maupun asing.

2. Menyalurkan dana tersebut secara efektif ke kegiatan usaha yang produktif dan menguntungkan secara finansial, dengan memperhatikan kepatuhan terhadap prinsip syariah dan menghindari kegiatan yang dilarang.
3. Berperan sebagai regulator dengan mengatur mekanisme penyaluran dana ke masyarakat sesuai kebijakan Bank Indonesia, untuk menjaga stabilitas moneter dan mencegah inflasi.
4. Menjadi perantara antara pemilik modal dan pihak yang membutuhkan dana, sehingga uang dapat berfungsi dalam perekonomian dan pembangunan secara umum.
5. Menjaga amanah yang dipercayakan kepada mereka sebagai lembaga keuangan berdasarkan prinsip syariah.

Selain itu, bank syariah juga memiliki fungsi dan peran yang diatur dalam standar akuntansi yang dikeluarkan oleh AAOIFI (*Accounting and Auditing Organization for Islamic Financial Institution*) (Sudarsono, 2015), antara lain:

1. Manajer investasi, bank syariah dapat mengelola investasi dana nasabah.
2. Investor, bank syariah dapat menginvestasikan dana yang dimilikinya maupun dana nasabah yang dipercayakan kepada mereka.
3. Penyedia jasa keuangan dan lalu lintas pembayaran, bank syariah dapat menyediakan layanan perbankan seperti biasa.
4. Pelaksanaan kegiatan sosial, sebagai entitas keuangan bank

syariah, bank syariah memiliki kewajiban untuk mengeluarkan dan mengelola (menghimpun, mengadministrasikan, mendistribusikan) zakat serta dana sosial lainnya.

2.4.3. Kegiatan Usaha Bank Syariah

Setiap jenis bank memiliki karakteristik dan tanggung jawab tersendiri dalam melakukan operasinya, dan dalam praktiknya, kegiatan usaha bank berbeda. Untuk lebih jelasnya, Undang-Undang No. 21 tahun 2008 pasal 1 ayat 19 tentang Perbankan Syariah mengatur operasi bank syariah sebagai berikut:

1. Menghimpun dana dalam bentuk simpanan berupa giro, tabungan, atau bentuk lainnya yang dipersamakan dengan berdasarkan akad wadiah atau akad lainnya yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah.
2. Menghimpun dana dalam bentuk investasi berupa deposito, tabungan, atau bentuk lainnya yang dipersamakan dengan itu berdasarkan akad mudharabah atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah.
3. Menyalurkan pembiayaan berdasarkan akad murabahah, akad salam, akad istishna, atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah.
4. Menyalurkan pembiayaan berdasarkan akad qardh atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah.
5. Menyalurkan pembiayaan penyewaan barang bergerak atau tidak bergerak kepada nasabah berdasarkan akad ijarah atau

sewa menyewa.

6. Melakukan pengambilan utang berdasarkan akad hawalah atau akad lain yang tidak bertentangan dengan syariah.
7. Melakukan usaha kartu debit atau kartu pembiayaan berdasarkan prinsip syariah.

2.5. Penelitian Terdahulu

Penelitian sebelumnya memiliki tujuan untuk mendapatkan bahan perbandingan dan acuan, serta untuk menghindari kesamaan dengan penelitian yang sedang dilakukan. Oleh karena itu, dalam penelitian ini, peneliti mencantumkan hasil-hasil penelitian terdahulu sebagai referensi. Peneliti juga mengumpulkan informasi dari buku, skripsi, dan jurnal untuk memperoleh pemahaman yang lebih baik mengenai teori yang terkait dengan judul penelitian dan sebagai landasan teori ilmiah.

Penelitian terkait juga bertujuan untuk mendapatkan bahan perbandingan dan acuan. Dalam penulisan penelitian ini, peneliti menggunakan berbagai referensi dari penelitian-penelitian sebelumnya sebagai pertimbangan terhadap kekurangan dan kelebihan yang akan diteliti. Beberapa penelitian terkait yang menjadi referensi adalah sebagai berikut:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Indriwati (2016) dengan judul “Pengaruh Kualitas Layanan *Mobile Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BCA Di Kota Bandung”. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan 400

responden. Perbedaan dengan penelitian penulis adalah objek penelitian terdahulu adalah nasabah Bank BCA di Kota Bandung, sedangkan penulis fokus pada nasabah BAS cabang Lhokseumawe.

2. Berdasarkan penelitian oleh Anda (2019) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Layanan Dan Produk *Mobile Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah Pada BRI Syariah KCP Ponogoro” mengemukakan penggunaan teknologi informasi untuk aspek bisnis telah mempengaruhi perkembangan perbankan yang lebih efisien dan ditujukan untuk memenuhi kepuasan nasabah.

Kepuasan nasabah merupakan salah satu hal penting, kepuasan nasabah merupakan suatu tanggapan emosional yang dirasakan oleh nasabah pada saat mereka menikmati pengalaman menggunakan produk/jasa.

Salah satu hal yg menentukan kepuasan nasabah adalah kualitas pelayanan, termasuk pada aplikasi *Mobile Banking* yang menawarkan banyak kemudahan dalam bertransaksi. Perbedaan penelitian terdahulu dengan penulis adalah objek penelitian terdahulu pada nasabah BRI Syariah KCP ponogoro sedangkan penulis pada nasabah BAS cabang Lhokseumawe.

3. Penelitian Sufianti (2019) berjudul "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah (Studi Pada Bank BNI Syariah Cabang Banda

Aceh)". Penelitian ini menggunakan variabel independen yang sama yaitu kualitas layanan dan variabel dependen yang sama yaitu kepuasan nasabah. Perbedaan dengan penelitian penulis adalah objek penelitian terdahulu adalah nasabah Bank BNI Syariah KC Banda Aceh, sedangkan penulis fokus pada nasabah BAS di Lhokseumawe.

4. Penelitian yang dilakukan oleh Sari, dkk (2021) berjudul "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Citra Bank Terhadap Kepuasan Nasabah Era Covid 19 (Studi Kasus di PT Bank Mandiri Kantor Cabang Palembang)". Persamaan dengan penelitian ini adalah keduanya menggunakan variabel independen kualitas layanan dan variabel dependen kepuasan nasabah. Namun, perbedaannya terletak pada fokus penelitian terdahulu yang meneliti kualitas pelayanan secara umum dan menggunakan variabel citra bank sebagai variabel independen, sedangkan penelitian ini lebih memfokuskan pada kualitas layanan aplikasi *Mobile Banking (Action)*.
5. Penelitian yang dilakukan oleh Diva (2021) berjudul "Pengaruh Kualitas Layanan *Mobile Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Aceh Syariah di Kecamatan Kuta Alam". Persamaan dengan penelitian ini adalah keduanya menggunakan variabel independen kualitas layanan dan variabel dependen kepuasan nasabah. Perbedaan terletak pada objek penelitian terdahulu yang berfokus pada nasabah

Bank Aceh Syariah di Kecamatan Kuta Alam, Banda Aceh, sedangkan penelitian ini fokus pada nasabah BAS di Lhokseumawe.

6. Penelitian yang dilakukan oleh Nawangsari dan widiastuti (2018) yang berjudul Analisis Pengaruh Kualitas layanan, Kepercayaan dan layanan *Mobile Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah Bank (Studi Kasus Pada PT. Bank DKI-Depok) Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan penelitian ini juga menunjukkan hasil penelitian bahwa kualitas layanan, kepercayaan *Mobile Banking* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank DKI. Kepuasan nasabah merupakan salah satu hal penting, kepuasan nasabah merupakan suatu tanggapan emosional yang dirasakan oleh nasabah pada saat mereka menikmati pengalaman menggunakan produk/jasa.

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No.	Nama, Judul	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1	Andika Febrianta Indriwati (2016) Pengaruh kualitas layanan <i>Mobile Banking</i> terhadap kepuasan nasabah Bank BCA di kota Bandung	Metode penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan tujuan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini bersifat deskriptif	Penelitian indriwati menggunakan enam variabel bebas, sedangkan dalam penelitian penulis menggunakan dua variabel bebas yaitu kualitas dan kepuasan nasabah.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu Lanjutan

No.	Nama, Judul	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
2	Sufianti (2019) Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah (Studi Pada Bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh)"	Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif	Penelitian ini menggunakan variabel independen yang sama yaitu kualitas layanan dan variabel dependen yang sama yaitu kepuasan nasabah.
3	Yeni Anda (2019) Pengaruh kualitas layanan dan produk <i>Mobile Banking</i> terhadap kepuasan nasabah pada BRI Syariah KCP Ponogoro.	Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif.	Penelitian Anda menggunakan dua variabel bebas yaitu kualitas layanan <i>Mobile Banking</i> dan kualitas produk sedangkan penelitian penulis menggunakan dua variabel yaitu kualitas layanan dan kepuasan nasabah dalam menggunakan <i>Mobile Banking</i> .
4	Sari, Marsinah dan Zamzam (2021) Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Citra Bank Terhadap Kepuasan Nasabah Era Covid 19 (Studi Kasus Di PT Bank Mandiri Kantor CabangPalembang).	Metode penelitian ini adalah penelitian kuantitatif	Secara parsial, variabel kualitas pelayanan dan citra bank yang berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan nasabah bank Mandiri.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu Lanjutan

No.	Nama, Judul	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
5	Intan Diva (2021) Pengaruh Kualitas Layanan <i>Mobile Banking</i> Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Aceh Syariah Di Kecamatan Kuta Alam.	Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif.	Penelitian ini menggunakan variabel independen yaitu variabel kualitas layanan variabel dependen yang digunakan sama yaitu variabel kepuasan nasabah.
6	Nawang Sari dan Widiastuti (2018) Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan dan Layanan <i>Mobile Banking</i> Terhadap Kepuasan Nasabah Bank (Studi Kasus Pada PT. Bank DKI-Depok)	Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif	menunjukkan hasil penelitian bahwa kualitas layanan, kepercayaan <i>Mobile Banking</i> berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank DKI.

Berdasarkan beberapa penelitian sebelumnya, dapat dilihat bahwa terdapat kesamaan dalam pemilihan variabel independen yang diteliti, yaitu kualitas layanan. Namun, perbedaan dalam penelitian ini terletak pada sampel dan objek penelitian yang berlokasi di Lhokseumawe, yang memiliki karakteristik yang berbeda dengan penelitian sebelumnya.

2.6. Kerangka Berpikir

Alur pemikiran dalam penelitian ini akan melihat adakah pengaruh yang signifikan dari *Empathy, tangible, responsiveness, Reliability* dan *assurance*, terhadap tingkat kepuasan nasabah dalam menggunakan aplikasi *Action Mobile Banking*.

1) Hubungan *Empathy* dengan kepuasan nasabah

Love and Wright (2012) menjelaskan hubungan perusahaan dengan nasabah melalui hubungan komunikasi, perhatian, dan pemahaman kebutuhan nasabah maka akan membentuk kepuasan nasabah. Hubungan empati dengan kepuasan nasabah itu sangat berpengaruh. Semakin baik persepsi nasabah terhadap empati maka akan semakin tinggi tingkat kepuasan nasabah, begitu pula sebaliknya. Empati dalam penelitian ini adalah memberikan perhatian khusus kepada nasabah dan juga mendengar keluhan nasabah jika terdapat masalah dalam menggunakan *Action Mobile Banking*.

2) Hubungan *Tangible* dengan kepuasan nasabah

Love and Wright (2012) menerangkan bukti fisik yang diberikan perusahaan kepada nasabah seperti fasilitas fisik, perlengkapan, keramahan pegawai akan mempengaruhi tingkat kepuasan nasabah. Karena jasa tidak bisa dilihat, dicium, ataupun diraba. Maka yang menjadi alat ukur dari pelayanan adalah aspek wujud langsung. Aspek tangible yang dimaksud disini ialah fitur-fitur *Action Mobile Banking*.

3) Hubungan *Responsiveness* dengan kepuasan nasabah

Tjiptono (2014) menjelaskan daya tanggap untuk membantu para nasabah dan memberikan layanan dengan tanggap akan menambahkan rasa kenyamanan para nasabah sehingga meningkatkan kepuasan nasabah. Hubungan daya tanggap dengan kepuasan nasabah itu sangat berpengaruh. Semakin baik persepsi nasabah terhadap daya tanggap maka akan semakin tingkat kepuasan nasabah dan juga sebaliknya

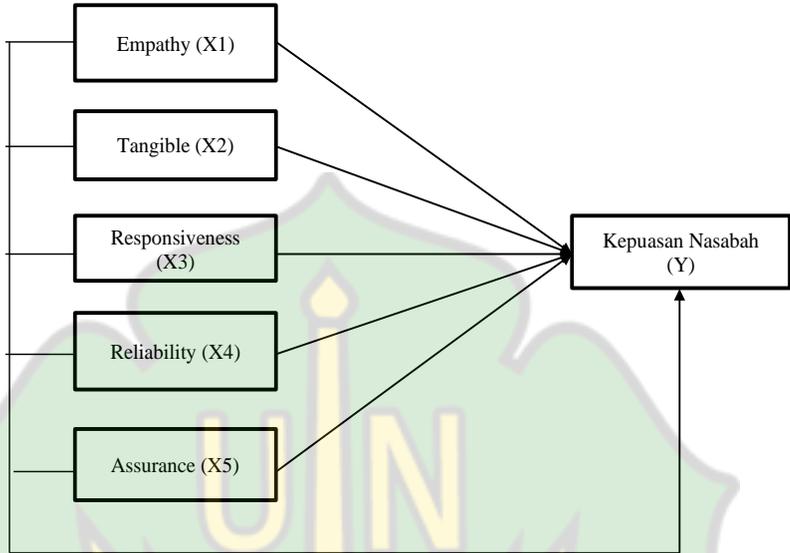
4) Hubungan *Reliability* dengan kepuasan nasabah

Love dan Wright (2012) menjelaskan bahwa kehandalan dari pelayanan yang diberikan oleh perusahaan dalam bentuk kecepatan dan keakuratan akan berdampak pada kepuasan nasabah. Hubungan kehandalan dengan kepuasan nasabah itu sangat berpengaruh, jika persepsi nasabah terhadap kehandalan sebuah perusahaan itu baik maka kepuasan nasabah juga semakin tinggi, dan sebaliknya jika persepsi nasabah terhadap kehandalan itu buruk maka kepuasan nasabah juga akan semakin rendah.

5) Hubungan *Assurance* dengan kepuasan nasabah

Love dan Wright (2012) menjelaskan jaminan yang meliputi pengetahuan, kemampuan, kesopanan dan sifat dapat dipercaya karyawan terhadap nasabah maka akan meningkatkan kepuasan nasabah. Hubungan jaminan dengan kepuasan nasabah itu sangat berpengaruh. Jika persepsi nasabah terhadap jaminan sebuah perusahaan itu baik maka kepuasan nasabah juga akan semakin baik.

Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir



2.7. Hipotesis Penelitian

Kualitas layanan erat terkait dengan kepuasan pelanggan. Menurut Tjiptono (2013), kualitas layanan dipersepsikan baik dan memuaskan jika diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan.

Hipotesis adalah gagasan yang akan diuji validitasnya atau sebagai jawaban sementara atas pertanyaan peneliti. Dengan kata lain, hipotesis memberi peneliti arahan untuk melakukan penelitian di lapangan. Kualitas layanan mempengaruhi kepuasan pelanggan, menurut Rangkuti, berdasarkan tinjauan literatur. Apabila nasabah mendapatkan layanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan dari penelitian sebelumnya, maka nasabah akan merasa puas.

Dalam penelitian sebelumnya, Thomas, dkk (2008) meneliti kesenjangan antara kualitas layanan dan kepuasan pelanggan. Menurut penelitian, kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, artinya semakin tinggi kualitas layanan, semakin tinggi kepuasan pelanggan. Kualitas layanan juga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan karena memberikan dorongan kepada pelanggan untuk mempertahankan hubungan yang kuat dengan perusahaan.

Hipotesis merupakan pernyataan yang sementara diterima sebagai kebenaran, dan menjadi dasar untuk verifikasi fenomena yang diketahui (Nazir, 2011: 132). Dalam penelitian ini, hipotesis terdiri dari dua jenis, yaitu hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternatif (H_a). H_0 menyatakan bahwa tidak ada pengaruh kualitas layanan *Mobile Banking* (X) terhadap kepuasan nasabah (Y), sedangkan H_a menyatakan adanya pengaruh atau perbedaan antara X dan Y. Terdapat 5 hipotesis dalam penelitian ini, yaitu:

H_{01} : Aspek *Empathy* pada kualitas layanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada BAS cabang Lhokseumawe.

H_{a1} : Aspek *Empathy* pada kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada BAS cabang Lhokseumawe.

H_{02} : Aspek *Tangible* pada kualitas layanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada BAS cabang Lhokseumawe.

H_{a2} : Aspek *Tangible* pada kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada BAS cabang Lhokseumawe.

H03: Aspek *Responsiveness* pada kualitas layanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada BAS cabang Lhokseumawe.

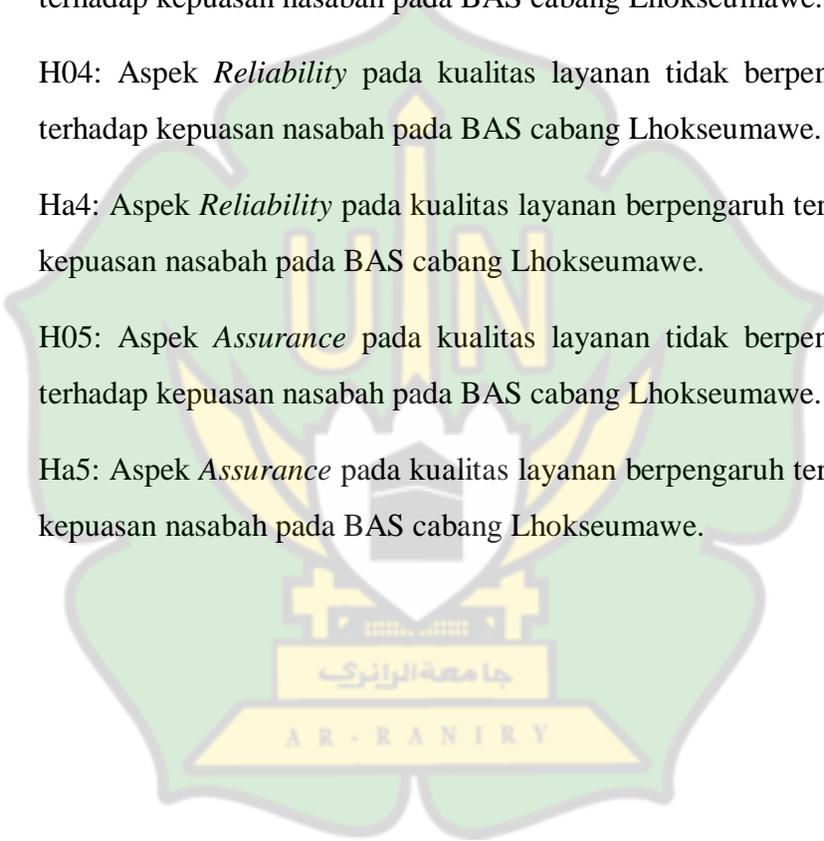
Ha3: Aspek *Responsiveness* pada kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada BAS cabang Lhokseumawe.

H04: Aspek *Reliability* pada kualitas layanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada BAS cabang Lhokseumawe.

Ha4: Aspek *Reliability* pada kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada BAS cabang Lhokseumawe.

H05: Aspek *Assurance* pada kualitas layanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada BAS cabang Lhokseumawe.

Ha5: Aspek *Assurance* pada kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada BAS cabang Lhokseumawe.



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Desain Penelitian

3.1.1. Jenis Penelitian dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini mengadopsi pendekatan penelitian kuantitatif karena tujuannya adalah untuk mengevaluasi hubungan antara kualitas layanan nasabah dan tingkat kepuasan nasabah dalam menggunakan aplikasi *Action*. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Data kuantitatif adalah data yang berbentuk angka atau data yang dapat diukur secara kuantitatif melalui *skoring* (Penilaian) (Sugiyono, 2007) Pendekatan penelitian kuantitatif merupakan pendekatan objektif yang melibatkan pengumpulan dan analisis data kuantitatif serta menggunakan metode pengujian statistik. Metode penelitian kuantitatif juga mencerminkan filsafat positivisme, digunakan untuk menginvestigasi populasi atau sampel tertentu, dengan pengumpulan data melalui instrumen penelitian, analisis data yang bersifat kuantitatif/statistik, dan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Jenis penelitian ini termasuk dalam penelitian asosiatif kausal, yang bertujuan untuk menganalisis hubungan atau pengaruh antara dua variabel atau lebih. Hubungan kausal adalah hubungan sebab-akibat, di mana variasi dalam variabel X (variabel independen) akan mempengaruhi variasi dalam variabel Y (variabel dependen). Penelitian ini menggunakan data primer, yaitu data yang diperoleh dan diolah langsung dari responden. Data primer dalam

penelitian ini dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada nasabah BAS di Lhokseumawe.

3.1.2. Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer merupakan informasi yang dikumpulkan oleh peneliti sendiri langsung dari sumber asli atau tempat di mana objek penelitian berada, tanpa campur tangan pihak ketiga (Siregar, 2013). Menurut Surakhmad, seperti yang dikutip dalam (Prastowo, 2016), data primer adalah sumber informasi yang diperoleh langsung dari sumber pertama. Dalam penelitian ini, data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada pengguna *Mobile Banking* BAS di Lhokseumawe.

3.2. Populasi, dan Sampel Penelitian

3.2.1. Populasi

Populasi menurut Sugiyono (2022:130), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek/subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi tidak hanya mencakup jumlah objek yang diteliti, tetapi juga mencakup semua karakteristik dan sifat yang dimiliki oleh objek tersebut (Sandu, 2015). Dalam penelitian ini, populasi yang menjadi fokus adalah nasabah BAS di Lhokseumawe, meskipun jumlah nasabahnya tidak diketahui.

3.2.2. Sampel Penelitian

Menurut Sugiyono (2019:127), sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang ada dalam populasi. Ketika populasi terlalu besar dan sulit untuk mengkaji seluruhnya karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu, peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut. Dalam penelitian ini, digunakan teknik *non-probability sampling* dengan *purpose sampling* sebagai teknik penentuan sampel. Hal ini disebabkan karena jumlah anggota populasi tidak diketahui, dan *purpose sampling* digunakan untuk memilih sampel berdasarkan kriteria tertentu yang sesuai.

Beberapa kriteria yang harus dipenuhi oleh responden adalah sebagai berikut:

1. Nasabah BAS cabang Lhokseumawe
2. Nasabah yang menggunakan aplikasi *Action*
3. Nasabah yang berumur 17-50 tahun

Purpose sampling digunakan untuk memastikan bahwa sampel yang dipilih sesuai dengan kriteria yang diinginkan dalam penelitian. Teknik ini digunakan ketika ada batasan-batasan yang mencegah peneliti untuk mengambil sampel secara acak. Dengan menggunakan *purpose sampling*, diharapkan sampel yang diperoleh benar-benar sesuai dengan penelitian yang akan dilakukan.

Dikarenakan jumlah pasti dari populasi nasabah tidak diketahui, ukuran sampel dihitung menggunakan rumus *Cochran* (Sugiyono, 2019:136).

$$n = \frac{z^2 pq}{e^2}$$

$$n = \frac{(1,96)^2 (0,5)(0,5)}{(0,10)^2}$$

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

Keterangan:

n= sampel

z= harga dalam kurve normal untuk simpangan 5%, dengan nilai 1,96

p= peluang benar 50% = 0,5

q= peluang salah 50% = 0,5

e= margin error 10%

Berdasarkan hasil di atas, angka 96,04 merupakan angka pecahan. Menurut Sugiyono (2019:143), ketika terdapat hasil perhitungan pecahan (angka desimal), disarankan untuk membulatkannya ke atas. Oleh karena itu, jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 101 responden.

3.3. Definisi dan Operasionalisasi Variabel

3.3.1 Variabel penelitian

Variabel penelitian merujuk pada segala hal yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dengan tujuan memperoleh informasi yang relevan dan kemudian merumuskan kesimpulan berdasarkan temuan tersebut (Sugiyono, 2016).

1. Variabel bebas (*Independent*):

Variabel bebas merupakan variabel yang menjadi penyebab perubahan pada variabel lain atau mempengaruhi variabel dependen (Ismayani, 2020). Dalam penelitian ini, variabel bebasnya adalah kualitas layanan *Mobile Banking* (X).

2. Variabel terikat (*Dependent*):

Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas atau bergantung pada variabel bebas (Ismayani, 2020). Dalam penelitian ini, variabel terikatnya adalah kepuasan nasabah (Y)

3.3.2 Operasional Variabel

Operasional variabel digunakan untuk mengidentifikasi jenis dan indikator dari variabel-variabel yang terkait dalam penelitian ini. Selain itu, operasionalisasi variabel juga bertujuan untuk menentukan skala pengukuran dari masing-masing variabel, sehingga pengujian hipotesis dengan menggunakan alat bantu dapat

dilakukan secara akurat. Berikut ini adalah tabel operasional yang memberikan gambaran yang lebih rinci.

Tabel 3. 1 Operasional Variabel

Variabel Penelitian	Deskripsi	Indikator Variabel	Pernyataan	Skala
Kualitas layanan <i>Mobile Banking</i> (X)	Menurut Al Arif (2010) menyatakan bahwa kualitas layanan (<i>service quality</i>) adalah perbandingan layanan	Empati (<i>Empathy</i>) (Sulastiyono 2011)	Kenyamanan Kemampuan memberikan informasi Mengerti kebutuhan nasabah Mudah di akses dimanapun	Interval
	antara kenyataan dan harapan nasabah, jika kenyataan yang diterima lebih dari yang diharapkan,	Bukti ukur (<i>Tangibles</i>) (Sulastiyono 2011)	Tampilan yang menarik Mudah di operasikan Fitur yang jelas Tata Bahasa yang mudah dimengerti Navigasi yang dapat dimengerti	Interval
maka layanan dapat dikatakan bermutu dan nasabah akan puas atau tidak		Keandalan (<i>Reliabilit</i>) (Sulastiyono 2011)	Informasi yang lengkap Fasilitas pencarian yang baik Keakuratan informasi Terdapat konten terkait aplikasi	Interval
		Daya tanggap (<i>Responsiveness</i>) (Sulastiyono 2011)	Ketepatan atau merespon informasi Kejelasan informasi Ketepatan waktu untuk dihubungi	Interval
		Keamanan (<i>Assurance</i>) (Sulastiyono 2011)	Keamanan data Kepercayaan identitas tidak disalahgunakan Terdapat layanan contact center	Interval

Tabel 3.1 Operasional Variabel Lanjutan

Variabel Penelitian	Deskripsi	Indikator Variabel	Pernyataan	Skala
Kepuasan nasabah (Y)	Kepuasan nasabah adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Setelah menggunakan produk, nasabah akan merasakan kepuasan atau kekecewaan. (Kotler dan Keller)	Kepuasan nasabah keseluruhan (<i>Overall customer satisfAction</i>) (Tjiptono, 2014)	Puas dalam menggunakan Puas dengan pelayanan yang diberikan	Interval
		Konfirmasi harapan (<i>Confirmation of expectation</i>) (Tjiptono, 2014)	Layanan sesuai dengan yang diharapkan Fitur-fitur yang di sediakan merupakan kebutuhan	Interval
		Minat pembelian ulang (<i>Repurchase intent</i>) (Tjiptono, 2014)	Menggunakan layanan secara berulang Menggunakan layanan kembali karena dapat bertransaksi dengan mudah	Interval
		Kesediaan untuk merekomendasikan (<i>Willingness to recommend</i>) (Tjiptono, 2014)	Memberi tahu orang lain bahwa layanan yang diberikan nyaman Menyarankan teman dan keluarga untuk menggunakan layanan tersebut	Interval
		Ketidakpuasan nasabah (<i>Customer dissatisfaction</i>) (Tjiptono, 2014)	Tidak puas dengan apa yang diberikan untuk nasabah <i>Complain</i> akan layanan yang diberikan	Interval

3.4. Teknik Pengumpulan Data

Proses pengumpulan data dalam penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan informasi yang relevan, akurat, dan dapat dipercaya. Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuisisioner. Kuisisioner adalah metode pengumpulan data yang melibatkan pemberian pertanyaan kepada responden untuk dijawab (Sugiyono, 2016).

Jenis kuisisioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuisisioner tertutup, di mana responden hanya perlu memilih jawaban yang telah disediakan dengan tanda centang. Kuisisioner/angket akan disebar kepada responden secara *online* melalui *Google Form* agar dapat mencakup seluruh responden. Responden dalam penelitian ini adalah nasabah yang menggunakan aplikasi *Mobile Banking* yang dikenal dengan nama *Action* di BAS cabang Lhokseumawe.

3.5. Skala Pengukuran

Skala pengukuran digunakan sebagai pedoman untuk menentukan rentang interval dalam alat ukur, sehingga menghasilkan data kuantitatif saat dilakukan pengukuran (Sugiyono, 2016). Dalam penelitian ini, digunakan skala pengukuran interval. Skala interval mengindikasikan bahwa jarak antara dua nilai memiliki bobot yang sama, dan interval antara tingkatan memiliki rentang yang konstan tanpa adanya titik nol mutlak (Sandu, 2015).

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui angket atau kuisisioner dengan menggunakan skala likert. Skala likert

digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi responden terhadap fenomena sosial. Peneliti telah menetapkan secara spesifik tingkatan skala likert yang akan digunakan (Sugiyono, 2016). Setiap item instrumen dijawab menggunakan skala likert dengan tingkatan dari sangat setuju hingga sangat tidak setuju. Skala pengukuran dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 3. 2 Skala Likert

Pilihan	keterangan	skor
SS	Sangat Setuju	5
S	Setuju	4
R	Ragu-ragu	3
TS	Tidak Setuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

3.6. Uji Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian yang digunakan harus memiliki validitas dan reliabilitas yang tinggi, karena kualitas instrumen tersebut sangat penting.

3.6.1. Uji Validitas

Uji validitas berasal dari kata validity yang memiliki arti sejauh mana ketetapan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurannya (Azwar, 1986). Uji validitas digunakan untuk mengevaluasi sejauh mana suatu instrumen pengukuran dapat secara akurat mengukur konsep yang dituju. Dalam konteks penelitian ini, uji validitas digunakan untuk menentukan sejauh mana kuesioner yang digunakan dapat dianggap sah atau valid.

(Ghozali, 2009). Uji validitas ini dilakukan menggunakan software SPSS (Statistical Program for Social Science) sebagai alat bantu analisis data.

3.6.2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas berasal dari kata *Reliability* yang memiliki arti sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama akan menghasilkan data yang konsisten (Sugiyono, 2017). Reliabilitas merupakan aspek penting dalam instrumen penelitian karena menunjukkan sejauh mana instrumen tersebut dapat diandalkan. Dalam hal ini, reliabilitas mengacu pada konsistensi atau kestabilan jawaban responden terhadap pertanyaan dalam kuesioner dari waktu ke waktu.

Dalam penelitian ini, koefisien *Cronbach's Alpha* digunakan sebagai metode pengujian reliabilitas. Pengujian menggunakan model *Cronbach's Alpha* dapat mengidentifikasi indikator-indikator yang tidak konsisten. Semakin tinggi nilai *Cronbach's Alpha* yang diperoleh dari pengujian, maka tingkat reliabilitas data akan semakin baik, dan instrumen tersebut dapat dianggap handal. Pendekatan ini membantu peneliti untuk memvalidasi dan mengukur reliabilitas instrumen yang digunakan dalam penelitian (Palupi, 2013). Kriteria yang digunakan dalam uji reliabilitas adalah sebagai berikut:

1. Apabila *cronbach's Alpha* $> 0,60$ atau 60% maka pernyataan tersebut reliabel.
2. Apabila *cronbach's Alpha* $< 0,60$ atau 60% maka pernyataan tersebut

tidak reliabel.

3.7. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan untuk memenuhi persyaratan analisis regresi. Hal ini penting dilakukan sebelum melakukan analisis regresi agar data sampel yang digunakan valid dan dapat mewakili populasi secara menyeluruh. Dalam penelitian ini, terdapat dua jenis uji asumsi klasik yang dilakukan:

3.7.1. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menilai apakah terdapat ketidaksamaan varian dan residual untuk semua pengamatan dalam model regresi linier. Penelitian yang baik adalah penelitian yang tidak mengalami gejala heteroskedastisitas. Dalam hal ini, penelitian dikatakan tidak mengalami gejala heteroskedastisitas jika titik-titik *scatterplot* menyebar secara merata dan tidak membentuk pola-pola tertentu.

3.7.2. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengkaji apakah data yang digunakan dalam model regresi memiliki distribusi normal atau tidak (Ghozali, 2009). Pada penelitian ini, untuk menentukan apakah data yang digunakan memiliki distribusi normal atau tidak, digunakan nilai rasio *skewness* dan *kurtosis*. Menurut Hartono (2008), *skewness* dan *kurtosis* dapat digunakan untuk menentukan tingkat normalitas data. Uji *skewness* dan *kurtosis* ini memberikan kelebihan dalam menunjukkan apakah grafik normalitas cenderung ke kanan atau ke

kiri, terlalu datar, atau terlalu mengumpul di tengah. Jika nilai rasio *skewness* dan *kurtosis* berada di antara -2 hingga 2, maka data dikatakan memiliki distribusi normal.

3.8. Metode Analisis Data

Analisis data adalah proses menyederhanakan data ke dalam bentuk yang lebih mudah diinterpretasikan. Tujuan dari analisis data dalam penelitian ini adalah untuk menjawab pertanyaan yang terkait dengan identifikasi masalah. Proses analisis data melibatkan penyusunan dan pengelolaan data yang telah dikumpulkan dengan tujuan untuk menafsirkan data tersebut.

Sugiyono (2016:147) menjelaskan bahwa teknik analisis data merujuk pada kegiatan yang dilakukan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lainnya telah terkumpul. Kegiatan dalam analisis data mencakup langkah-langkah berikut:

1. Mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden.
2. Menabulasikan data berdasarkan variabel dari seluruh responden.
3. Menyajikan data untuk setiap variabel yang diteliti.
4. Melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah yang diajukan.
5. Melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan.

Dengan melakukan proses analisis data ini, penulis dapat memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai data yang telah dikumpulkan dalam penelitian dan mengambil kesimpulan yang relevan berdasarkan hasil analisis tersebut.

3.8.1. Analisis Regresi Linier Sederhana

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik analisis regresi linier sebagai alat untuk memprediksi permintaan di masa yang akan datang berdasarkan data masa lalu atau untuk menilai pengaruh satu variabel bebas terhadap satu variabel tak bebas.

3.8.2. Uji Hipotesis

Uji hipotesis digunakan dalam penelitian ini ada tiga, yaitu uji t (parsial), uji f (simultan) dan uji koefisien determinasi (R^2). Menurut Martono (2010), hipotesis dapat diartikan sebagai jawaban sementara yang perlu diuji atau rangkuman kesimpulan teoritis yang didapatkan melalui tinjauan pustaka.

3.8.3. Uji Signifikan Parsial (Uji t)

Uji statistik bertujuan untuk menunjukkan sejauh mana pengaruh variabel penjelas tunggal (independen) dalam menjelaskan variabel terikat (dependen) secara individu (Sujarweni, 2015). Dalam penelitian ini, digunakan tingkat signifikan 0,1 ($\alpha=10\%$). Untuk menguji hipotesis apakah diterima atau ditolak adalah dengan membandingkan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$.

Kriteria pengujian hipotesis dilakukan dengan:

1. Apabila nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai sig $< 0,1$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
2. Apabila nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan nilai sig $< 0,1$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

3.8.4. Uji secara simultan (F)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas (independen) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (dependen) (Ghozali, 2018: PP. 56). Hipotesis yang digunakan adalah:

H0: *Empathy, tangible, Reliability, responsiveness* dan *assurance* secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah

H5: *Empathy, tangible, Reliability, responsiveness* dan *assurance* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah

Dasar pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut:

1. Jika signifikansi $> 0,05$ maka H0 diterima.
2. Jika signifikansi $< 0,05$ maka H0 ditolak.

3.8.5. Uji Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi (R²), yang ditandai dengan simbol (R²), digunakan untuk mengukur sejauh mana model persamaan regresi yang telah dibangun mampu menjelaskan variasi dalam variabel terikat. Hal ini menunjukkan seberapa besar kontribusi variabel terikat dalam menjelaskan variabel bebas (Fauzi et al., 2019).

Menurut Sujarweni (2015:228), tujuan dari analisis (R²) adalah untuk menghitung sejauh mana pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Semakin rendah nilai (R²), semakin terbatas kemampuan variabel bebas (Y) dalam menjelaskan

variabel terikat (X). Sebaliknya, semakin tinggi nilai (R^2), semakin besar proporsi total variasi dalam variabel terikat (X) yang dapat dijelaskan oleh variabel bebas (Y).



BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Objek Penelitian

4.1.1 Sejarah Berdirinya PT.Bank Aceh Syariah (BAS)

Bank Pembangunan Daerah Aceh didirikan berkat inisiatif Dewan Pemerintah Daerah Peralihan Provinsi Atjeh (sekarang Pemerintah Provinsi Aceh). Sebelum menjadi Perseroan Terbatas, bank ini memperoleh persetujuan dari Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Peralihan Provinsi Aceh di Kutaraja (sekarang Banda Aceh) melalui Surat Keputusan Nomor 7/DPRD/5 tanggal 7 September 1957. Setelah mengalami beberapa perubahan dalam Akte, pada tanggal 2 Februari 1960, bank ini mendapatkan izin dari Menteri Keuangan melalui Surat Keputusan No. 12096/BUM/II, serta Pengesahan Bentuk Hukum dari Menteri Kehakiman melalui Surat Keputusan No. J.A.5/22/9 tanggal 18 Maret 1960.

Sepuluh tahun kemudian, tepatnya pada tanggal 7 April 1973, Gubernur Kepala Daerah Istimewa Aceh mengeluarkan Surat Keputusan No. 54/1973 tentang Pelaksanaan Pengalihan PT Bank Kesejahteraan Aceh, NV menjadi Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh. Peralihan status ini, termasuk bentuk hukum, hak, kewajiban, dan hal lainnya, secara resmi terlaksana pada tanggal 6 Agustus 1973, yang dianggap sebagai hari lahirnya Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh. Untuk memberikan fleksibilitas yang lebih besar kepada Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh, Pemerintah Daerah telah melakukan beberapa

perubahan dalam Peraturan Daerah (Perda). Perubahan-perubahan tersebut antara lain tercantum dalam Perda No.10 tahun 1974, Perda No. 6 tahun 1978, Perda No. 5 tahun 1982, Perda No. 8 tahun 1988, Perda No. 3 tahun 1993, dan yang terakhir adalah Peraturan Daerah Provinsi Daerah Istimewa Aceh Nomor : 2 Tahun 1999 tanggal 2 Maret 1999, yang mengatur tentang perubahan bentuk badan hukum Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh menjadi PT Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh. Perubahan ini telah mendapatkan pengesahan dari Menteri Dalam Negeri melalui Keputusan Menteri Dalam Negeri Nomor : 584.21.343 tanggal 31 Desember 1999.

Selain itu, bank juga memulai kegiatan perbankan syariah setelah mendapatkan surat dari Bank Indonesia No. 6/4/Dpb/BNA tanggal 19 Oktober 2004, yang memberikan izin untuk membuka Kantor Cabang Syariah Bank dalam aktivitas komersial bank. Bank mulai melakukan kegiatan operasional berdasarkan prinsip syariah pada tanggal 5 November 2004. Selanjutnya, berdasarkan Akta Notaris Husni Usman mengenai Pernyataan Keputusan Rapat No. 10 Tanggal 15 Desember 2008, yang ditandatangani oleh notaris di Medan, modal dasar Perseroan kembali ditingkatkan menjadi Rp1.500.000.000.000 dan nama Perseroan berubah menjadi PT Bank Aceh. Perubahan tersebut telah disahkan oleh Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia melalui Keputusan No. AHU-44411. AH.01.02 Tahun 2009 pada tanggal 9 September 2009. Perubahan nama menjadi PT Bank Aceh juga telah mendapatkan

pengesahan dari Gubernur Bank Indonesia melalui Keputusan No. 12/61/KEP.GBI/2010 tanggal 29 September 2010.

Bank Aceh mulai mengukir sejarah baru melalui rapat RUPSLB (Rapat Umum Pemegang Saham Luar Biasa) yang diadakan pada tanggal 25 Mei 2015, di mana keputusan diambil untuk melakukan perubahan kegiatan usaha dari sistem konvensional menjadi sistem syariah secara menyeluruh. Setelah tanggal keputusan tersebut, proses konversi dimulai dengan tim konversi Bank Aceh yang diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Setelah melalui berbagai tahapan dan proses perizinan yang disyaratkan oleh OJK, akhirnya Bank Aceh memperoleh izin operasional konversi dari Dewan Komisiner OJK Pusat untuk mengubah kegiatan usaha dari sistem konvensional menjadi sistem syariah secara menyeluruh. Izin operasional konversi tersebut ditetapkan melalui Keputusan Dewan Komisiner OJK Nomor KEP-44/D.03/2016 tanggal 1 September 2016, yang secara langsung diserahkan oleh Dewan Komisiner OJK kepada Gubernur Aceh Zaini Abdullah melalui Kepala OJK Provinsi Aceh Ahmad Wijaya Putra di Banda Aceh.

Pada akhir tahun 2021, Bank Aceh secara resmi membuka kantor cabang perwakilan di Jakarta pada tanggal 20 Desember 2021. Kantor cabang tersebut berlokasi di Jalan HOS Cokroaminoto, Menteng, Jakarta Pusat. Pembukaan Kantor Cabang Bank Aceh di Jakarta merupakan bentuk dukungan Pemerintah Aceh terhadap aktivitas layanan transaksi perbankan di tengah persaingan sektor

perbankan. Kehadiran Bank Aceh di Jakarta diharapkan dapat memberikan dukungan dalam akselerasi pengelolaan keuangan, baik bagi sektor privat, swasta, maupun pemerintah daerah. Kantor Pusat Bank Aceh terletak di Jalan Mr. Mohd. Hasan No. 89, Batoh, Banda Aceh.

Hingga akhir tahun 2021, Bank Aceh telah memiliki 515 jaringan kantor yang terdiri dari 1 Kantor Pusat, 1 Kantor Pusat Operasional, 27 Kantor Cabang, 95 Kantor Cabang Pembantu, 27 Kantor Kas, 25 Payment Point, 12 Mobil Kas, 316 unit ATM, dan 12 Unit CRM yang tersebar di wilayah Provinsi Aceh termasuk di Kota Medan. Bank juga melakukan penataan kembali lokasi kantor sesuai dengan kebutuhan.

Penelitian ini dilakukan pada cabang PT. Bank Aceh Syariah di Lhokseumawe yang berlokasi di Jalan Merdeka No. 8, Desa Simpang Empat, kec, Banda Sakti, Lhokseumawe. Lokasi ini dipilih karena memiliki informasi yang relevan dengan penelitian terutama yang terkait dengan aplikasi *Action Mobile Banking* dan cabang ini juga merupakan cabang tipe A dari seluruh cabang yang ada di Lhokseumawe dan cabang ini juga sering melakukan sosialisasi tentang *Action* kepada masyarakat sehingga banyak informasi yang bisa di dapatkan melalui nasabah dari Bank itu sendiri.

4.1.2 Visi dan Misi PT. Bank Aceh Syariah

➤ Visi

Menjadi “ Bank Syariah Terdepan dan Terpercaya dalam Pelayanan di Indonesia”

➤ Misi

- 1) Menjadi penggerak perekonomian Aceh dan pendukung agenda pembangunandaerah
- 2) Memberi pelayanan terbaik dan lengkap berbasis TI untuk semua segmennasabah, terutama usaha kecil, menengah, sector pemerintahan maupun korporasi.
- 3) Menjadi Bank yang memotivasi karyawan, nasabah dan *stakeholder* untukmenerapkan prinsip syariah dalam muamalah secara komprehensif (*syumul*)
- 4) Memberi nilai tambah yang tinggi bagi pemegang saham dan masyarakat Aceh umumnya.
- 5) Menjadi perusahaan pilihan utama bagi professional perbankan syariah di Aceh.

4.1.3 Motto

“Kepercayaan” adalah suatu manifestasi dan wujud Bank sebagai pemegang Amanah dari nasabah, pemilik dan masyarakat secara luas untuk menjaga kerahasiaan dan mengamankan kepercayaan tersebut.“Kemitraan” adalah suatu jaringan Kerjasama usaha yang erat dan setara antara Bank dan nasabah yang merupakan strategi bisnis Bersama dengan prinsip saling membutuhkan, saling

memperbesar dan saling menguntungkan diikuti dengan pembinaan dan pengembangan secara berkelanjutan.

Dalam rangka mencapai visi, misi dan motto tersebut, usaha PT. Bank Aceh Syariah diarahkan pada pengelolaan bank yang sehat dan pada jalur yang benar, perbaikan perekonomian rakyat dan pembangunan daerah dengan melakukan usaha-usaha bank umum yang mengutamakan optimalisasi penyediaan kredit, pembiayaan serta pelayanan perbankan bagi kelancaran dan kemajuan pembangunan di daerah.

Dalam rangka mengembangkan visi dan misi bank tersebut, setiap karyawan dan manajemen harus dapat menganut, menyakini, mengamalkan dan melaksanakan budaya perusahaan (*corporate values*) berlandaskan kepada budaya Aceh yang kental dengan nilai-nilai dan budaya islami, nilai perusahaan yang sekarang diadopsi adalah ISLAMAMI :

1. Integritas yaitu menjalankan tugas dengan penuh tanggung jawab, jujur, berkomitmen dan konsisten
2. Silaturahmi yaitu membangun hubungan yang baik dan kemitraan dengan nasabah serta stakeholder
3. Loyalitas yaitu memberikan produk dan layanan yang terbaik bagi nasabah
4. Madani yaitu menciptakan dan mengembangkan kemajuan bank secara terus menerus

5. Ikhlas yaitu menciptakan dan membentuk sikap yang tulus dalam bekerja dan pengabdian.

4.2 Produk Dan Layanan

Sehubungan dengan informasi dan teknologi yang diterapkan dan agar memenuhi kebutuhan masyarakat sesuai dengan perkembangan saat ini PT. Bank Aceh Syariah telah berupaya untuk meningkatkan kualitas dan jenis produk atau layanan agar dapat diharapkan dapat terciptanya tingkat kepuasan dan loyalitas yang tinggi kepada seluruh nasabah. Jadi produk-produk dan jasa BAS terdapat sebagai berikut :

4.2.1 Penghimpunan Dana

Dalam PT. Bank Aceh Syariah terdapat beberapa produk untuk menghimpun dana dari pihak ketiga diantaranya Giro, Deposito Mudharabah, Simpanan Pembangunan Daerah (SIMPEDA IB), Tabungan Aneka Guna (TAG IB), Tabungan Haji Akbar IB, Tabungan Seulangan IB, Tabungan Firdaus IB, Tabungan Sahara IB, dan Tabunganku IB.

1. Giro wadiah

Sarana penyimpanan dana dalam bentuk mata uang rupiah pada BAS yang pengelolaan dananya berdasarkan prinsip syariah dengan akad Wadiah Yad Dhamamah, yaitu dana titipan murni nasabah kepada bank yang dapat diambil setiap saat dengan menggunakan media *Cheque* dan *Bilyet Giro*.

2. Giro Mudharabah

Giro adalah simpanan dalam bentuk rupiah pihak ketiga, yang penarikannya dalam dilakukan setiap saat dengan menggunakan Cheque, surat perintah pembayaran lainnya atau dengan perintah pemindahan buku (misalnya bilyet giro, warkat kliring, dll). Giro Mudharabah terdiri dari : Giro Pemerintah pusat, giro pemerintahan daerah, giro BUMN/BUMD , Giro pemerintah campuran, Giro Perusahaan Umum (Pribumi), Giro perusahaan Umum (Non pribumi), Giro Yayasan/Bansan sosial/Koperasi, Giro perorangan Non pribumi, Giro Antar Bank, Giro lainnya

3. Deposito Mudharabah

Investasi berjangka waktu tertentu dalam bentuk mata uang rupiah pada BAS yang pengelolaan dananya berdasarkan prinsip syariah dengan akad Mudharabah Muthalaqah, yaitu akad antara pihak pemilik dana (Shahibul Maal)

4.2.2 Penyaluran Dana

Dalam BAS terdapat beberapa produk untuk menghimpun dana dari pihak ketiga di antaranya :

1. Pembiayaan Mudharabah
2. Pembiayaan Musyarakah
3. Murabahah (jual beli)
4. Pembiayaan Istishna
5. Pembiayaan Salam
6. Pembiayaan Qardhul Hasan
7. Pembiayaan Rahn.

4.2.3 Divisi pada BAS (Bank Aceh Syariah)

Divisi pada Bank Aceh Syariah terdiri atas ; Divisi Keuangan dan Akuntansi, Divisi Teknologi Informasi, dan Divisi Umum berada di bawah Direktur Operasional. Divisi Pembiayaan, Divisi Produk & Layanan dan UKM Center berada di bawah Direktur Bisnis. Divisi Treasury Dana & Jasa, Divisi Sumber Daya Insani, Divisi Penyelamatan dan Penyelesaian Aset berada di bawah Direktur Dana dan Jasa. Divisi Kepatuhan, Divisi Manajemen Risiko, dan Lembaga Pendidikan dan Pelatihan berada di bawah Direktur Kepatuhan. Divisi SKAI, Divisi Sekretariat Perusahaan, Divisi Perencanaan Strategis, dan PMO berada di bawah Direktur Utama.

Disamping itu terdapat beberapa komite ; Komite Manajemen Resiko, Komite Teknologi Informasi, Komite Pembiayaan Besar, Komite Ke-bijakan Pembiayaan, Komite Penyelesaian Pem-biayaan, ALCO, Komite Sumber Daya Insani, Komite Barang dan Jasa serta Komite Penempatan Dana Investasi yang seluruhnya berada dibawah kendali Direktur Utama.

4.3 *Mobile Banking “Action Mobile”*

Melihat perkembangan produk dan layanan bank yang terus memberikan kemudahan kepada nasabah dan masyarakat, BAS terus melakukan berbagai inovasi dan pembaharuan demi peningkatan kualitas produk dan layanan kepada nasabah dan mampu memberikan kemudahana kepada nasabah dengan cara menghadirkan mobil banking yang Bernama *Action (Aceh*

Transaction online) adalah layanan *Mobile Banking* milik PT. Bank Aceh Syariah yang dapat diakses oleh nasabah melalui smartphone untuk bertransaksi dengan menggunakan media jaringan internet atau paket data. *Action* layanan yang memungkinkan nasabah BAS memperoleh informasi perbankan serta melakukan komunikasi melalui smartphone.

Cara mendaftar layanan *Mobile Banking Action* sebagai berikut :

Nasabah yang ingin menggunakan fasilitas *Action* dapat melakukan pendaftaran ke Bank langsung dan mendatangi CS (customer service) dengan membawa KTP dan buku rekening, syarat lain yang harus di lengkapi yaitu :

1. Nomor smartphone (SIM card) yang dipakai untuk *Action* harus sama dengan nomor smartphone yang terdaftar di basis data core banking system BAS karena aktivasi/autentifikasi akan dikirimkan ke nomor smartphone yang telah didaftar oleh pihak bank.
2. E-mail nasabah calon pengguna layanan *Action* harus sudah terdaftar pada basis data core banking system Bank Aceh.
3. Aplikasi *Mobile Banking Action* bisa diunduh melalui *Google playstore* atau IOS yang menggunakan IPHONE.

4.3.1 Layanan *Action* BAS (Bank Aceh Syariah)

Fitur-fitur yang terdapat pada *Action*:

1. Informasi rekening (informasi saldo, no rekening, 5 transaksi rekening terakhir, dan mutase rekening)

2. Transfer dana (transfer antar BAS, transfer antar bank lain, transfer antar BAS via *QR Code*)
3. Fitur pembayaran dan pembelian :
 - a. Pembayaran Perguruan Tinggi (Universitas UIN Ar-Raniry dan Universitas Teuku Umar)
 - b. Pembayaran tagihan listrik PLN (Postpaid)
 - c. Pembelian Voucher/token listrik PLN (prepaid)
 - d. Pembayaran tiket Garuda Indonesia dan Lion Air, serta Kereta Api Indonesia (KAI)
 - e. Pembayaran iuran BPJS Kesehatan
 - f. Pembayaran tagihan internet Indihome
 - g. Pembayaran tagihan TV berlangganan Transvision dan MNC Vision
 - h. Top up e-wallet LinkAja, Gopay, dan OVO
 - i. Pembayaran SAMSAT Aceh
 - j. Pembayaran restribusi Pemkot Banda Aceh
 - k. Pembayaran PDAM
 - l. Pembayaran zakat dan infaq
4. Fitur pembayaran via QRIS (*Quick Response Indonesian Standard*) Mendukung fitur biometric yang memberikan akses lebih aman dan nyaman.
5. Fitur lainnya :
 - a. Fitur lupa Username/MPIN/Password
 - b. Daftar Favorit transfer/layanan
 - c. Penggantian password dan MPIN

Pengaturan rekening sumber dana yang digunakan atau menambakan seluruh rekening tabungan dalam satu aplikasi, kotak pesan transaksi, penggantian perangkat, unduh resi transaksi, share resi transaksi, jadwal sholat dan arah kiblat, penggantian perangkat baru.

4.3.2 Limit Transaksi ACTION BAS

1. Transfer sesama BAS
 - a. Limit min. per transaksi : Rp.1000
 - b. Limit maks. Per transaksi : Rp. 100.000.000
 - c. Limit maks. Akumulasi per hari : Rp. 100.000.000
2. Transfer Antar Bank
 - a. Limit min. Per transaksi : Rp.1000
 - b. Limit maks. Per transaksi : Rp. 50.000.000
 - c. Limit maks, Akumulasi per hari : Rp.100.000.000

4.4 Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini sebanyak 101 responden dari nasabah Bank Aceh Syariah yang berdomisili di Lhokseumawe, terbagi berdasarkan umur, jenis kelamin, tingkat Pendidikan, pekerjaan, lamanya menggunakan BAS dan seberapa lama menggunakan *Action*. Berdasarkan hasil pengolahan kuisioner maka diperoleh data sebagai berikut :

a. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Adapun data berdasarkan umur nasabah BAS cabang Lhokseumawe adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 1

Karakteristik Responden berdasarkan Umur

No.	Umur	Jumlah Responden	Persentase
1	< 20 Tahun	28	27.7%
2	21-30 Tahun	26	25.7%
3	31-40 Tahun	15	14.9%
4	41-50 Tahun	26	25.7%
5	>50 Tahun	6	5.9%
	Total	101	100%

Data diolah 2023

Berdasarkan Tabel 4.1 dapat disimpulkan bahwa umur responden nasabah BAS cabang Lhokseumawe didominasi oleh < 20 Tahun, hal itu dapat dilihat seperti pada table yang menunjukkan bahwa usia < 20 tahun mencapai 28 responden dengan presentase 27.7% kemudian diikuti nasabah yang berusia 21-30 tahun sejumlah 26 responden dengan presentase 25.7%, selanjutnya diikuti nasabah yang berusia 41-50 tahun sejumlah 26 responden dengan presentase 25.7%, kemudian responden berusia 31-40 tahun sejumlah 15 responden dengan presentase 14.9%. dan sisanya terdapat pada responden dengan usia > 50 tahun sebanyak 6 responden dengan presentase 5.9%.

b. Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin

Adapun data berdasarkan jenis kelamin nasabah BAS cabang Lhokseumawe adalah sebagai berikut :

Tabel 4. 2
Karakterisitik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase
1.	Laki-laki	42	41.6 %
2.	Perempuan	59	58.4%
	Total	101	100%

Data diolah 2023

Berdasarkan Tabel 4.2 dapat dilihat bahwa responden yang menggunakan *Action Mobile Banking* di BAS cabang Lhokseumawe adalah laki-laki dan perempuan. Adapun laki-laki berjumlah 42 orang dengan jumlah presentase 41.6%, kemudian responden perempuan berjumlah 59 orang dengan jumlah presentase 58.4% responden.

c. Karakteristik Responden berdasarkan Penelitian Terakhir

Adapun data berdasarkan Pendidikan terakhir nasabah BAS cabang Lhokseumawe sebagai berikut :

Tabel 4. 3
Karakterisitik Responden Berdasarkan Pendidikan

No	Pendidikan Terakhir	Jumlah Responden	Persentase
1	SD//SMP/SMA	37	36.6%
2	D III	14	13.9%
3	S1	41	40.6%
4	S2	9	8.9%
	Total	101	100%

Data diolah 2023

Berdasarkan Tabel 4.3 dapat dilihat bahwa Pendidikan terakhir pengguna *Action Mobile Banking* di BAS cabang Lhokseumawe adalah tamatan SD/SMP/SMA berjumlah 37 orang dengan presentase 36.6% dan tamatan DIII berjumlah 14 orang dengan jumlah presentase 13.9%, tamatan S1 berjumlah 41 orang dengan jumlah presentase 40.6%, dan tamatan S2 berjumlah 9 orang dengan jumlah presentase 8.9% responden.

d. Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan

Adapun data berdasarkan pekerjaan nasabah BAS cabang Lhokseumawe adalah sebagai berikut :

Tabel 4. 4
Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Jumlah Responden	Persentase
1	PNS/TNI/POLRI	32	31.7%
2	Pegawai Swasta/Wiraswasta	10	9.9%
3	Pelajar/mahasiswa	44	43.6%
4	IRT/Pensiun	2	2%
5	Pegawai BUMD	4	4%
6	Pedagang	2	2%
7	Lainnya	7	6.8%
Total		101	100%

Data diolah 2023

Berdasarkan Tabel 4.4 nasabah yang menjadi responden terbanyak adalah pelajar/mahasiswa sebesar 44 orang dengan presentase 43.6%, kemudian PNS/TNI/POLRI sebesar 32 orang dengan presentase 31.7%, Pegawai swasta/wiraswasta sebesar 10 orang dengan presentase 9.9%, kemudian pegawai BUMD sebesar 4 orang dengan presentase 4%, lalu diikuti dengan IRT/Pensiun

sebesar 2 orang dengan presentase 2, pedagang sebesar 2 orang dan pekerjaan lainnya sebesar 7 orang dengan presentase 6.8%.

E. Lamanya Menjadi Nasabah Bank Aceh Syariah

Untuk melihat karakteristik berdasarkan sudah berapa lama menjadi nasabah di bank tersebut, maka peneliti membagi menjadi 4 kategori, yaitu:

Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Lamanya Menjadi Nasabah

No	Tahun	Jumlah Responden	Persentase
1	1-3	50	49.5%
2	3-4	8	7.9%
3	4-6	9	8.9%
4	6-10	34	33.7%
	Total	101	100%

Data diolah 2023

Berdasarkan tabel 4.5 dapat disimpulkan bahwa yang paling banyak menjadi responden adalah yang sudah menjadi nasabah 1-3 tahun yaitu sebesar 50 orang dengan jumlah presentase 49.5%. Kemudian 6-10 Tahun yaitu sebesar 34 orang dengan presentase 33.7% lalu diikuti 4-6 tahun dengan presentase 8.9% dan sisanya 3-4 tahun sebesar 8 orang dengan jumlah presentase 7.9% responden.

F. Lamanya Menggunakan Action

Untuk melihat karakteristik berdasarkan sudah berapa lama nasabah menggunakan aplikasi *Mobile Banking* BAS yaitu *Action*, maka peneliti membagi menjadi 5 kategori yaitu :

Tabel 4. 6
Karakteristik Responden Berdasarkan Lamanya
menggunakan Action

No	Lamanya	Jumlah Responden	Persentase
1	< 3 bulan	33	32.7%
2	3-6 bulan	4	4%
3	6-12 bulan	20	19.8%
4	1-2 tahun	28	27.7%
5	>2 tahun	16	15.8%
	Total	101	100%

Data diolah 2023

Berdasarkan tabel 4.6 dapat disimpulkan bahwa yang paling banyak menjadi responden dalam menggunakan *ACTION* pada penelitian ini para nasabah dominan telah menggunakan dan memanfaatkan aplikasi ini dengan rentang waktu > 3 bulan sebesar 33 orang dengan presentase 32.7%, lalu diikuti 1-2 tahun sebesar 28 orang dengan presentase 27.7%, kemudian 6-12 bulan sebesar 20 orang dengan presentase 19.8%, dan >2 tahun sebesar 16 orang dengan jumlah presentase 15.8% dan sisanya 3-6 bulan sebesar 4 orang dengan presentase 4%.

4.5 Uji Validitas dan Realibilitas

4.5.1 Uji Validitas

Uji validitas merupakan uji untuk melihat valid atau tidaknya kuesioner yang telah kita lampirkan. Pertanyaan dinyatakan valid jika nilai r hitung > r tabel atau nilai p -value lebih kecil dari alpha 5%. Uji validitas dalam penelitian dilakukan dengan bantuan software IBM SPSS v.26. Kuisisioner dibagikan kepada 101 responden yang merupakan nasabah pengguna *Action* di

Lhokseumawe. hasil mengenai uji validitas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. 7
Hasil Uji Validitas Empathy (X1)

Item Pernyataan	r _{hitung}	r _{tabel}	Keterangan
X1.1	.709	0,1956	Valid
X1.2	.655		Valid
X1.3	.610		Valid
X1.4	.531		Valid

Sumber : hasil output SPSS, Versi 26

Berdasarkan tabel 4.7 diketahui bahwa 4 item pernyataan pada variabel *Empathy* (X1) dapat dinyatakan valid karena memiliki nilai r hitung > r tabel dengan nilai r tabel yaitu 0,1956 Maka 4 item pernyataan diatas dinyatakan valid.

Tabel 4. 8
Hasil Uji Validitas Tangibles (X2)

Item Pernyataan	r _{hitung}	r _{tabel}	Keterangan
X2.1	.578	0,1956	Valid
X2.2	.687		Valid
X2.3	.766		Valid
X2.4	.741		Valid

Sumber : hasil output SPSS, Versi 26

Berdasarkan tabel 4.8 diketahui bahwa 4 item pernyataan pada variabel *Tangibles* (X2) dapat dinyatakan valid karena memiliki nilai r hitung > r tabel dengan nilai r tabel yaitu 0,1956 Maka 4 item pernyataan diatas dinyatakan valid.

Tabel 4. 9
Hasil Uji Validitas Reliability (X3)

Item Pernyataan	r _{hitung}	r _{tabel}	Keterangan
X3.1	.588	0,1956	Valid
X3.2	.588		Valid

Sumber : hasil output SPSS, versi 26

Berdasarkan tabel 4.9 diketahui bahwa 2 item pernyataan pada variabel *Reliability* (X3) dapat dinyatakan valid karena memiliki nilai r hitung $>$ r tabel dengan nilai r tabel yaitu 0,1956 Maka 2 item pernyataan diatas dinyatakan valid.

Tabel 4. 10
Hasil Uji Validitas Responsiveness (X4)

Item Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
X4.1	.750	0,1956	Valid
X4.2	.750		Valid
X4.3	.688		Valid

Sumber : hasil output SPSS, Versi 26

Berdasarkan tabel 4.10 diketahui bahwa 3 item pernyataan pada variabel *Responsiveness* (X4) dapat dinyatakan valid karena memiliki nilai r hitung $>$ r tabel dengan nilai r tabel yaitu 0,1956 Maka 3 item pernyataan diatas dinyatakan valid.

Tabel 4. 11
Hasil Uji Validitas Assurance (X5)

Item Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
X5.1	.743	0,1956	Valid
X5.2	.833		Valid
X5.3	.830		Valid
X5.4	.791		Valid

Sumber : hasil output SPSS, Versi 26

Berdasarkan tabel 4.11 diketahui bahwa 4 item pernyataan pada variabel *assurance* (X5) dapat dinyatakan valid karena memiliki nilai r hitung $>$ r tabel dengan nilai r tabel yaitu 0,1956 Maka 4 item pernyataan diatas dinyatakan valid.

Tabel 4. 12
Hasil Uji Validitas Kepuasan Nasabah (Y)

Item Pernyataan	r _{hitung}	r _{tabel}	Keterangan
X5.1	.568	0,1956	Valid
X5.2	.607		Valid
X5.3	.596		Valid
X5.4	.582		Valid
X5.5	.573		Valid
X5.6	.531		Valid
X5.7	.641		Valid
X5.8	1.255		Valid
X5.9	.829		Valid

Sumber : hasil output SPSS, Versi 26

Berdasarkan tabel 4.6 diketahui bahwa 9 item pernyataan pada variabel kepuasan nasabah (Y) dapat dinyatakan valid karena memiliki nilai r hitung > r tabel dengan nilai r tabel yaitu 0,1956. Maka 9 item pernyataan diatas dinyatakan valid.

Uji validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan SPSS. Berdasarkan tabel 4.12 diatas dapat diketahui bahwa setiap item pertanyaan yang digunakan dinyatakan valid.

4.5.2 Uji Reabilitas

Uji reliabilitas ini dilakukan untuk mengetahui sejauh mana kuisioner yang digunakan dapat memperlihatkan kestabilan dari hasil penelitian berikutnya dengan kondisi yang tetap. Dalam pengukuran reliabilitas dapat dilakukan dengan menggunakan uji statistic *Cronbach alpha* (Ghozali, 2009). Kriteria penilaian uji reliabilitas yang digunakan tersebut yaitu :

1. Apabila *cronbach's Alpha* > 0,60 atau 60% maka pernyataan tersebut *reliabel*.

2. Apabila *cronbach's Alpha* < 0,60 atau 60% maka pernyataan tersebut tidak *reliabel*.

Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan *software IBM SPSS v.26*.

Tabel 4. 13
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Minimal	Keterangan
X1	0,803	0,60	Reliabel
X2	0,851	0,60	Reliabel
X3	0,740	0,60	Reliabel
X4	0,850	0,60	Reliabel
X5	0,911	0,60	Reliabel
Y	0,821	0,60	Reliabel

Sumber : hasil output SPSS, Versi 26

Dari tabel 4.13 diatas dapat dilihat bahwa Cronbach's Alpha variabel *Empathy* (X1) sebesar 0,803, variabel *Tangibles* (X2) sebesar 0,851, variabel *Reliability* (X3) sebesar 0,740, variabel *responsiveness* (X4) sebesar 0,850, variabel *assurance* (X5) sebesar 0,911, dan variabel kepuasan nasabah (Y) sebesar 0,821. Hal ini menunjukkan bahwa nilai Cronbach's Alpha pada masing-masing variabel > 0,60 maka dapat disimpulkan seluruh variabel yang diteliti sudah handal atau reliabel.

4.6 Uji Asumsi Klasik

4.6.1 Uji Normalitas

Uji normalitas adalah pengujian terhadap normal atau tidaknya sebaran data yang akan dianalisis. Berdasarkan hasil uji

normalitas menggunakan program SPSS, diperoleh rasio *skewness* dan *kurtosis*.

Tabel 4. 14
Hasil Uji Normalitas

	N	Mean	Skewness		Kurtosis	
	Statistic	Statistic	Statistic	Std. Error	Statistic	Std. Error
Unstandardized Residual	101	.0000000	-.235	.240	.357	.476
Valid N (listwise)	101					

Sumber : hasil output SPSS, Versi 26

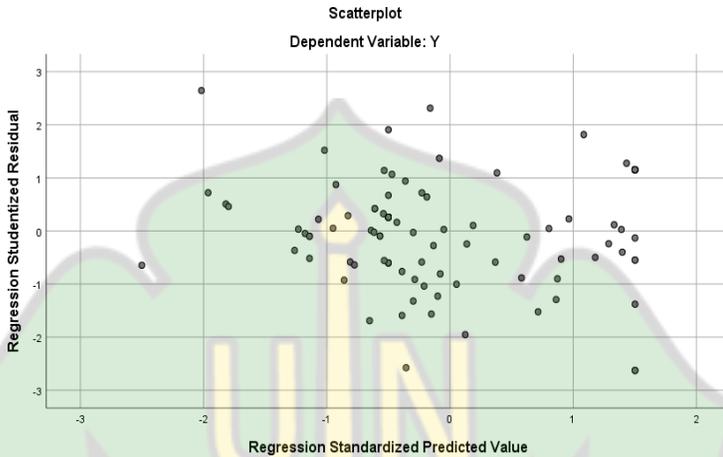
Pada tabel 4.14 menunjukkan hasil uji *Skewness-Kurtosis test* memiliki nilai sebagai berikut, nilai *skewness* / Std. Error = $-0,235/0,240 = -0,979$. Sedangkan nilai *kurtosis* / Std. Error = $0,357 / 0,476 = 0,75$ sehingga dapat di asumsikan bahwa normalitas dalam uji *Skewness-Kurtosis test* terpenuhi karena berada pada rentang -2 sampai 2 dengan rasio *skewness* $-0,697$ sedangkan rasio *kurtosis* $1,520$ dapat diasumsikan bahwa data terdistribusi normal.

4.6.2 Uji Heteroskedastisitas

Pengujian heterokedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan. Sebuah model regresi yang tidak baik adalah yang tidak memiliki heterokedastisitas.

Gambar 4.1

Hasil Uji Heteroskedastisitas (Scatterplot)



Sumber : hasil output SPSS, Versi 26

Berdasarkan gambar hasil uji heteroskedastisitas dengan scatterplot dapat diketahui bahwa titik-titik menyebar di atas dan di bawah atau sekitar nol. Selain itu penyebaran titik-titik tersebut rata artinya tidak mengumpul di atas saja atau di bawah saja. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

4.6.3 Analisis Regresi Berganda $R^2 Y$

Untuk mengetahui besarnya pengaruh dari variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Maka dilakukan uji regresi linier berganda hasil uji menunjukkan:

Tabel 4. 15
Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.875	.239		3.652	.000
X1	.169	.112	.190	1.501	.137
X2	.052	.099	.059	.529	.598
X3	.022	.085	.026	.263	.793
X4	.363	.101	.419	3.582	.001
X5	.158	.076	.201	2.082	.040

a. Dependent Variable: Y

Sumber : hasil output SPSS, Versi 26

Berdasarkan tabel 4.16 diatas, maka dapat dibuat persamaan sebagai berikut : $Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + b_5 X_5 + e$

$$Y = 0,875 + 0,169X_1 + 0,052X_2 + 0,022X_3 + 0,363X_4 + 0,158X_5 + e$$

Adapun interpretasi dari persamaan diatas adalah sebagai berikut:

1. Besarnya koefisien regresi variabel *Empathy* (b1) sebesar 0,169 . Hal ini menunjukkan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan nasabah dengan nilai koefisien sebesar 0,169.
2. Besarnya koefisien regresi variabel *Tangibles* (b2) sebesar 0,052. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan nasabah dengan nilai koefisien sebesar 0,052.
3. Besarnya koefisien regresi variabel *Reliability* (b3) sebesar 0,022 Hal ini menunjukkan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan nasabah dengan nilai

koefisien sebesar 0,022.

4. Besarnya koefisien regresi variabel *responsiveness* (b_4) sebesar 0.363 Hal ini menunjukkan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan nasabah dengan nilai koefisien sebesar 0,363.
5. Besarnya koefisien regresi variabel *assurance* (b_5) sebesar 0,158 Hal ini menunjukkan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan nasabah dengan nilai koefisien sebesar 0,158.

4.7 Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan dengan penetapan hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternatif (H_a). Hipotesis nol (H_0) merupakan hipotesis yang menyatakan bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan antara variabel bebas dan variabel terikat. Sedangkan hipotesis alternatif (H_a) merupakan hipotesis yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

4.7.1 Uji Signifikan Parsial (Uji t)

Uji ini digunakan untuk menguji regresi linier berganda , pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah secara parsial dari variabel independent (X) mempunyai pengaruh signifikan atau tidak terhadap variabel dependen (Y). Uji ini digunakan untuk melihat pengaruh tiap-tiap variabel independen secara terpisah atau sendiri-sendiri terhadap variabel dependennya. Pengolahan data menggunakan aplikasi SPSS v.26.

Tabel 4. 16 Hasil Uji T (Parsial)

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	.875	.239		3.652	.000
X1	.169	.112	.190	1.501	.137
X2	.052	.099	.059	.529	.598
X3	.022	.085	.026	.263	.793
X4	.363	.101	.419	3.582	.001
X5	.158	.076	.201	2.082	.040

a. Dependent Variable: Y

Sumber : hasil output SPSS, versi 26

Berdasarkan tabel 4.17 diatas, dapat disimpulkan bahwa hasil uji t adalah sebagai berikut:

- 1) Diketahui nilai signifikan untuk *Empathy* terhadap kepuasan nasabah adalah sebesar $0,137 > 0,05$ dan nilai t hitung $1,501 < 1,986$, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan *Empathy* terhadap kepuasan nasabah.
- 2) Diketahui nilai signifikan untuk *Tangibles* terhadap kepuasan nasabah adalah sebesar $0,598 > 0,05$ dan nilai t hitung $0,529 < 1,986$, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan *Tangibles* terhadap kepuasan nasabah.

3) Diketahui nilai signifikan untuk *Reliability* terhadap kepuasan nasabah adalah sebesar $0,793 > 0,05$ dan nilai t hitung $0,263 < 1,986$, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan *Tangibles* terhadap kepuasan nasabah.

4) Diketahui nilai signifikan untuk *responsiveness* terhadap kepuasan nasabah adalah sebesar $0,001 < 0,05$ dan nilai t hitung $3,582 > 1,986$, sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan *responsiveness* terhadap kepuasan nasabah.

5) Diketahui nilai signifikan untuk *assurance* terhadap kepuasan nasabah adalah sebesar $0,040 < 0,05$ dan nilai t hitung $2,082 > 1,986$, sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan *assurance* terhadap kepuasan nasabah.

4.7.2 Uji secara simultan (F)

Uji ini dilakukan untuk melihat apakah variabel independen secara bersamaan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Pengolahan data menggunakan aplikasi SPSS v.26. hasil uji F dapat dilihat pada output tabel ANOVA pada tabel dengan menggunakan probabilitas sebesar 5% atau 0,05 seperti pada tabel 4.17.

Tabel 4. 17 Hasil Uji Secara Simultan (F)

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	14.568	5	2.914	40.226	.000 ^b
Residual	6.881	95	.072		
Total	21.449	100			
a. Dependent Variable: Y					
b. Predictors: (Constant), X5, X3, X2, X4, X1					

Sumber : hasil output SPSS, Versi 26

Dari tabel 4. diatas, dapat diketahui bahwa nilai signifikan untuk pengaruh aspek *Empathy*, *Tangibles*, *Reliability*, *responsiveness*, dan *assurance* secara simultan terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan *Action* adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai f hitung $40,226 > 3,09$, sehingga dapat disimpulkan bahwa aspek *Empathy*, *Tangibles*, *Reliability*, *responsiveness*, dan *assurance* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap

4.7.3 Uji koefisien determinasi (R2)

Koefisien determinasi (R2) menunjukkan sejauh mana tingkat hubungan antar variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y) atau sejauh mana kontribusi variabel independen memengaruhi variabel dependen.

Tabel 4. 18 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R2)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Error of the Estimate
1	.824 ^a	.679	.662	.26913
a. Predictors: (Constant), X5, X3, X2, X4, X1				
b. Dependent Variable: Y				

Sumber : hasil output SPSS, Versi 26

Berdasarkan tabel 4.18 diatas, nilai Adjusted R Square sebesar 0,662 atau 62,2%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel *Empathy, Tangibles, Reliability, responsiveness, dan assurance* hanya mampu menjelaskan kepuasan nasabah sebesar 62,2%, sedangkan 37,8% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dicantumkan dalam penelitian ini.

4.8 Pembahasan

4.8.1 Pengaruh Aspek *Empathy* Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan *Mobile Banking*

Berdasarkan hasil uji t pada tabel 4.17 dapat diperoleh bahwa hasil uji t diketahui nilai signifikan untuk *Empathy* terhadap kepuasan nasabah adalah sebesar $0,137 > 0,05$ dan nilai t hitung $1,501 < 1,986$, sehingga H_0 diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan *Empathy* terhadap kepuasan nasabah.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Fernos dan Gietricen (2019) yang menyatakan bahwa *Empathy* dalam pengujian hipotesis pada penelitiannya tidak berpengaruh

signifikan terhadap kepuasan nasabah *Mobile Banking* nagari Cabang Padang. Adapula penelitian Marlina (2022) yang menyatakan variabel *Empathy* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah penelitian tersebut berbeda dengan hasil penelitian yang didapat.

Kepuasan nasabah dari aspek *Empathy* pelayanan dapat ditingkatkan dengan cara meningkatkan cara berkomunikasi pihak bank terhadap konsumen agar lebih baik dan sopan, meningkatkan tingkat kesabaran pegawai bank dalam melayani nasabah, dan mendengar keluhan nasabah jika ada kendala pada bank dalam menggunakan *Mobile Banking*, serta meningkatkan sikap ramah kepada nasabah agar kualitas layanan *Mobile Banking* pada bank syariah semakin meningkat sehingga terciptanya kepuasan nasabah.

4.8.2 Pengaruh Aspek *Tangibles* Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan *Mobile Banking*

Diketahui nilai signifikan untuk *Tangibles* terhadap kepuasan nasabah adalah sebesar $0,598 > 0,05$ dan nilai t hitung $0,529 < 1,986$, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan *Tangibles* terhadap kepuasan nasabah. Sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Adila (2017) yang menyatakan bahwa tangible tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah menggunakan *Mobile Banking* di Bank BRI Syariah KC

Margonda Depok dan sesuai dengan penelitian Marlina (2022) yang menyatakan variabel tangible menurunkan kepuasan responden pengguna *Mobile Banking* BAS kecamatan Teunom. dari hasil diatas bahwa variabel tangible tidak berpengaruh dikarenakan tangible adalah bukti fisik dan responden menjawab bukti fisik di *Mobile Banking* tidak berpengaruh atas kepuasan nasabah yang didapatkannya.

4.8.3 Pengaruh Aspek *Reliability* Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan *Mobile Banking*

Diketahui nilai signifikan untuk *Reliability* terhadap kepuasan nasabah adalah sebesar $0,793 > 0,05$ dan nilai t hitung $0,263 < 1,986$, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan *Reliability* terhadap kepuasan nasabah. Berdasarkan hasil dari penelitian ini pelayanan dan informasi, ketepatan waktu , keamanan dan kecermatan pegawai dalam melayani nasabah saat registrasi *Mobile Banking* belum sesuai dengann keinginan nasabah dan belum bisa memenuhi kepuasan nasabah. Sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Kristi dan Nihayatu yang menyatakan bahwa variabel *Reliability* tidak mempengaruhi kepuasan nasabah menggunakan *Mobile Banking* pada Bank Mega, Tbk. Regional Makassar dan berdasarkan hasil penelitian Marlina (2022) yang menyatakan juga variabel *Reliability* tidak berpengaruh terhadap tingkat kepuasan nasabah menggunakan aplikasi *Action Mobile Banking* di Kecamatan Teunom.

4.8.4 Pengaruh Aspek *Responsiveness* Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan *Mobile Banking*

Diketahui nilai signifikan untuk *responsiveness* terhadap kepuasan nasabah adalah sebesar $0,001 < 0,05$ dan nilai t hitung $3,582 > 1,986$, sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan *responsiveness* terhadap kepuasan nasabah. Berdasarkan hasil dari penelitian ini respon pegawai pada saat berdiskusi mengenai aplikasi *Mobile Banking*, kecepatan, ketepatan dan cara merespon keluhan nasabah terhadap aplikasi *Mobile Banking* sudah sesuai dengan keinginan nasabah dan sudah memenuhi kepuasan nasabah.

Sesuai penelitian Mariatun (2017) variabel *responsiveness* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah *Mobile Banking* dan berdasarkan penelitian Marlina (2022) variabel *responsiveness* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan aplikasi *Action Mobile Banking* di BAS Kecamatan Teunom. Dari hasil diatas dapat disimpulkan bahwa respon atau cepat tanggap aplikasi *Mobile Banking* sangat berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

4.8.5 Pengaruh Aspek *Assurance* Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan *Mobile banking*

Diketahui nilai signifikan untuk *assurance* terhadap kepuasan nasabah adalah sebesar $0,040 < 0,05$ dan nilai t hitung $2,082 > 1,986$, sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan *assurance* terhadap kepuasan nasabah.

Berdasarkan hasil dari penelitian ini pengetahuan dalam menggunakan aplikasi *Action Mobile Banking*, keamanan aplikasi dari pada aplikasi *Mobile Banking* lain dan tidak adanya unsur penipuan dalam aplikasi *Action Mobile Banking* sudah sesuai dengan keinginan nasabah dan sudah memenuhi kepuasan nasabah. Ramadhani (2020) mengungkapkan bahwa *assurance* mempengaruhi kepuasan nasabah menggunakan *Mobile Banking* pada Bank Mega, Tbk. Regional Makassar dan berdasarkan penelitian Marlina (2022) menyatakan juga variabel *assurance* berpengaruh terhadap tingkat kepuasan nasabah dalam menggunakan aplikasi *Action Mobile Banking* di Kecamatan Teunom.

Aspek *assurance* pada kualitas layanan *Mobile Banking* sangat berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. *Assurance* atau jaminan merupakan hal yang paling penting dalam dunia jasa khususnya pada perbankan syariah. Nasabah yang merasa terjamin pada suatu bank maka nasabah tersebut akan merasa puas sehingga loyalitas nasabah dapat tercipta, apalagi pada *Mobile Banking* yang jaminannya harus sangat dijaga agar pihak bank dan nasabah sama-sama menguntungkan.

Dari hasil uji t diatas dapat disimpulkan bahwa variabel *Empathy*, *Tangibles*, *Reliability* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dan variabel *responsiveness*, *assurance* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah hal ini terbukti dari hasil kuisioner yang di isi oleh nasabah,

mereka merasakan indikator yang sangat berpengaruh pada kualitas layanan yaitu indikator *responsiveness* dan *assurance* mereka merasakan kecepatan/respon system yang diberikan oleh *Action* sangat baik dan informasi yang diberikan di aplikasi tersebut tercantum dengan jelas kemudian layanan menanggapi dengan cepat jika nasabah ada keluhan, Dari indikator *assurance* nasabah merasakan keamanan pada *Action* dapat dipercaya dan identitas nasabah tidak disalahgunakan oleh pihak bank dan reputasi *e-commerce* dijaga dengan baik.

4.8.6 Pengaruh Aspek *Empathy*, *Tangibles*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance* Secara Simultan Terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan output uji simultan diketahui nilai signifikan untuk pengaruh X_1, X_2, X_3, X_4 dan X_5 secara simultan terhadap Y adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai f hitung $40,226 > 3,09$ sehingga H_0 ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa aspek *Empathy*, *Tangibles*, *Reliability*, *responsiveness*, *assurance* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan *Action* Bank Aceh Syariah dan berdasarkan penelitian Marlina (2022) mengatakan pengaruh aspek *Empathy*, *Tangibles*, *Reliability*, *responsiveness*, *assurance* terdapat pengaruh secara simultan terhadap kepuasan nasabah (Y) pengguna aplikasi *Action Mobile Banking* pada Bank Aceh Syariah kecamatan Teunom.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Setelah melakukan penelitian serta melakukan pengambilan data dari nasabah pengguna *Action* BAS Lhokseumawe melalui kuisisioner yang disebarakan. Maka peneliti menarik kesimpulan dari rumusan masalah yang ada yaitu ada 5 variabel yang menunjukkan hasil yang berbeda yaitu :

1. *Empathy* tidak terdapat pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah dikarenakan nilai signifikan untuk *Empathy* terhadap kepuasan nasabah adalah sebesar $0,137 > 0,05$ dan nilai t hitung $1,501 < 1,986$.
2. *Tangibles* tidak terdapat pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dikarenakan nilai signifikan untuk *Tangibles* terhadap kepuasan nasabah adalah sebesar $0,598 > 0,05$ dan nilai t hitung $0,529 < 1,986$.
3. *Reliability* tidak terdapat pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah dikarenakan nilai signifikan untuk *Reliability* terhadap kepuasan nasabah adalah sebesar $0,793 > 0,05$ dan nilai t hitung $0,263 < 1,986$.
4. *Responsiveness* terdapat pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dikarenakan nilai signifikan untuk *responsiveness* terhadap kepuasan nasabah adalah sebesar $0,001 < 0,05$ dan nilai t hitung $3,582 > 1,986$.
5. *Assurance* terdapat pengaruh signifikan terhadap kepuasan

nasabah dikarenakan nilai signifikan untuk *assurance* terhadap kepuasan nasabah adalah sebesar $0,040 < 0,05$ dan nilai *t* hitung $2,082 > 1,986$.

6. aspek *Empathy, Tangibles, Reliability, responsiveness, assurance* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan *Action Bank Aceh Syariah*

5.2 Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan pada pengalaman langsung peneliti dalam proses penelitian ini, ada beberapa keterbatasan yang dialami dan dapat menjadi beberapa factor yang agar dapat untuk lebih diperhatikan bagi peneliti-peneliti selanjutnya dalam lebih menyempurnakan penelitiannya, karena penelitian ini sendiri tentu memiliki kekurangan yang perlu terus diperbaiki dalam penelitian kedepannya. Beberapa keterbatasan dalam penelitian ini antara lain:

1. Jumlah responden yang tidak diketahui dalam penelitian ini, tentunya membuat penelitian kurang akurat.
2. Tidak mencantumkan alamat nasabah pada kuisioner
3. Penulis menyebarkan kuisioner dengan menggunakan *google form* sehingga tidak dapat memastikan apakah responden yang mengisi merupakan nasabah bank yang sedang diteliti atau tidak dikarenakan *google form* bisa diakses oleh siapa saja dan tanpa menghidupkan “mode terkunci” di laman pertama sebelum melanjutkan mengisi kuisioner.

5.3 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini, maka diajukan saran-saran sebagai pelengkap terhadap hasil penelitian yang dapat saya berikan sebagai berikut:

1. Bagi pihak bank, dengan adanya penelitian ini BAS dapat lebih meningkatkan kualitas layanan yang diberikan kepada nasabah dari segi teknologi, karena kualitas layanan merupakan factor yang dapat mempengaruhi kepuasan nasabah.
2. Bagi *Mobile Banking Action* diharapkan agar menambah fitur lainnya seperti kurs agar memudahkan nasabah untuk melihat atau menukar mata uang asing dan penambahan fitur shoppepay, Dana, LinkAja dan peningkatan kemanan untuk perlindungan data nasabah serta memastikan aplikasi selalu beroperasi dengan baik dan minimnya terjadi *error/gangguan jaringan*.
3. Bagi peneliti selanjutnya yang ingin melakukan penelitian dengan tema dan judul yang sama seperti skripsi ini bisa menggunakan metode *e-servqual* (pengukuran kualitas pelayanan) dan diharapkan agar lebih memperluas wawasan dan mengkaji lebih dalam dengan, tidak hanya focus kepada variabel kualitas layanan saja tetapi bisa difokuskan kepada variabel lain seperti loyalitas nasabah, kepercayaan nasabah, kepuasan nasabah.

DAFTAR PUSTAKA

- Andi Prastowo, (2016) *Metode Penelitian Kualitatif dalam Perspektif Rancangan Penelitian*.
- Andika Febrianta Indriwati. (2016) *Pengaruh kualitas layanan Mobile Banking Terhadap kepuasan nasabah Bank BCA di kota Bandung*.
- Arianto, N. (2018). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pengunjung Dalam Menggunakan Jasa Hotel Rizen Kedaton Bogor*. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 1(2), 83–101.
- Budi Agus Riswandi (2005) *Aspek Hukum Internet Banking*, Persada, Jogjakarta.
- Cut Marlina (2022) *Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Dalam Penggunaan Aplikasi Action Mobile Banking (Studi Pada Bank Aceh Syariah Di Kecamatan Teunom)*
- Dinda Suci Irawati, Desi Pibriana (2021), *Perbandingan Kualitas Dua E-Commerce Terhadap Kepuasan Pengguna Menggunakan Metode Servqual*, Program Studi System Informasi Universitas Multi Data Palembang.
- Fadlan, A. (2018). *Pengaruh Persepsi Kemudahan Persepsi Kegunaan Terhadap Penggunaan Mobile Banking (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Mobile Banking Universitas Brawijaya)*. 121.
- Fandy Tjiptono. (2016). *Service, Quality & Satisfaction*, Edisi Keempat. Yogyakarta: CV. Andi Offset.

Freddy Rangkuti (2013) *Customer Service Satisfaction*

Freddy Rangkuti. 2016. *Customer Care Excellence Meningkatkan kinerja Perusahaan melalui Pelayanan Prima*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Fauzi, Fitriya, Abdul Basyith Dencik, dan Diah Isnaini Asiati. (2019). *Metode Penelitian Untuk Manajemen dan Akuntansi*. Jakarta: Salemba Empat.

Ghozali, Imam. (2009). “Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS “. Semarang : UNDIP.

Intan Diva. (2021) *Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Aceh Syariah Di Kecamatan Kuta Alam*.

Jhon Fernos, Gwen Gietricen (2019) *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Mobile Banking Pada Bank Pembangunan Daerah Provinsi Sumatera Barat*

Kaihatu, Thomas Stefanus (2008) *Analisa Kesenjangan Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Konsumen Pengunjung Plaza Tunjangan Surabaya*. Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan

Kotler, Philip (2000). *Prinsip – Prinsip Pemasaran Manajemen*, Jakarta : Prenhalindo.

Kotler, Philip (2009). *Manajemen Pemasaran, Analisis Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian*.

Moh. Nazir. (2011). *Metode Penelitian*. Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia

- Nawangsari, S. And Widiastuti, R. (2018) “Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan Dan Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank (Studi Kasus Pada Pt Bank Dki – Depok)”, *Sebatik*, 22(2),Pp. 51-55
- Otoritas Jasa Keuangan (2019) Statistik Perbankan
- Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2009) Manajemen Pemasaran
- Rangkuti, Freddy (2013) *customer service satisfaction & call center* berdasarkan Iso 9001. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Sari, Marnisah dan Zamzam. (2021) Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan CitraBank Terhadap Kepuasan Nasabah Era Covid 19 (Studi Kasus Di PT Bank Mandiri Kantor Cabang Palembang).
- Siyoto, Sandu. Dan Sodik, M. Ali. 2015. *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publising.
- Sudarsono Heri. (2013) Bank Dan Lembaga Keuangan Syariah, Ekonisia, Yogyakarta.
- Sufianti .(2019) Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap TingkatKepuasan Nasabah (Studi Pada Bank Bni Syariah Cabang Banda Aceh
- Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: PT Alfabet.
- Sugiyono. (2019). Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Sujarweni, V. Wiratna. 2015. Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi, 33. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.

Sulastiyono, Agus Drs, M.Si. (2011). Manajemen Penyelenggaraan Hotel. Jakarta: Alfabeta

Syamsul Hadi & Novi. (2015). "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan Mobile Banking". Jurnal Ekonomi Dan Bisnis OPTIMUM, Volume 5, Nomor 1.

Tjiptono. 2016. Pemasaran Jasa (Prinsip Penerapan dan Penelitian). Yogyakarta: Andi

Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan dan Penelitian)*. Yogyakarta: Andi Offset.

UU No. 21 tahun 2008 Tentang Perbankan

Usman, Rachmadi (2012), Aspek Hukum Perbankan Syariah di Indonesia. Jakarta : Sinar Grafika.

Yeni Anda, (2019) Pengaruh kualitas layanan dan produk *Mobile Banking* terhadap kepuasannasabah pada BRI Syariah KCP Ponogoro

Website :

www.bankaceh.co.id

Lampiran 1 : Kuisisioner

Assalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh

Dengan hormat, bapak/ibu/saudara/I yang saya hormati

Sehubungan dengan penyelesaian tugas akhir skripsi, yang berjudul “Pengaruh Kualitas Layanan *Action (Aceh Transaction Online)* Bank Syariah terhadap kepuasan nasabah (studi kasus Bank Aceh Syariah cabang Lhokseumawe)”, Saya:

Nama : Savira Alifa
NIM : 190603123
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Prodi : Perbankan Syariah
Universitas : Universitas Islam Negeri Ar-Raniry

Bermaksud untuk memohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/I dalam mengisi angket ini yang sangat berarti bagi saya untuk menyelesaikan penelitian skripsi ini, saya menjamin kerahasiaan jawaban nasabah berikan dan hasilnya akan digunakan kepentingan penelitian. Atas kesediaan waktunya dari Bapak/Ibu/Saudara/I dalam mengisi kuisisioner ini saya ucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh.

Hormat Saya,

Savira Alifa

Lampiran Kuisisioner

Mohon dengan format kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/I untuk menjawab pertanyaan inidan memberi tanda () pada kolom yang tersedia :

Ada beberapa kriteria yang harus dipenuhi oleh para responden adalah sebagai berikut:

- 1) Nasabah BAS cabang Lhokseumawe.
- 2) Nasabah yang menggunakan aplikasi *Action*.
- 3) Nasabah yang berumur 17-50 tahun.

Berikan tanggapan anda terhadap pertanyaan-pertanyaan atau uraian dibawah ini sesuai denganpetunjuk.

Bagian pertama:

Petunjuk: pilihlah satu atau jawaban yang sesuai dengan anda, dengan memberikan tanda check(√).

1. Jenis Kelamin

Laki-laki

Perempuan

2. Usia responden

< 20 tahun

21-30 tahun

31- 40 tahun

41-50 tahun

3. Pendidikan terakhir

SD s/d SMA

D1 s/d D3

S1

Pasca (S2/S3)

4. Pekerjaan

- PNS/TNI/POLRI Pegawai swasta/Wiraswasta
 Pelajar/Mahasiswa Lainnya

5. Sudah berapa lama menjadi nasabah Bank Aceh Syariah (BAS)

- 1- 3 bulan 4-6 bulan
 7-12 bulan > 1 tahun

6. Apakah anda menggunakan *ACTION* ?

- Ya Tidak

7. Sudah berapa lama anda menggunakan *ACTION* ?

- < 3 bulan 3-6 bulan
 6-12 bulan > 1 tahun

Bagian kedua:

Petunjuk: Pilihlah jawaban dengan memberikan tanda *check* (✓) pada salah satu jawaban yang paling sesuai menurut Saudara. Penilaian dapat dilakukan berdasarkan skala berikut ini:

Mulai dari skala 1 sampai dengan 5 semakin besar angka yang anda pilih semakin puas, dan sebaliknya.

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

R : Ragu-Ragu

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

A. Kualitas Layanan

No.	Pertanyaan	SS	S	R	TS	STS
<i>Empathy</i> (empati)						
1	Saya merasakan kenyamanan dalam menggunakan <i>ACTION</i>					
2	<i>ACTION</i> memberikan informasi yang saya butuhkan					
3	Saya dapat dengan mudah mengakses <i>ACTION</i>					
4	Customer service/ Kontak di aplikasi <i>ACTION</i> dapat dihubungi jika sayamemerlukan bantuan					
<i>Tangibles</i> (bukti fisik)						
1	Tampilan aplikasi yang menarik					
2	Terdapat fitur yang jelas sehingga sayadengan mudah memilih fitur yang dibutuhkan					
3	<i>ACTION</i> memiliki Bahasa yang mudah dimengerti oleh semua kalangan					
4	Navigasi/arahan yang mudah saya mengerti					
<i>Reliability</i> (keandalan)						
1	Fasilitas pencarian bagus/baik					

2	Keakuratan informasi yang diberikan sangat baik					
<i>Responsiveness (daya tanggap)</i>						
1	Kecepatan/Respon dalam memberikan layanan sangat baik					
2	Informasi yang ada pada aplikasi tercantum dengan jelas					
3	Keluhan yang saya rasakan ditanggapi dengan cepat					
<i>Assurance (jaminan)</i>						
1	Keamanan pada aplikasi <i>ACTION</i> dapat dipercaya					
2	Saya percaya identitas nasabah tidak disalahgunakan					
3	Reputasi e-commerce dijaga dengan baik					
4	Terdapat layanan contact center yang bisa saya hubungi					

A. Kepuasan Nasabah

No	Pertanyaan	SS	S	R	TS	STS
Kepuasan Nasabah keseluruhan						
1	Saya merasa puas dalam menggunakan <i>ACTION</i>					
Konfirmasi harapan						
1	Saya merasa layanan yang diberikan sesuai dengan yang diharapkan					
2	Menurut saya fitur-fitur yang yang disediakan merupakan kebutuhan nasabah					
Minat pembelian/pemakaian ulang						
1	Saya menggunakan <i>ACTION</i> secara berulang-ulang untuk melakukan transaksi					
2	Saya menggunakan <i>ACTION</i> untuk bertransaksi karena mudah digunakan					
Kesediaan merekomendasikan						
1	Saya dengan senang hati memberi tahu orang lain bahwa layanan yang diberikannyaman untuk digunakan					
2	Saya menyarankan teman dan keluarga untuk menggunakan layanan <i>ACTION</i>					
Ketidakpuasan Nasabah						
1	Saya merasa tidak puas dengan layanan yang diberikan					

2	Bank menerima <i>complain</i> /kritik dari nasabah saat merasa tidak puas terhadap layanan yang diberikan <i>ACTION</i>					
---	---	--	--	--	--	--

Lampiran 2 Jawaban Responden

A. Tabel Kuisisioner *Empathy* (X1)

No. Responden	<i>Empathy</i>				Jumlah	Rata-rata
	P1	P2	P3	P4		
1	4	4	4	4	16	4
2	5	4	4	4	17	4,25
3	4	4	5	4	17	4,25
4	5	4	5	4	18	4,5
5	5	4	5	4	18	4,5
6	4	4	4	4	16	4
7	4	4	4	3	15	3,75
8	4	4	2	2	12	3
9	4	4	4	4	16	4
10	5	4	5	4	18	4,5
11	4	4	4	3	15	3,75
12	5	5	5	5	20	5
13	5	5	5	5	20	5
14	5	5	5	5	20	5
15	5	5	5	5	20	5
16	4	4	5	4	17	4,25
17	5	5	5	5	20	5
18	5	5	5	5	20	5
19	4	4	4	3	15	3,75
20	5	5	5	5	20	5
21	4	4	4	2	14	3,5
22	5	4	4	4	17	4,25

23	4	4	4	4	16	4
24	4	4	4	4	16	4
25	5	4	5	3	17	4,25
26	4	4	3	4	15	3,75
27	4	4	4	3	15	3,75
28	5	5	5	5	20	5
28	4	4	4	4	16	4
30	3	3	3	3	12	3
31	4	4	4	4	16	4
32	3	2	4	3	12	3
33	5	5	5	4	19	4,75
34	5	5	5	4	19	4,75
35	4	4	4	3	15	3,75
36	4	4	4	4	16	4
37	4	5	5	3	17	4,25
38	5	4	4	4	17	4,25
39	5	5	5	4	19	4,75
40	4	4	4	3	15	3,75
41	5	5	5	4	19	4,75
42	4	4	5	3	16	4
43	5	5	5	4	19	4,75
44	5	5	5	3	18	4,5
45	4	4	4	5	17	4,25
46	4	4	5	3	16	4
47	5	5	5	5	20	5
48	5	4	5	4	18	4,5
49	5	5	5	5	20	5
50	4	4	4	5	17	4,25
51	5	5	5	5	20	5
52	4	4	4	4	16	4
53	5	5	5	4	19	4,75
54	4	4	4	4	16	4
55	3	4	4	4	15	3,75

56	4	4	4	4	16	4
57	5	5	5	5	20	5
58	5	5	5	5	20	5
59	5	5	5	5	20	5
60	5	5	4	5	19	4,75
61	4	3	3	5	15	3,75
62	5	5	5	5	20	5
63	5	4	5	5	19	4,75
64	5	4	4	5	18	4,5
65	4	4	4	4	16	4
66	5	5	5	5	20	5
67	5	5	5	4	19	4,75
68	4	4	4	4	16	4
69	4	4	4	4	16	4
70	5	5	5	5	20	5
71	5	5	5	5	20	5
72	5	5	5	5	20	5
73	4	4	3	4	15	3,75
74	4	4	4	4	16	4
75	4	3	4	4	15	3,75
76	5	4	5	5	19	4,75
77	5	5	5	5	20	5
78	4	4	4	4	16	4
79	3	4	2	4	13	3,25
80	4	4	4	4	16	4

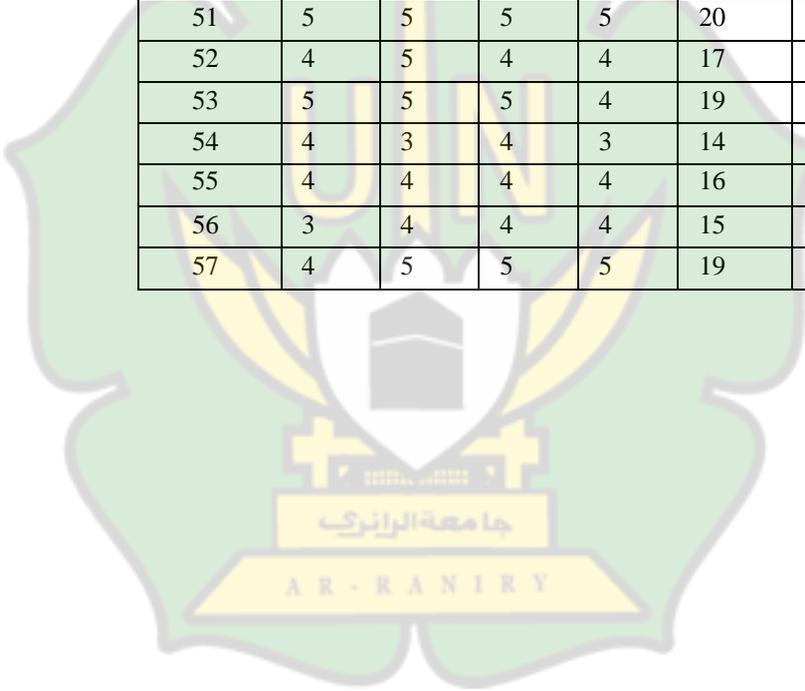
81	3	5	4	4	16	4
82	4	4	4	4	16	4
83	5	4	4	3	16	4
84	5	5	2	4	16	4
85	4	4	4	4	16	4
86	4	5	4	3	16	4
87	4	4	4	4	16	4
88	5	5	5	5	20	5
89	5	4	4	4	17	4,25
90	3	4	4	4	15	3,75
91	4	4	4	4	16	4
92	4	4	4	4	16	4
93	5	5	4	5	19	4,75
94	4	4	3	2	13	3,25
95	5	4	4	4	17	4,25
96	4	4	4	4	16	4
97	4	4	4	4	16	4
98	4	4	4	4	16	4
99	4	4	4	4	16	4
100	4	4	4	4	16	4
101	4	4	4	4	16	4

B. Tabel Kuisisioner *Tangibles* (X2)

No. Responden	<i>Tangibles</i>				Jumlah	Rata-rata
	P1	P2	P3	P4		
1	5	5	5	5	20	5
2	3	4	5	5	17	4,25
3	4	4	4	4	16	4
4	4	5	5	4	18	4,5
5	4	4	4	4	16	4
6	4	4	4	4	16	4
7	4	4	4	4	16	4

8	4	2	3	3	12	3
9	4	4	4	4	16	4
10	4	4	5	5	18	4,5
11	3	4	5	4	16	4
12	5	5	5	5	20	5
13	5	5	5	5	20	5
14	5	5	5	5	20	5
15	5	5	5	5	20	5
16	5	3	5	4	17	4,25
17	5	5	5	5	20	5
18	5	5	5	5	20	5
19	4	4	4	4	16	4
20	5	5	5	5	20	5
21	4	4	4	4	16	4
22	4	5	5	4	18	4,5
23	3	3	4	4	14	3,5
24	4	4	4	4	16	4
25	4	4	5	5	18	4,5
26	4	5	5	4	18	4,5
27	4	4	4	4	16	4
28	5	5	5	5	20	5
28	4	4	4	4	16	4
30	3	3	3	3	12	3
31	4	4	4	4	16	4
32	2	4	3	4	13	3,25
33	4	4	5	4	17	4,25
34	5	5	5	5	20	5
35	4	4	4	4	16	4
36	4	4	4	4	16	4
37	4	4	4	4	16	4
38	4	4	4	4	16	4
39	5	4	5	4	18	4,5
40	3	3	3	3	12	3

41	5	5	5	5	20	5
42	4	4	5	5	18	4,5
43	4	5	4	4	17	4,25
44	4	5	5	5	19	4,75
45	4	4	4	4	16	4
46	3	5	5	5	18	4,5
47	5	5	5	5	20	5
48	5	5	4	4	18	4,5
49	5	5	5	5	20	5
50	4	4	4	4	16	4
51	5	5	5	5	20	5
52	4	5	4	4	17	4,25
53	5	5	5	4	19	4,75
54	4	3	4	3	14	3,5
55	4	4	4	4	16	4
56	3	4	4	4	15	3,75
57	4	5	5	5	19	4,75



58	5	5	5	5	20	5
59	5	5	5	5	20	5
60	5	5	5	5	20	5
61	4	3	3	2	12	3
62	5	5	5	5	20	5
63	5	5	5	5	20	5
64	4	4	5	5	18	4,5
65	4	4	4	4	16	4
66	5	5	5	5	20	5
67	5	5	5	5	20	5
68	4	4	4	4	16	4
69	4	4	4	4	16	4
70	4	4	5	5	18	4,5
71	5	5	5	5	20	5
72	5	5	5	5	20	5
73	4	4	4	4	16	4
74	4	4	4	4	16	4
75	4	4	4	4	16	4
76	4	4	4	4	16	4
77	5	5	5	5	20	5
78	4	4	4	4	16	4
79	4	4	4	4	16	4
80	5	4	5	4	18	4,5
81	4	4	3	5	16	4
82	4	4	4	4	16	4
83	4	5	4	4	17	4,25
84	5	4	5	5	19	4,75
85	4	4	5	5	18	4,5
86	4	5	5	5	19	4,75
87	5	4	5	4	18	4,5
88	5	5	5	5	20	5
89	5	4	5	5	19	4,75
90	4	4	4	4	16	4

91	4	5	4	4	17	4,25
92	4	4	4	4	16	4
93	4	5	4	5	18	4,5
94	5	3	5	3	16	4
95	4	5	5	5	19	4,75
96	4	4	4	4	16	4
97	4	4	4	4	16	4
98	4	4	4	4	16	4
99	4	4	4	4	16	4
100	4	5	4	4	17	4,25
101	4	4	4	3	15	3,75

C. Tabel Kuisiner *Reliability* (X3)

No. Responden	<i>Reliability</i>		Jumlah	Rata-rata
	P1	P2		
1	4	4	8	4
2	5	4	9	4,5
3	4	4	8	4
4	4	4	8	4
5	4	4	8	4
6	4	4	8	4
7	4	4	8	4
8	4	4	8	4
9	4	4	8	4
10	4	4	8	4
11	3	4	7	3,5
12	5	5	10	5
13	5	5	10	5
14	5	5	10	5
15	5	5	10	5
16	5	3	8	4
17	5	5	10	5
18	5	5	10	5

19	4	4	8	4
20	5	5	10	5
21	3	4	7	3,5
22	5	4	9	4,5
23	4	4	8	4
24	4	4	8	4
25	4	4	8	4
26	4	4	8	4
27	4	4	8	4
28	5	5	10	5
28	4	4	8	4
30	3	3	6	3
31	4	4	8	4
32	4	3	7	3,5
33	4	4	8	4
34	4	4	8	4
35	4	4	8	4
36	4	4	8	4
37	4	5	9	4,5
38	4	4	8	4
39	4	4	8	4
40	4	4	8	4
41	5	5	10	5
42	4	4	8	4
43	4	4	8	4
44	4	5	9	4,5
45	4	4	8	4
46	4	5	9	4,5
47	5	5	10	5
48	5	5	10	5
49	5	5	10	5
50	4	4	8	4
51	5	5	10	5

52	5	4	9	4,5
53	4	4	8	4
54	4	4	8	4
55	4	4	8	4
56	4	4	8	4
57	5	3	8	4
58	5	5	10	5
59	5	5	10	5
60	5	5	10	5
61	2	4	6	3
62	5	5	10	5
63	5	5	10	5
64	5	5	10	5
65	4	4	8	4
66	5	5	10	5
67	5	5	10	5
68	4	4	8	4
69	4	4	8	4
70	5	5	10	5
71	5	5	10	5
72	5	5	10	5
73	4	3	7	3,5
74	4	4	8	4
75	3	4	7	3,5
76	5	4	9	4,5
77	5	5	10	5
78	4	4	8	4
79	2	2	4	2
80	4	5	9	4,5
81	4	4	8	4
82	4	4	8	4
83	4	5	9	4,5
84	5	4	9	4,5

85	4	5	9	4,5
86	4	4	8	4
87	4	4	8	4
88	5	5	10	5
89	5	4	9	4,5
90	4	4	8	4
91	4	4	8	4
92	4	4	8	4
93	5	4	9	4,5
94	4	4	8	4
95	4	5	9	4,5
96	4	4	8	4
97	4	4	8	4
98	4	4	8	4
99	4	4	8	4
100	4	4	8	4
101	4	4	8	4

D. Tabel Kuisisioner *Responsiveness* (X4)

No. Responden	<i>Responsiveness</i>			Jumlah	Rata-rata
	P1	P2	P3		
1	4	4	4	12	4
2	4	5	5	14	4.66
3	4	4	4	12	4
4	5	5	4	14	4.66
5	3	4	3	10	3.33
6	4	4	4	12	4
7	4	4	3	11	3.66
8	3	4	3	10	3.33
9	4	4	4	12	4
10	4	4	4	12	4
11	4	4	3	11	3.66
12	5	5	5	15	5

13	5	5	5	15	5
14	5	5	5	15	5
15	5	5	5	15	5
16	5	3	3	11	3.66
17	5	5	5	15	5
18	5	5	5	15	5
19	4	4	4	12	4
20	5	5	5	15	5
21	4	4	3	11	3.66
22	4	4	4	12	4
23	4	4	4	12	4
24	4	4	4	12	4
25	4	4	3	11	3.66
26	4	5	4	13	4.33
27	4	4	3	11	3.66
28	5	5	5	15	5
28	4	4	4	12	4
30	3	3	3	9	3
31	4	4	4	12	4
32	4	4	3	11	3.66
33	4	5	5	14	4.66
34	5	5	5	15	5
35	4	4	3	11	3.66
36	4	4	4	12	4
37	5	5	3	13	4.33
38	4	4	4	12	4
39	4	4	4	12	4
40	4	3	3	10	3.33
41	5	5	4	14	4.66
42	4	5	3	12	4
43	4	4	4	12	4
44	4	5	4	13	4.33
45	4	4	4	12	4

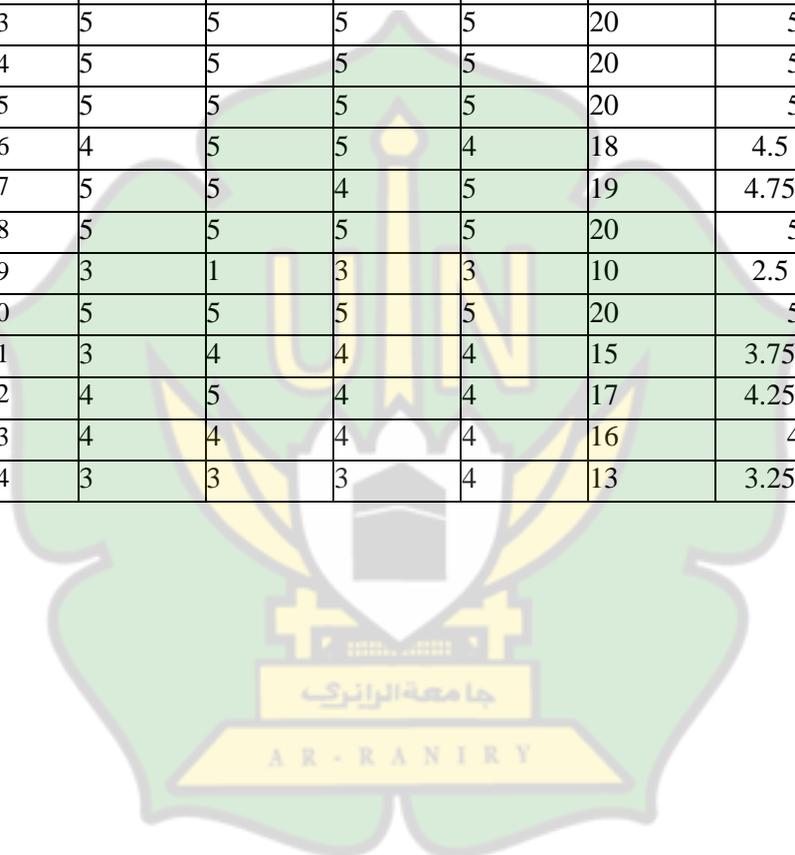
46	4	4	3	11	3.66
47	5	5	5	15	5
48	4	4	4	12	4
49	5	5	5	15	5
50	4	4	4	12	4
51	5	5	5	15	5
52	4	4	4	12	4
53	5	5	4	14	4.66
54	4	4	4	12	4
55	4	4	4	12	4
56	4	4	4	12	4
57	4	5	5	14	4.66
58	5	5	5	15	5
59	5	5	5	15	5
60	5	5	5	15	5
61	3	4	2	9	3
62	5	5	5	15	5
63	5	5	4	14	4.66
64	5	5	5	15	5
65	4	4	4	12	4
66	5	5	5	15	5
67	5	5	5	15	5
68	4	4	4	12	4
69	4	4	4	12	4
70	5	5	5	15	5
71	5	5	5	15	5
72	5	5	5	15	5
73	4	4	3	11	3.66
74	4	4	4	12	4
75	4	4	4	12	4
76	4	5	4	13	4.33
77	5	5	5	15	5
78	4	4	4	12	4

79	4	4	4	12	4
80	4	4	4	12	4
81	4	4	5	13	4.33
82	4	4	4	12	4
83	4	5	4	13	4.33
84	4	4	4	12	4
85	4	4	4	12	4
86	3	4	4	11	3.66
87	3	4	3	10	3.33
88	5	5	4	14	4.66
89	4	4	4	12	4
90	4	4	4	12	4
91	4	4	4	12	4
92	4	4	3	11	3.66
93	4	4	4	12	4
94	3	3	4	10	3.33
95	4	4	4	12	4
96	4	4	4	12	4
97	4	4	4	12	4
98	4	4	4	12	4
99	4	4	4	12	4
100	5	5	4	14	4.66
101	4	4	4	12	4

E. Tabel Kuisisioner Assurance (X5)

No. Responden	Assurance				Jumlah	Rata-rata
	P1	P2	P3	P4		
1	4	4	4	4	16	4
2	5	5	5	5	20	5
3	5	4	4	4	17	4.25
4	5	5	4	4	18	4.5
5	4	4	4	3	15	3.75
6	4	4	4	4	16	4

7	4	4	3	3	14	3.5
8	3	4	4	4	15	3.75
9	4	4	4	4	16	4
10	4	4	4	4	16	4
11	5	5	5	4	19	4.75
12	5	5	5	5	20	5
13	5	5	5	5	20	5
14	5	5	5	5	20	5
15	5	5	5	5	20	5
16	4	5	5	4	18	4.5
17	5	5	4	5	19	4.75
18	5	5	5	5	20	5
19	3	1	3	3	10	2.5
20	5	5	5	5	20	5
21	3	4	4	4	15	3.75
22	4	5	4	4	17	4.25
23	4	4	4	4	16	4
24	3	3	3	4	13	3.25



25	4	4	4	5	17	4.25
26	4	4	4	4	16	4
27	3	4	3	4	14	3.5
28	5	5	5	5	20	5
28	4	4	4	4	16	4
30	3	3	3	3	12	3
31	4	4	4	4	16	4
32	3	3	2	2	10	2.5
33	4	5	5	5	19	4.75
34	5	5	5	5	20	5
35	3	3	4	4	14	3.5
36	4	4	4	4	16	4
37	3	3	4	3	13	3.25
38	4	4	4	4	16	4
39	4	4	4	4	16	4
40	3	3	3	3	12	3
41	5	5	4	4	18	4.5
42	4	4	4	4	16	4
43	4	4	4	4	16	4
44	5	5	5	5	20	5
45	5	5	5	4	19	4.75
46	3	4	4	4	15	3.75
47	5	5	5	5	20	5
48	4	4	4	4	16	4
49	5	5	5	5	20	5
50	4	4	4	4	16	4
51	5	5	5	5	20	5
52	4	5	5	4	18	4.5
53	4	5	5	5	19	4.75
54	4	4	4	4	16	4
55	4	4	4	4	16	4
56	4	4	4	4	16	4
57	5	5	5	5	20	5

58	5	5	5	5	20	5
59	5	5	5	5	20	5
60	5	5	5	5	20	5
61	3	4	3	4	14	3.5
62	5	5	5	5	20	5
63	5	5	5	4	19	4.75
64	5	4	4	4	17	4.25
65	4	4	4	4	16	4



66	5	5	5	5	20	5
67	5	5	5	4	19	4.75
68	4	4	4	4	16	4
69	4	4	4	4	16	4
70	5	5	5	5	20	5
71	5	5	5	5	20	5
72	5	5	5	5	20	5
73	5	4	4	4	17	4.25
74	4	4	4	4	16	4
75	4	4	4	4	16	4
76	4	4	5	5	18	4.5
77	5	5	5	5	20	5
78	5	5	5	5	20	5
79	4	4	4	4	16	4
80	5	4	4	4	17	4.25
81	5	5	4	5	19	4.75
82	4	4	4	4	16	4
83	4	5	5	5	19	4.75
84	4	4	5	5	18	4.5
85	4	5	4	4	17	4.25
86	4	4	5	4	17	4.25
87	4	4	4	4	16	4
88	5	5	5	5	20	5
89	4	4	5	5	18	4.5
90	4	4	4	4	16	4
91	4	3	3	3	13	3.25
92	3	4	4	4	15	3.75
93	4	5	4	5	18	4.5
94	5	5	4	4	18	4.5
95	4	5	5	5	19	4.75
96	4	4	4	4	16	4
97	4	4	4	4	16	4
98	4	4	4	4	16	4

99	4	4	4	4	4	16	4
100	5	5	4	4	18	4.5	
101	4	4	4	4	16	4	

F. Tabel Kuisioner Kepuasan Nasabah (Y)

No Responden	Kepuasan Nasabah (Y)									Jumlah	Rata-rata
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9		
1	5	5	5	4	4	4	5	2	4	38	4,22
2	4	4	5	5	4	5	4	3	2	36	4
3	4	4	4	4	4	4	4	2	4	34	3,77
4	5	5	4	5	5	5	5	1	4	39	4,33
5	4	4	4	5	5	5	5	2	3	37	4,11
6	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4
7	4	4	4	4	4	4	4	3	2	33	3,66
8	4	4	3	4	3	4	4	3	3	32	3,55
9	4	4	4	4	4	4	4	2	4	34	3,77
10	4	4	4	4	4	4	4	2	4	34	3,77
11	4	3	3	4	4	4	4	2	3	31	3,44
12	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	5
13	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	5
14	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	5
15	5	5	5	5	5	5	5	2	2	39	4,33
16	4	5	3	5	4	5	4	3	5	38	4,22
17	5	4	4	4	5	4	5	5	5	41	4,55
18	5	5	5	5	5	4	5	2	5	41	4,55
19	4	4	4	4	4	4	4	2	3	33	3,66
20	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	5
21	4	4	4	4	4	4	4	2	3	33	3,66
22	4	5	4	5	4	5	5	2	4	38	4,22
23	4	4	4	4	4	4	4	3	4	35	3,88
24	3	3	4	4	4	4	4	4	3	33	3,66
25	4	4	4	5	4	4	5	2	4	36	4

26	4	4	5	5	4	4	4	4	4	38	4,22
27	4	4	4	4	4	4	4	2	3	33	3,66
28	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	5
28	4	4	4	4	4	4	4	2	4	34	3,77
30	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27	3
31	4	4	4	4	4	4	4	2	4	34	3,77
32	3	3	4	4	4	4	5	4	5	36	4
33	5	4	5	4	4	5	4	5	4	40	4,44
34	5	5	5	4	5	5	5	4	4	42	4,66
35	4	4	4	4	4	3	3	3	3	32	3,55
36	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4
37	4	4	4	3	3	4	3	2	3	30	3,33
38	4	4	4	2	4	4	4	2	4	32	3,55
39	5	4	4	4	4	4	5	2	2	34	3,77
40	4	3	3	4	4	4	4	3	3	32	3,55
41	4	4	5	4	5	5	5	2	3	37	4,11
42	4	4	4	4	4	5	5	2	4	36	4
43	4	4	4	4	4	5	5	2	4	36	4
44	5	4	5	4	4	4	5	1	5	37	4,11
45	4	4	4	4	4	4	4	2	5	35	3,88
46	4	4	5	4	4	4	4	2	4	35	3,88
47	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	5
48	4	4	4	4	4	4	4	2	3	33	3,66
49	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	5
50	4	4	4	4	4	4	4	2	4	34	3,77
51	5	5	5	5	5	5	5	2	5	42	4,66
52	4	4	4	5	4	4	4	2	4	35	3,88
53	5	4	4	5	5	4	4	2	5	38	4,22
54	4	4	4	4	4	4	4	5	2	35	3,88
55	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4
56	4	4	4	4	4	4	4	2	4	34	3,77
57	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	5
58	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	5

59	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	5
60	5	5	5	4	5	4	4	5	5	42	4,66
61	4	4	5	3	3	3	2	3	5	32	3,55
62	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4
63	5	5	5	5	5	5	5	1	5	41	4,55
64	5	5	4	5	5	4	4	4	3	39	4,33
65	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4
66	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	5
67	5	5	5	5	5	5	5	2	4	41	4,55
68	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4
69	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4
70	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	5
71	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4
72	5	5	5	5	5	5	5	2	4	41	4,55
73	3	4	4	4	4	4	3	2	4	32	3,55
74	4	5	4	4	4	4	4	4	4	37	4,11
75	4	4	3	4	4	4	4	4	4	35	3,88
76	5	4	4	5	4	5	4	5	5	41	4,55
77	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	5
78	5	5	5	5	4	4	4	4	4	40	4,44
79	4	4	4	4	4	4	2	4	4	34	3,77
80	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4
81	4	3	5	4	2	4	4	4	3	33	3,66
82	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4
83	5	5	5	4	5	4	4	2	4	38	4,22
84	5	5	5	5	5	4	5	4	4	42	4,66
85	4	3	4	4	4	4	5	2	3	33	3,66
86	4	4	4	4	4	4	5	2	4	35	3,88
87	4	4	4	5	4	4	4	2	3	34	3,77
88	5	5	5	5	5	5	5	1	4	40	4,44
89	5	4	5	4	4	4	5	2	4	37	4,11
90	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4
91	3	3	4	4	4	4	4	4	3	33	3,66

92	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4
93	5	5	4	4	4	5	4	2	4	37	4,11
94	4	3	3	5	4	3	4	3	3	32	3,55
95	5	5	5	4	4	4	4	2	2	35	3,88
96	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4
97	4	4	5	5	4	4	4	5	5	40	4,44
98	4	4	4	4	5	4	5	2	4	36	4
99	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4
100	5	5	4	4	4	5	4	2	4	37	4,11
101	4	4	5	5	4	4	4	4	4	38	4,22

Lampiran 3 Hasil Uji Validitas

Hasil Uji Validitas Empathy (X1)

Item Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
X1.1	.709	0,1956	Valid
X1.2	.655		Valid
X1.3	.610		Valid
X1.4	.531		Valid

Hasil Uji Validitas Tangibles (X2)

Item Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
X2.1	.578	0,1956	Valid
X2.2	.687		Valid
X2.3	.766		Valid
X2.4	.741		Valid

Hasil Uji Validitas Reliability (X3)

Item Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
X3.1	.588	0,1956	Valid
X3.2	.588		Valid

Hasil Uji Validitas Responsiveness (X4)

Item Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
X4.1	.750	0,1956	Valid
X4.2	.750		Valid
X4.3	.688		Valid

Hasil Uji Validitas Assurance (X5)

Item Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
X5.1	.743	0,1956	Valid
X5.2	.833		Valid
X5.3	.830		Valid
X5.4	.791		Valid

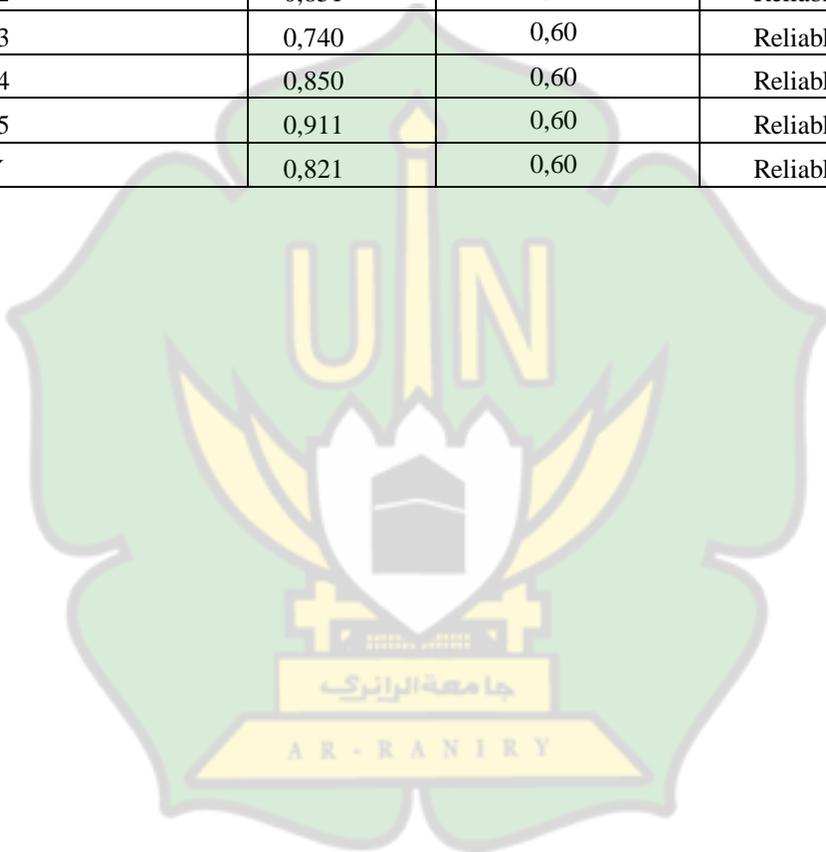
Hasil Uji Validitas Kepuasan Nasabah (Y)

Item Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
X5.1	.568	0,1956	Valid
X5.2	.607		Valid
X5.3	.596		Valid
X5.4	.582		Valid
X5.5	.573		Valid
X5.6	.531		Valid
X5.7	.641		Valid
X5.8	1.255		Valid
X5.9	.829		Valid

Lampiran 4 Hasil Uji Reliabilitas

Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Minimal	Keterangan
X1	0,803	0,60	Reliable
X2	0,851	0,60	Reliable
X3	0,740	0,60	Reliable
X4	0,850	0,60	Reliable
X5	0,911	0,60	Reliable
Y	0,821	0,60	Reliable

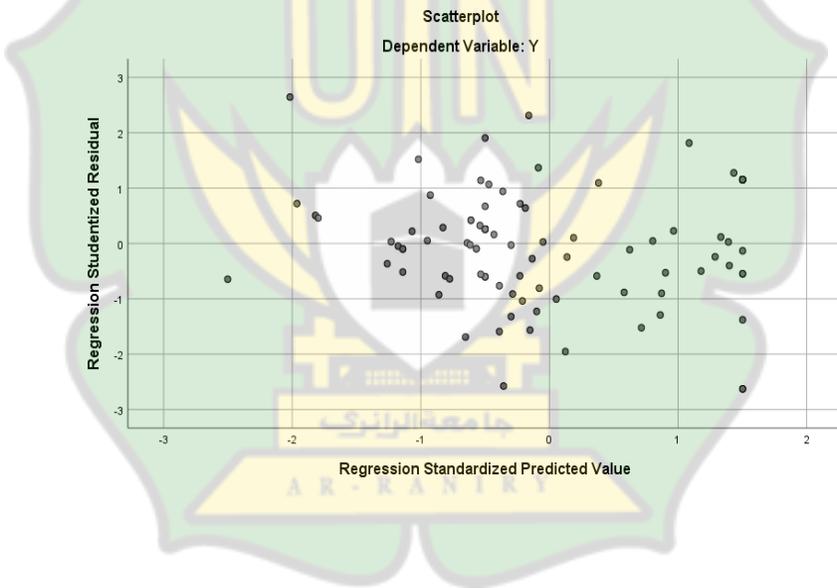


Lampiran 5 Hasil Uji Normalitas

	N	Mean	Skewness		Kurtosis	
	Statistic	Statistic	Statistic	Std. Error	Statistic	Std. Error
Unstandardized Residual	101	.0000000	-.235	.240	.357	.476
Valid N (listwise)	101					

Lampiran 6 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Hasil Uji Heteroskedastisitas (*Scatterplot*)



Lampiran 7 Hasil Uji Analisis Regresi Berganda

Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.875	.239		3.652	.000
	X1	.169	.112	.190	1.501	.137
	X2	.052	.099	.059	.529	.598
	X3	.022	.085	.026	.263	.793
	X4	.363	.101	.419	3.582	.001
	X5	.158	.076	.201	2.082	.040

a. Dependent Variable: Y

Lampiran 8 Hasil Uji Hipotesis

A. Hasil Uji Secara Parsial (Uji T)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.875	.239		3.652	.000
	X1	.169	.112	.190	1.501	.137
	X2	.052	.099	.059	.529	.598
	X3	.022	.085	.026	.263	.793
	X4	.363	.101	.419	3.582	.001
	X5	.158	.076	.201	2.082	.040

a. Dependent Variable: Y

B. Hasil Uji Secara Simultan (F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	14.568	5	2.914	40.226	.000 ^b
	Residual	6.881	95	.072		
	Total	21.449	100			
a. Dependent Variable: Y						
b. Predictors: (Constant), X5, X3, X2, X4, X1						

C. Hasil Uji Koefesien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.824 ^a	.679	.662	.26913
a. Predictors: (Constant), X5, X3, X2, X4, X1				
b. Dependent Variable: Y				