

SKRIPSI

PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN PENGGUNAAN APLIKASI MOBILE BANKING TERHADAP KEPUASAN NASABAH PT. BANK SYARIAH INDONESIA DI BANDA ACEH



Disusun oleh:

**ELSA ELVIRA
NIM: 210603040**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
BANDA ACEH
2026 M/1447 H**

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Elsa Elvira
NIM : 210603040
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 manipulasi 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 dipertanggungjawabkan dan ternyata memang ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini, maka saya siap untuk dicabut gelar akademis saya atau diberikan sanksi lain berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Banda Aceh, 21 Januari 2026

Yang Menyatakan


Elsa Elvira

PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

**Pengaruh Kualitas Layanan dan Penggunaan Aplikasi
Mobile Banking terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank
Syariah Indonesia Di Banda Aceh**

Elsa Elvira
210603040

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

Pembimbing II

Dr. Muhammad Adnan, SE., M.Si.
NIP. 197204281999031005

Rika Mulia, M.B.A
NIP. 1989060320201222013

Mengetahui,
Ketua Prodi

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

PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

Elsa Elvira
NIM. 210603040

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, 20 Januari 2026
4 Rabi'ul awal/1447 H

Banda Aceh
Dewan Penguji Sidang Skripsi

Ketua,

Dr. Muhammad Adnan, SE., M.Si
NIP: 1991072042811999031005

Sekretaris,

Ana Fitria, SE., M.Sc, RSA
NIP: 199009052019032019

Penguji I,

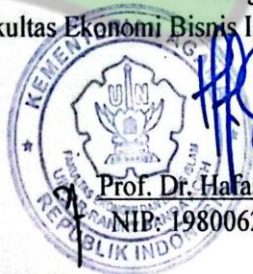
Ismail Rasyid Ridla Tarigan, M.A
NIP. 198310282015031001

Penguji II,

Ismail Nura, M.E
NIP: 1995060520255051004

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi Bisnis Islam Uin Ar-Raniry Banda Aceh,



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



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

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Elsa Elvira
NIM : 210603040
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah
E-mail : 210603040@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 KKU Skripsi

Yang berjudul: **Pengaruh Kualitas Layanan Dan Penggunaan Aplikasi Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Syariah Indonesia Di Banda Aceh**

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

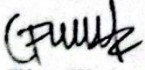
Secara *fulltext* untuk kepentingan akademik tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis, pencipta dan atau penerbit karya ilmiah tersebut.

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

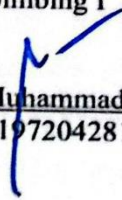
Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Banda Aceh
Pada tanggal : 21 Januari 2026

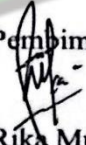
Penulis


Elsa Elvira
210603040

Pembimbing I


Dr. Muhammad Adnan, SE., M.Si
NIP. 197204281999031005

Pembimbing II


Rika Mulia, M.B.A
NIP: 19890603202012220

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah Rabbil ‘Alamin, segala puji dan syukur kehadirat Allah SWT, yang mana oleh Allah melimpahkan rahmat, taufiq, serta hidayah-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Tidak lupa pula shalawat beserta salam kita curahkan kepada junjungan Nabi besar Muhammad SAW, yang telah mendidik seluruh ummatnya untuk menjadi generasi terbaik di muka bumi.

Skripsi dengan judul **“Pengaruh Kualitas Layanan dan Penggunaan Aplikasi *Mobile Banking* terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Syariah Indonesia Di Banda Aceh”** ditulis dalam rangka melengkapi dan memenuhi salah satu syarat yang diperukan untuk menyelesaikan pendidikan guna mendapat gelar sarjana Strata Satu (S1) pada program studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh. Dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini, penulis menyadari bahwa masih banyak terdapat kekurangan baik dari segi materi maupun teknik penyusunannya. Namun berkat bantuan dari berbagai pihak Alhamdulillah dengan izin Allah penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan beribu terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Hafas Furqani, M. Ec selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry.
2. Dr. Nevi Hasnita, S.Ag., M. Ag selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah dan Ana Fitria, S.E., M.Sc, RSA. selaku ketua dan sekretaris Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Ar- Raniry Banda Aceh.

3. Hafiizh Maulana, S.P., S.HI., M.E selaku Ketua Laboratorium Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar Raniry Banda Aceh.
4. Rika Mulia, M.B.A. selaku dosen Penasehat akademik yang telah membimbing serta memberikan nasehat dan motivasi terbaik untuk penulis selama menempuh pendidikan di program studi strata satu (S1) Perbankan Syariah.
5. Dr. Muhammad Adnan, SE.,M.Si selaku Pembimbing I dan Rika Mulia, M.B.A Pembimbing II, yang telah berkenan memberikan bimbingan, meluangkan waktu, serta memberikan masukan dan arahan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Seluruh Dosen dan civitas akademika Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry, khususnya Dosen pada Program Studi Perbankan Syariah yang telah memberikan ilmu, pengalaman, arahan serta perhatiannya kepada penulis selama mengikuti perkuliahan sehingga selesainya skripsi ini.
7. Terimakasih kepada kedua orang tua tercinta, ayahanda Aan Efendi dan Ibunda Ardayani sebagai tanda bakti hormat dan rasa terima kasih yang tiada henti-hentinya kalian berikan. Yang telah membesarkan dengan penuh kasih sayang senantiasa memberikan doa dan semangat yang tiada henti, sehingga penulis alhamdulillah dapat menyelesaikan skripsinya.
8. Kepada saudara kandung saya, Adik tersayang Muhammad Azzaki yang selalu menjadi semangat penulis dalam melakukan hal apapun.
9. Kepada keluarga besar saya mega mustika, yang selalu memberikan semangat dan doa.
10. Hemalya putri, Rika Yanti, Suhaida, Irna Dewi, dan Ana Julia

selaku sahabat penulis yang senantiasa dalam keadaan sulit dan senang, memberikan dukungan serta motivasi, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan lancar.

11. Terakhir, untuk diri sendiri. Apresiasi sebesar-besarnya yang telah berjuang untuk menyelesaikan apa yang telah dimulai. Terima kasih karena terus berusaha dan tidak menyerah, serta senantiasa menikmati setiap prosesnya yang bisa dibilang tidak mudah.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini belum sempurna. Hal ini tidak terlepas dari keterbatasan kemampuan dan ilmu pengetahuan yang penulis miliki. Penulis berhadap semua yang dilakukan menjadi amal ibadah dan dapat bermanfaat bagi menulis pembaca.

Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih sebanyak-banyaknya kepada semua pihak yang telah membantu dan mohon maaf atas segala kesalahan yang penulis perbuat baik disengaja maupun tidak didengaja. Kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan guna untuk mencapai hasil yang lebih baik.

Banda Aceh, 20 Januari 2026

Penulis,



Elsa Elvira

TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN
Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan
Nomor: 158 Tahun 1987 – Nomor: 0543b/u/1987

1. Konsonan

| No. | Arab | Latin | No | Arab | Latin |
|-----|------|--------------------|----|------|-------|
| 1 | ا | Tidak dilambangkan | 16 | ط | Ṭ |
| 2 | ب | B | 17 | ظ | Z |
| 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, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

a. Vokal Tunggal

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

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

b. Vokal Rangkap

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

| Tanda dan Huruf | Nama | Gabungan Huruf |
|-----------------|-----------------------|----------------|
| ◌َ ي | <i>Fathah dan ya</i> | Ai |
| ◌َ و | <i>Fathah dan wau</i> | Au |

Contoh:

كيف : *kaifa*

هول : *haul*

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan

huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

| Harkat dan Huruf | Nama | Huruf dan Tanda |
|------------------|--|-----------------|
| ي / َ | <i>Fathah</i> dan <i>alif</i> atau ya | Ā |
| يِ | <i>Kasrah</i> dan ya | Ī |
| يُ | <i>Dammah</i> dan wau | Ū |

Contoh:

قَالَ : *qāla*
رَمَى : *ramā*
قِيلَ : *qīla*
يَقُولُ : *yaqūlu*

4. Ta *Marbutah* (ة)

Transliterasi untuk ta *marbutah* ada dua.

- a. Ta *marbutah* (ة) hidup
Ta *marbutah* (ة) yang hidup atau mendapat harkat *fathah*, *kasrah* dan *dammah*, transliterasinya adalah t.
- b. Ta *marbutah* (ة) mati
Ta *marbutah* (ة) yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah h.
- c. Kalau pada suatu kata yang akhir katanya ta *marbutah* (ة) diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta *marbutah* (ة) itu ditransliterasikan dengan h.

Contoh:

وَضَّةُ : *Rauḍah al-atfāl/ raudatulatfāl*

الْأَطْفَالُ

مَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةِ : *Al-Madīnah al-Munawwarah/
alMadīnatul Munawwarah*

طَلْحَةَ : *Talḥah*

Catatan:

Modifikasi

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

ABSTRAK

Nama : Elsa Elvira
Nim : 210603040
Fakultas/ProgramStudi : Ekonomi dan Bisnis Islam/
Perbankan Syariah
Judul : Pengaruh Kualitas Layanan dan
Penggunaan Aplikasi Mobile
Banking terhadap Kepuasan
Nasabah PT. Bank Syariah
Indonesia Di Banda Aceh.
Pembimbing I : Dr. Muhammad Adnan, S.E., M.Si.
Pembimbing II : Rika Mulia, M.B.A

Industri perbankan syariah di Indonesia masih terus berkembang. Besarnya jumlah masyarakat muslim di Indonesia pada hakikatnya merupakan potensi besar bagi perbankan syariah untuk tumbuh dan berkembang. Meningkatnya ancaman kejahatan siber dan pentingnya menjaga kepercayaan nasabah dalam layanan perbankan digital syariah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan dan penggunaan aplikasi mobile banking terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan aplikasi mobile banking BSI di Banda Aceh. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan asosiatif, melibatkan 97 responden nasabah BSI yang dipilih secara purposive, dan dianalisis menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial dan simultan, kedua variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Temuan ini mengindikasikan bahwa penguatan sistem keamanan dan peningkatan kepuasan nasabah menjadi faktor penting dalam mempertahankan layanan perbankan digital syariah.

Kata Kunci: Kualitas Layanan, Penggunaan Aplikasi *Mobile Banking*, Kepuasan Nasabah

DAFTAR ISI

| | |
|---|------------|
| COVER LUAR | i |
| COVER DALAM | ii |
| LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN | iii |
| PERSETUJUAN SIDANG | iv |
| PENGESAHAN SIDANG MUNAQSAH SKRIPSI | v |
| FORM PERNYATAAN | vi |
| KATA PENGANTAR | vii |
| TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN | x |
| ABSTRAK | xiv |
| DAFTAR ISI | xv |
| DAFTAR TABEL | xix |
| DAFTAR GAMBAR | xx |
| DAFTAR LAMPIRAN | xxi |
| BAB 1 PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar belakang | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah | 11 |
| 1.3 Tujuan Penelitian | 11 |
| 1.4 Manfaat Penelitian | 11 |
| 1.5 Sistematika Penulisan | 13 |
| BAB II LANDASAN TEORI | 15 |
| 2.1 Kualitas Layanan | 15 |
| 2.1.1 Definisi Kualitas Layanan | 15 |
| 2.1.2 Tujuan Kualitas Layanan | 17 |
| 2.1.3 Indikator Kualitas Layanan | 18 |
| 2.1.4 Kualitas Layanan Dalam Perspektif Islam .. | 20 |
| 2.2 Definisi <i>Mobile Banking</i> | 21 |
| 2.2.1 <i>Mobile Banking</i> | 21 |
| 2.3 Perilaku Penggunaan <i>Mobile Banking</i> | 22 |
| 2.3.1 Teori Perilaku Penggunaan <i>Mobile Banking</i> | 22 |
| 2.3.2 Definisi Perilaku Penggunaan Aplikasi <i>Mobile</i> | |
| <i>Banking</i> | 23 |
| 2.3.3 Indikator Penggunaan <i>Mobile Banking</i> | 25 |
| 2.4 Kepuasan Nasabah | 26 |
| 2.4.1 Pengertian Kepuasan Nasabah | 26 |
| 2.4.2 Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan | |
| Nasabah | 28 |
| 2.4.3 Indikator Kepuasan Nasabah | 28 |

| | | |
|--|---|-----------|
| 2.4.4 | Kepuasan Nasabah Dalam Perspektif Ekonomi Islam | 30 |
| 2.5 | Penelitian Terdahulu..... | 31 |
| 2.6 | Kerangka Berfikir..... | 34 |
| 2.7 | Hipotesis..... | 35 |
| BAB III METODE PENELITIAN..... | | 36 |
| 3.1 | Jenis dan Pendekatan Penelitian | 36 |
| 3.2 | Jenis Data dan Sumber Data..... | 36 |
| 3.3 | Lokasi dan Waktu Penelitian | 37 |
| 3.4 | Populasi dan Sampel..... | 38 |
| | 3.4.1 Populasi | 38 |
| | 3.4.2 Sampel..... | 38 |
| 3.5 | Tehnik pengambilan sampling..... | 40 |
| 3.6 | Sumber dan Teknik Pengumpulan Data | 40 |
| | 3.6.1 Sumber Data | 40 |
| | 3.6.2 Teknik Pengumpulan Data..... | 41 |
| 3.7 | Skala Pengukuran | 41 |
| 3.8 | Definisi Variabel Penelitian..... | 42 |
| 3.9 | Instrumen Penelitian | 45 |
| | 3.9.1 Uji Validitas..... | 45 |
| | 3.9.2 Uji Reabilitas..... | 46 |
| 3.10 | Uji asumsi klasik | 46 |
| | 3.10.1 Uji Normalitas..... | 47 |
| | 3.10.2 Uji Multikolinearitas | 47 |
| | 3.10.3 Uji Heteroskedastisitas | 48 |
| 3.11 | Analisis Regresi Linear Sederhana | 48 |
| 3.11 | Uji Hipotesis..... | 48 |
| 3.12 | Koefisien Determinasi (R^2) | 49 |
| | 3.12.1 Uji T | 49 |
| | 3.12.2 Uji F | 50 |
| 3.13 | Koefisien Determinasi (R^2) | 51 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN..... | | 53 |
| 4.1 | Gambaran Umum Bank Syariah Indonesia | 53 |
| | 4.1.1 Sejarah Singkat PT. Bank Syariah Indonesia..... | 53 |
| | 4.1.2 Visi Misi Bank Syariah Indonesia | 54 |
| 4.2 | Karakteristik Responden | 55 |
| | 4.2.1 Domisili/Kecamatan | 56 |
| | 4.2.2 Jenis Kelamin | 56 |
| | 4.2.3 Usia | 57 |

| | |
|--|-----------|
| 4.2.4 Pendidikan Terakhir | 58 |
| 4.2.5 Lama Penggunaan Menjadi Nasabah BSI | 58 |
| 4.2.6 Lama Penggunaan Aplikasi <i>Mobile Banking</i> | 59 |
| 4.2.7 Frekuensi Penggunaan Aplikasi <i>Mobile Banking</i> | 60 |
| 4.2.8 Tujuan Utama Penggunaan Aplikasi <i>Mobile Banking</i> | 61 |
| 4.2.9 Kepuasan Pelayanan Aplikasi <i>Mobile Banking</i> | 62 |
| 4.3 Analisis Dekriptif Penelitian | 62 |
| 4.3.1 Deskriptif Variabel Kualitas Layanan | 62 |
| 4.3.2 Deskriptif Variabel Penggunaan Aplikasi <i>Mobile Banking</i> | 64 |
| 4.3.3 Deskriptif Variabel Kepuasan Nasabah | 68 |
| 4.4 Uji Validitas dan Reliabilitas | 72 |
| 4.4.1 Uji Validitas | 72 |
| 4.4.2 Uji Reabilitas | 75 |
| 4.5 Uji Asumsi Klasik | 76 |
| 4.5.1 Uji Normalitas | 76 |
| 4.5.2 Uji Multikolinearitas | 78 |
| 4.5.3 Uji Heteroskedastisitas | 79 |
| 4.6 Uji Regresi Linear Berganda | 80 |
| 4.7 Uji Hipotesis | 82 |
| 4.7.1 Uji t (Uji Parsial) | 82 |
| 4.7.2 Uji f (Uji Simultan) | 84 |
| 4.7.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2) | 84 |
| 4.8 Pembahasan Hasil Penelitian | 85 |
| 4.8.1 Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah | 85 |
| 4.8.2 Pengaruh Penggunaan Aplikasi <i>Mobile Banking</i> Secara Simultan Terhadap Kepuasan Nasabah | 88 |
| 4.8.3 Pengaruh Kualitas Layanan, Dan Penggunaan Aplikasi <i>Mobile Banking</i> Secara Simultan Terhadap Kepuasan Nasabah | 91 |
| BAB V PENUTUP | 95 |
| 5.1 Kesimpulan | 95 |
| 5.2 Saran | 95 |
| DAFTAR PUSTAKA | 97 |

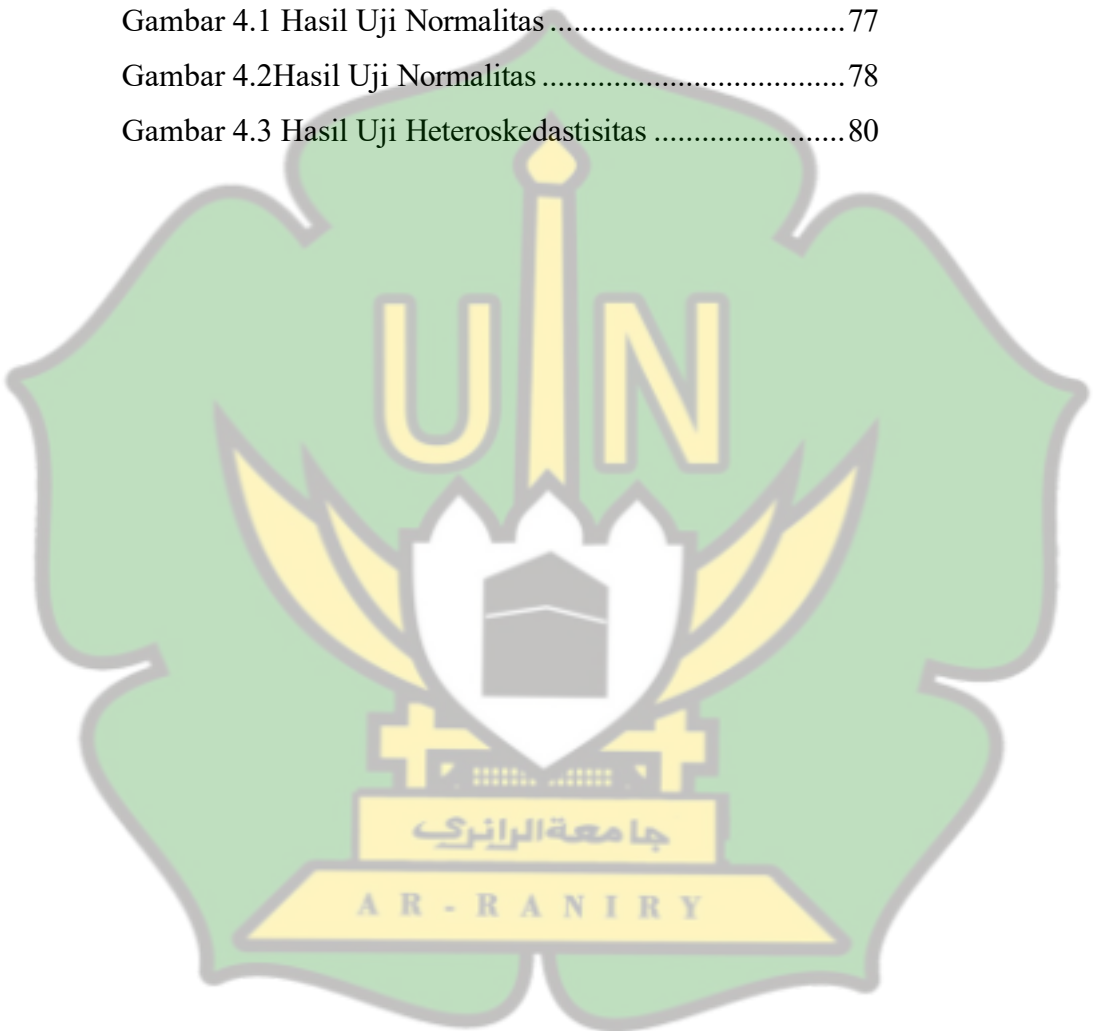


DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| Tabel 2.1 Daftar Penelitian Terdahulu..... | 33 |
| Tabel 3.1 Skala Pengukuran Data..... | 42 |
| Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel | 44 |
| Tabel 4.1 Distribusi Responden Berdasarkan Domisili Kecamatan)..... | 56 |
| Tabel 4.2 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin | 56 |
| Tabel 4.3 Distribusi Responden Berdasarkan Usia | 57 |
| Tabel 4.4 Distribusi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir | 58 |
| Tabel 4.5 Distribusi Responden Berdasarkan Lama menjadi Nasabah BSI | 58 |
| Tabel 4.6 Distribusi Responden Berdasarkan Lama penggunaan aplikasi <i>mobile banking</i> | 59 |
| Tabel 4.7 Distribusi Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan aplikasi <i>mobile banking</i> | 60 |
| Tabel 4.8 Distribusi Responden Berdasarkan Tujuan Utama penggunaan aplikasi <i>mobile banking</i> | 61 |
| Tabel 4.9 Distribusi Responden Berdasarkan kepuasan Pelayanan <i>mobile banking</i> Tabel 4.10 Deskriptif Variabel Kualitas Layanan..... | 63 |
| Tabel 4.11 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Penggunaan Aplikasi <i>Mobile Banking</i> (X2) | 65 |
| Tabel 4.12 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Kepuasan Nasabah..... | 68 |
| Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian | 73 |
| Tabel 4.14 Hasil Uji Reliabilitas..... | 76 |
| Tabel 4.15 Hasil Uji Multikolinearitas | 79 |
| Tabel 4.16 Hasil Uji Regresi Linear Berganda..... | 81 |
| Tabel 4.17 Hasil Uji t (Uji Parsial)..... | 83 |
| Tabel 4.18 Hasil Uji F (Uji Simultan) | 84 |
| Tabel 4.19 Hasil Koefisien Determinasi (R ²)..... | 85 |

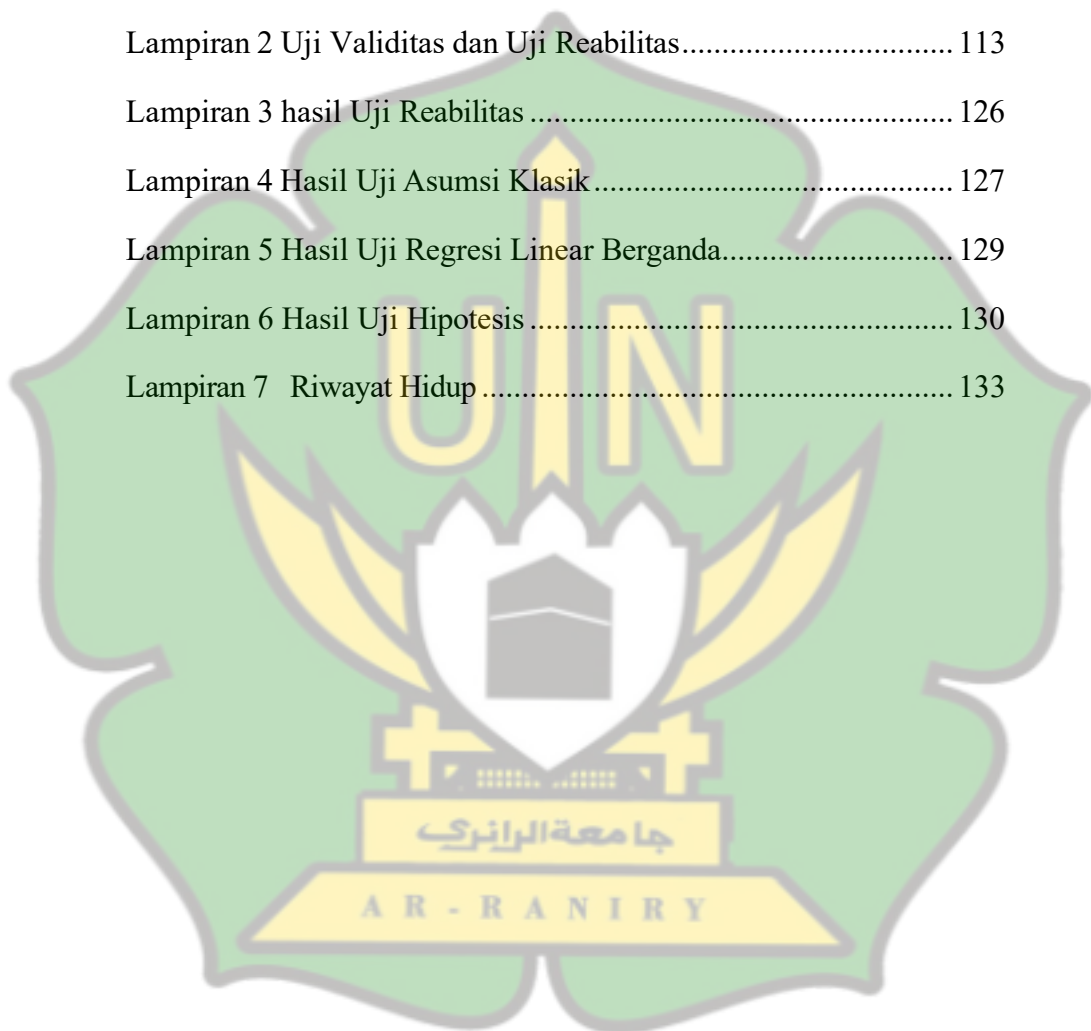
DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas | 77 |
| Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas | 78 |
| Gambar 4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas | 80 |



DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|---|-----|
| Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian | 101 |
| Lampiran 2 Uji Validitas dan Uji Reabilitas..... | 113 |
| Lampiran 3 hasil Uji Reabilitas | 126 |
| Lampiran 4 Hasil Uji Asumsi Klasik..... | 127 |
| Lampiran 5 Hasil Uji Regresi Linear Berganda..... | 129 |
| Lampiran 6 Hasil Uji Hipotesis | 130 |
| Lampiran 7 Riwayat Hidup | 133 |



BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi di abad ke-21 telah memicu terjadinya revolusi digital yang mengubah berbagai aspek kehidupan, termasuk industri perbankan secara global. Transformasi ini telah mengubah cara konsumen berinteraksi dengan layanan perbankan seperti beralih dari kunjungan fisik ke kantor cabang menuju preferensi yang lebih besar terhadap layanan perbankan digital yang cepat, efisien, dan dapat diakses kapan saja. Fenomena ini lebih dikenal sebagai disrupsi digital dapat mendorong institusi keuangan untuk beradaptasi dengan cepat agar tetap relevan di tengah perubahan pasar. Salah satu inovasi penting dalam hal ini adalah mobile banking, menjadi saluran utama bagi bank untuk bersaing, memungkinkan nasabah melakukan berbagai transaksi keuangan hanya melalui perangkat seluler mereka. Aplikasi mobile banking kini berfungsi sebagai jembatan utama antara bank dan nasabah yang dapat mencerminkan perubahan mendasar dalam interaksi masyarakat dengan layanan keuangan.

Di Indonesia, tren digitalisasi ini sejalan dengan pertumbuhan sektor perbankan syariah yang pesat. Dengan mayoritas penduduk Indonesia beragama Islam, memiliki potensi besar untuk layanan keuangan berbasis syariat Islam. Otoritas Jasa Keuangan (OJK, 2020) telah merancang roadmap pengembangan

perbankan syariah untuk periode 2020- 2025, yang menekankan pentingnya penerapan digitalisasi yang cepat dan tepat sebagai pilar utama. Visi ini bertujuan untuk menciptakan perbankan syariah yang kuat dan kompetitif, serta memberikan kontribusi signifikan terhadap perekonomian nasional melalui inovasi dan efisiensi.

Kemajuan pesat dalam teknologi selama beberapa tahun terakhir mengubah cara orang hidup dan melakukan aktivitas. Perkembangan internet kini telah menyebabkan transformasi kebiasaan dan preferensi yang mulai menggunakan media digital untuk berbagi informasi tentang diri mereka dan berkomunikasi secara daring, berbelanja *online* dan menggunakan layanan internet. Penyebaran global dan penggunaan internet dan ponsel berkontribusi pada pengembangan bentuk baru industri jasa saat ini (Alkhowaiter, 2020).

Perkembangan sistem berbasis teknologi telah menciptakan sarana komunikasi yang baru bagi organisasi dengan nasabahnya. Dengan inovasi tersebut, industri jasa khususnya perbankan mengalami perubahan besar dalam menjangkau nasabahnya.

Sektor perbankan memanfaatkan sepenuhnya revolusi ini dengan membangun sarana berbeda untuk menarik nasabahnya dan mempertahankan kepuasan dari nasabahnya. (Raza et al., 2020). Sejalan dengan pergeseran pertumbuhan industri ke arah digital, berbagai kegiatan mulai beralih mengikuti perkembangan yang ada. Inovasi teknologi yang memberikan kemudahan bagi kehidupan juga merambah ke dunia finansial. Salah satu bidang yang menuju pergeseran era industri 4.0 terjadi pada bidang perbankan. Industri

perbankan merupakan salah satu industri jasa yang sedang berkembang dan mampu mendorong pertumbuhan ekonomi Indonesia karena perbankan telah menjadi industri jasa yang memberikan sumbangan terhadap pendapatan nasional dan berfungsi sebagai lembaga perantara untuk menampung dana masyarakat dan menyalurkan kembali kepada kegiatan perkonomian yang bersifat produktif. Transformasi digital yang dilakukan industri perbankan lebih dari sekedar menyediakan layanan *online* dan *mobile banking*. Industri finansial perbankan perlu berinovasi dalam menggabungkan teknologi digital dengan interaksi nasabah, dalam hal ini temuan-temuan teknologi baru tersebut harus mempermudah dan memberikan kenyamanan bagi pengguna dalam mengakses layanan perbankan.

Saat ini, bank mulai mengembangkan fitur-fitur perbankan digital mereka. Menurut Otoritas Jasa Keuangan (2023), fitur utama *mobile banking* mencakup informasi rekening, transaksi keuangan, pembayaran tagihan, pembelian produk digital, serta layanan non-finansial. Nasabah dapat dengan mudah memeriksa saldo tabungan, melihat mutasi rekening, dan mengunduh laporan transaksi bulanan secara real-time. Fitur transfer juga menjadi salah satu layanan utama, yang memungkinkan nasabah melakukan transfer antar rekening di bank yang sama, antar bank melalui BI-FAST atau RTGS, serta transfer ke rekening virtual.

Mobile banking menyediakan berbagai layanan pembayaran yang semakin memudahkan nasabah, seperti pembayaran tagihan listrik, air, telepon, internet, BPJS, kartu kredit, cicilan kendaraan,

pajak, hingga pembelian tiket transportasi. Selain pembayaran, nasabah juga dapat melakukan pembelian produk digital seperti pulsa telepon, paket data, token listrik Prabayar, digital (e-wallet) seperti OVO, GoPay, Dana, dan ada juga layanan Islami seperti zakat, infaq, sedekah, dan wakaf digital, serta dilengkapi dengan pengingat waktu salat, arah kiblat, bacaan Juz Amma, hingga kalkulator zakat dan qurban. Ini menunjukkan bahwa *mobile banking* tidak hanya berfokus pada transaksi finansial, tetapi juga mendukung gaya hidup Islami yang sesuai dengan prinsip syariah. Untuk memastikan keamanan dan kenyamanan, *mobile banking* dilengkapi dengan teknologi keamanan, seperti penggunaan PIN transaksi, verifikasi OTP (*One-Time Password*), (biometrik sidik jari atau pengenalan wajah (*face recognition*)), dan sistem enkripsi data.

Mobile banking juga menyediakan fitur tarik tunai tanpa kartu melalui kode khusus yang dapat digunakan di ATM, serta fitur QRIS untuk pembayaran praktis di *merchant offline* hanya dengan memindai kode QR. Seiring dengan perkembangannya, BSI menambahkan fitur investasi digital dalam aplikasi *mobile banking*, seperti pembelian dan penjualan emas, pembukaan deposito *online*, serta pembelian reksa dana syariah. Fitur-fitur ini menunjukkan bahwa *mobile banking* tidak hanya berfungsi sebagai alat untuk transaksi harian, tetapi juga mendukung pengelolaan keuangan jangka panjang yang nantinya untuk memudahkan dan memanjakan nasabah dalam menggunakan jasa-jasa pelayanan perbankan. Keberhasilan layanan ini tidak hanya bergantung pada kecanggihan teknologi, tetapi juga pada kualitas layanan yang diberikan bank,

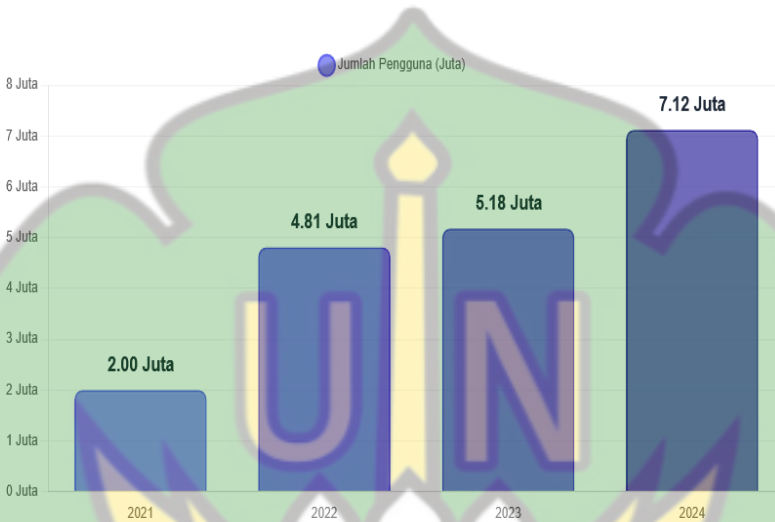
baik dari sisi sistem aplikasi maupun dukungan layanan nasabah.

Kualitas layanan (*service quality*) merupakan salah satu faktor kunci dalam mempertahankan dan meningkatkan kepuasan nasabah. Menurut Kotler dan Keller (2024), kualitas layanan adalah totalitas dari fitur layanan yang mampu memenuhi atau melampaui harapan nasabah atau pelanggan. Model SERVQUAL mengidentifikasi lima dimensi kualitas layanan yaitu, keandalan (*reliability*), jaminan (*Assurance*) daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan bukti fisik (*tangibles*).

Penggunaan aplikasi perbankan atau yang sering disebut *mobile banking* pada telepon seluler semakin berkembang dalam beberapa tahun terakhir ini. Selain itu, banyak dari perbankan melakukan investasi dalam strategi penyempurnaan *mobile banking* sebagai bentuk peningkatan kualitas layanan untuk memberikan manfaat dan kepuasan baru kepada nasabah. Menurut (Zhou et al., 2021) analisis pengalaman pengguna telah banyak digunakan dalam literatur ilmiah yang ada untuk menjelaskan perilaku penggunaan terhadap suatu layanan. Loyalitas penting saat mengevaluasi pengalaman terkait penggunaan layanan. menunjukkan minat yang kuat dalam mengevaluasi penggunaan selanjutnya.

Selain itu, Perkembangan yang mendukung penguatan loyalitas. Berdasarkan data internal BSI jumlah penggunaan *Mobile banking* dapat dijelaskan pada grafik 1.1 di bawah ini:

Grafik 1.1
Pengguna Aplikasi Mobile Banking 2021-2024



Berdasarkan Grafik 1.1, terlihat bahwa jumlah penggunaan aplikasi *mobile banking* mengalami pertumbuhan yang signifikan dari tahun ke tahun. Pada tahun 2021, jumlah pengguna tercatat sebesar 2,00 juta, dan angka ini terus meningkat setiap tahunnya. Lonjakan terbesar terjadi pada tahun 2022, ketika jumlah pengguna meningkat lebih dari dua kali lipat menjadi 4,81 juta. Peningkatan yang drastis ini kemungkinan besar dipicu oleh strategi promosi yang agresif dari bank syariah, serta peningkatan kualitas layanan dan penambahan fitur-fitur baru dalam aplikasi *mobile banking* yang semakin sesuai dengan kebutuhan nasabah. Pertumbuhan ini berlanjut secara stabil pada tahun 2023, dengan jumlah pengguna mencapai 5,18 juta, yang mencerminkan penerimaan positif dan

adaptasi yang berkelanjutan terhadap layanan perbankan digital. Selanjutnya, pada tahun 2024, terjadi akselerasi signifikan dengan jumlah penggunaan mencapai 7,12 juta, menjadikannya sebagai tahun dengan jumlah penggunaan tertinggi sepanjang periode pengamatan. Peningkatan ini menunjukkan bahwa minat masyarakat terhadap layanan *mobile banking* syariah tidak hanya terus berkembang, tetapi juga mencerminkan perubahan perilaku konsumen menuju digitalisasi layanan keuangan yang lebih praktis, cepat, dan aman.

Layanan perbankan digital syariah di Indonesia mengalami kemajuan yang pesat. Dengan bertambahnya jumlah pengguna setiap tahun, dapat diasumsikan bahwa kepuasan nasabah terhadap layanan *mobile banking* juga meningkat. Nasabah yang merasa puas dengan kualitas layanan dan kemudahan penggunaan aplikasi cenderung untuk terus menggunakan layanan tersebut, yang pada akhirnya memperkuat kepuasan mereka terhadap bank syariah yang bersangkutan. Oleh karena itu, peningkatan jumlah pengguna *mobile banking* dari tahun ke tahun tidak hanya mencerminkan perkembangan teknologi, tetapi juga menggambarkan keberhasilan perbankan syariah dalam memenuhi kebutuhan dan harapan nasabah di era digital. Kepuasan nasabah menjadi faktor penting bagi keberlangsungan bisnis perbankan. Nasabah yang puas akan cenderung menggunakan layanan secara berulang, melakukan rekomendasi, dan menjadi loyal terhadap bank. Sebaliknya jika kualitas layanan yang rendah dan pengalaman penggunaan aplikasi yang buruk dapat menurunkan tingkat kepuasan bahkan mendorong

nasabah berpindah ke bank lain.

Meskipun terjadi peningkatan signifikan dalam jumlah penggunaan aplikasi mobile banking, belum dapat dipastikan bahwa seluruh penggunaan merasa puas terhadap layanan *mobile banking* yang diberikan. Hal ini menjadi penting untuk diteliti lebih lanjut, mengingat kepuasan nasabah tidak hanya ditentukan oleh jumlah penggunaan, melainkan oleh persepsi mereka terhadap kualitas layanan yang diterima serta pengalaman penggunaan aplikasi tersebut. Keluhan-keluhan ini, yang tersebar di berbagai platform ulasan dan media massa, mengindikasikan adanya celah antara layanan yang ditawarkan dengan harapan dan kebutuhan penggunaan berbagai keluhan yang muncul di berbagai platform ulasan dan media massa menunjukkan adanya kesenjangan antara harapan nasabah terhadap layanan digital yang lancar dan efisien dengan kenyataan pengalaman pengguna yang masih dihadapkan pada berbagai masalah. (Astuti, dkk. 2020).

Pada tahun 2024 penggunaan aplikasi *mobile banking* seperti kesulitan dalam navigasi dan waktu respon yang lambat, sering kali menjadi sorotan utama. Laporan dari Dialeksis.com (2024) di Banda Aceh secara khusus menyoroti keluhan pelaku usaha mengenai gangguan layanan *Mobile banking* yang menghambat transaksi harian mereka. Selain itu, masalah keamanan juga menjadi perhatian, di mana nasabah mengkhawatirkan perlindungan data pribadi mereka saat menggunakan aplikasi. Keluhan serupa juga sering dilaporkan oleh media RRI (2025) yang menyatakan Warga Keluhkan Layanan *Mobile Banking* BSI Eror Sehari-hari, AJNN

(2025) yang melaporkan Transaksi Jual Emas di Banda Aceh Terganggu akibat M-Banking BSI Bermasalah, serta Bithe.co (2025) yang mengeluhkan Layanan *Mobile banking* Kembali Gangguan, Masyarakat Keluhkan Transaksi Terhambat. kemudahan penggunaan aplikasi, yang mencakup kejelasan instruksi dan minimnya langkah transaksi, insiden ini bahkan memicu aksi unjuk rasa di Banda Aceh (Acehportal.com, 2024; Nukilan.id, 2024) dan desakan dari DPR Aceh agar BSI segera memperbaiki sistem (Republika.co.id, 2023; AJNN, 2025). Pasca gangguan layanan perbankan, kegiatan perbankan BSI kembali berlangsung normal.

Penelitian ini memiliki beberapa perbedaan dengan penelitian terdahulu. Penelitian Firmansyah dan Pradana (2023) menyoroti pengaruh *user experience* dan kepercayaan terhadap keputusan penggunaan mobile banking syariah secara umum, sementara penelitian Rachmawati dan M.F. (2022) berfokus pada persepsi manfaat dan keamanan pada kalangan mahasiswa. Adapun penelitian Mardiana dan Sari (2021) serta Rahim, Karina, dan M.F. (2022) hanya meneliti pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah tanpa mempertimbangkan faktor penggunaan aplikasi secara mendalam.

Berbeda dengan penelitian-penelitian tersebut, penelitian saya ini menggabungkan dua variabel independen sekaligus, yaitu kualitas layanan (X1) dan penggunaan aplikasi mobile banking (X2), untuk melihat pengaruhnya terhadap kepuasan nasabah (Y) pada PT Bank Syariah Indonesia di Banda Aceh. Penelitian ini juga menekankan konteks lokal Banda Aceh yang memiliki karakteristik

budaya religius dan penggunaan layanan digital syariah yang terus berkembang, sehingga memberikan perspektif baru terhadap kualitas layanan dan perilaku penggunaan aplikasi dalam konteks perbankan syariah modern. Selain itu, penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan penyebaran kuesioner kepada 97 responden nasabah BSI di Banda Aceh, sehingga memberikan data empiris yang lebih komprehensif dan relevan terhadap kondisi aktual penggunaan BSI Mobile.

Oleh karena itu, penelitian ini berupaya mengisi kesenjangan tersebut dengan memberikan analisis mendalam mengenai apakah kualitas layanan dan penggunaan aplikasi *mobile banking* nasabah BSI di Banda Aceh memengaruhi kepuasan nasabah. Dengan demikian, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang signifikan bagi pengembangan layanan perbankan syariah di era digital, serta menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang ingin mengeksplorasi hubungan antara kualitas layanan dan penggunaan aplikasi terhadap kepuasan nasabah dalam konteks yang lebih spesifik (Muntaha & Aulia, 2021).

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis ingin melakukan penelitian yang dituangkan dalam skripsi dengan judul: ***“Pengaruh kualitas layanan Dan penggunaan aplikasi mobile banking Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Syariah Indonesia di Banda Aceh***

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan Nasabah PT. Bank Syariah Indonesia di Banda Aceh?
2. Apakah penggunaan aplikasi *mobile banking* berpengaruh terhadap kepuasan Nasabah PT. Bank Syariah Indonesia di Banda Aceh?
3. Apakah kualitas layanan dan penggunaan aplikasi *mobile banking* secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan Nasabah PT. Bank Syariah Indonesia di Banda Aceh?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan Nasabah PT. Bank Syariah Indonesia di banda Aceh.
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh penggunaan aplikasi *mobile banking* terhadap kepuasan Nasabah di Banda Aceh.
3. Untuk mengetahui seberapa besar kualitas layanan dan penggunaan aplikasi *mobile banking* terhadap kepuasan Nasabah PT. Bank Syariah Indonesia di Banda Aceh.

1.4 Manfaat Penelitian

- a. Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai sumber acuan bagi mahasiswa perbankan syariah, dan dapat memperkaya pengetahuan, memberi informasi serta dapat

mengembangkan ilmu ekonomi, khususnya terkait konteks Pengaruh kualitas layanan dan penggunaan aplikasi *mobile banking* terhadap kepuasan nasabah PT. Bank syariah Indonesia di Banda Aceh.

- b. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan rekomendasi strategis bagi Bank Syariah Indonesia untuk meningkatkan kualitas layanan aplikasi *Mobile banking* sesuai dengan kebutuhan dan harapan puas nasabah di Banda Aceh, sehingga dapat mendorong penggunaan aplikasi secara berkelanjutan.
- c. Penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan bagi regulator seperti Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dan Bank Indonesia dalam merumuskan kebijakan yang mendorong peningkatan kualitas layanan digital perbankan syariah. Temuan dari penelitian ini dapat dijadikan acuan dalam menetapkan standar layanan digital yang lebih ramah pengguna, aman, dan inklusif di wilayah dengan karakteristik syariah yang kuat seperti Banda Aceh. Penelitian ini diharapkan juga dapat memberikan pemahaman yang lebih luas kepada masyarakat mengenai pentingnya aspek kualitas layanan dalam memilih dan menggunakan layanan perbankan digital berbasis syariah, serta mendorong kepuasan nasabah di wilayah Banda Aceh.

1.5 Sistematika Penulisan

Penulisan dalam penelitian ini disusun berdasarkan sistematika berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini membahas tentang latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini membahas tentang landasan teori, definisi yang mendukung penelitian terkait Pengaruh kualitas layanan dan pengguna aplikasi BSI mobile terhadap kepuasan nasabah, penelitian terdahulu, kerangka berpikir serta uraian teoritis terkait masalah penelitian penelitian dan hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini membahas tentang jenis penelitian, pendekatan penelitian, tujuan dan arah penelitian, jenis data, teknik pengumpulan data, dan metode analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menyajikan responden, analisis deskriptif variabel, hasil uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, analisis regresi linear berganda, hipotesis, uji t, uji f, koefisien determination. hasil regresi linear sederhana, serta pembahasan penelitian.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dari hasil penelitian yang dapat diambil dan saran- saran yang diberikan oleh penulis kepada pihak-pihak yang bersangkutan dengan peneliti.



BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Kualitas Layanan

2.1.1 Definisi Kualitas Layanan

Kualitas layanan merupakan salah satu faktor kunci yang memengaruhi kepuasan pelanggan. Dalam konteks pemasaran jasa, kualitas layanan didefinisikan sebagai upaya untuk memenuhi dan bahkan melebihi harapan pelanggan terhadap layanan yang diberikan. Salah satu teori yang paling umum digunakan untuk mengukur kualitas layanan adalah model SERVQUAL. Model ini mencakup lima dimensi utama, yaitu keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*Empathy*) dan bukti fisik (*tangibles*). Dimensi-dimensi ini mempresentasikan cara pelanggan menilai kualitas dari suatu layanan yang mereka terima (Syahputri, A. 2023).

Dalam sektor perbankan, kualitas layanan juga menjadi sangat penting, terutama dengan berkembangnya layanan digital. Otoritas Jasa keuangan (OJK) dalam peraturan Nomor 12/POJK.03/2018 mendefinisikan bahwa perbankan Digital adalah layanan yang memungkinkan bank untuk menyediakan informasi, berinteraksi, dan melakukan transaksi dengan nasabah melalui media digital. Layanan ini dirancang dengan memanfaatkan data nasabah secara bijaksana untuk memberikan kemudahan, kecepatan, dan layanan yang sesuai dengan kebutuhan nasabah (*customer experience*). selain itu, layanan ini bisa dilakukan sepenuhnya oleh nasabah

sendiri namun tetap memperhatikan aspek keamanan. Dengan demikian, berbagai transaksi dapat dilakukan oleh calon nasabah dan nasabah bank, seperti pendaftaran, pembuka rekening, transaksi perbankan seperti penarikan tunai, pembayaran, dan transfer, serta penutupan rekening. Selain itu, nasabah juga dapat mengakses informasi serta melakukan transaksi di luar produk perbankan seperti mendapatkan nasihat keuangan, berinvestasi, bertransaksi *e-commerce*, dan memenuhi berbagai kebutuhan lainnya.

Layanan ini diluncurkan sebagai respons terhadap kemajuan teknologi dan gaya hidup. Di Indonesia, inovasi layanan mandiri melalui media *online* mulai dilakukan oleh bank yang sebelumnya memusatkan layanan secara *offline*. Layanan ini tidak sama dengan *mobile banking* atau *internet banking*. Meskipun nasabah menggunakan salah satu dari kedua layanan tersebut, mereka masih perlu mendatangi kantor bank untuk memverifikasi dokumen atau meng-otorisasi transaksi yang melebihi batas nominal yang telah ditetapkan oleh bank. Terkait perkembangan kualitas layanan perusahaan harus memperhatikan Konsumen pada sikap keramahan atau sopan dalam melayani pelanggan. Karena perusahaan sangat banyak dan menjadi persaingan yang ketat dalam suatu bisnis. Berbagai cara dilakukan agar dapat memperoleh pelanggan dan mempertahankannya. Salah satu strategi yang dipakai perusahaan agar bisa memenangkan persaingan adalah dengan kualitas layanan yang baik. Layanan dalam hal ini diartikan sebagai jasa atau service yang disampaikan oleh pemilik jasa yang berupa Keandalan, Daya tanggap, Jaminan, Empati, dan Bukti fisik yang ditunjukkan melalui

sikap dalam memberikan kualitas layanan.

Definisi lain menurut Hermawan (2023) menyimpulkan bahwa kualitas layanan adalah serangkaian bentuk produksi atau jasa yang khas, yang mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat. Perusahaan memberikan layanan yang memerlukan interaksi langsung antara pelanggan dan pelaku usaha, di mana faktor-faktor terkait perilaku karyawan, seperti sikap dan keterampilan komunikasi, sangat penting. Informasi juga menjadi hal yang krusial dalam menentukan seberapa baik pelayanan yang diberikan. Dengan demikian, kualitas layanan mencakup segala bentuk sikap atau penilaian nasabah terhadap kepuasan mereka dalam memenuhi harapan konsumen serta memenuhi berbagai keinginan dan kebutuhan mereka.

2.1.2 Tujuan Kualitas Layanan

Kualitas layanan mempunyai tujuan dari pemberian pelayanan tersebut (srile stari *et al.*,2022). Tujuan pelayanan yang berkualitas adalah sebagai berikut:

1. Untuk membutuhkan kepercayaan konsumen terhadap produk atau jasa yang ditawarkan.
2. Untuk menghindari terjadinya tuntutan-tuntutan dari konsumen.
3. Untuk menciptakan kepercayaan dan kepuasan konsumen.
4. Untuk menjaga agar konsumen merasa diperhatikan segala kebutuhannya.
5. Untuk mempertahankan konsumen.

2.1.3 Indikator Kualitas Layanan

Model SERVQUAL mencakup lima dimensi utama, yaitu *Reliability* (Keandalan), *Responsiviness* (Daya tanggap), *Assurance* (Jaminan), *Empathy* (Empati), *Tangibles* (Bukti fisik). Dimensi-dimensi ini mempresentasikan cara pelanggan menilai kualitas dari suatu layanan yang mereka terima. (Syahputri, A. 2023):

1. *Reability* (keandalan)

Keahlian perusahaan untuk memberikan layanan yang tepat dan memuaskan. Keandalan ini mencakup berbagai aspek, seperti ketepatan waktu dalam pemrosesan transaksi, akurasi data dalam sistem perbankan, serta konsisten dalam pelayanan baik di kantor cabang maupun melalui layanan digital seperti *mobile banking*.

2. *Responsiviness* (Daya tanggap)

Keinginan dan kemauan karyawan untuk melayani nasabah dengan cepat dan tanggap serta mengkomunikasikan informasi dengan jelas. Selain itu, bank juga harus terus meningkatkan *user experience* dengan memperbarui sistem agar lebih cepat dan mudah digunakan. Pelayanan yang tanggap akan meningkatkan kepuasan nasabah serta memperkuat loyalitas terhadap bank.

3. *Assurance* (Jaminan)

Menumbuhkan sifat amanah. Dalam dunia perbankan digital, *assuarance* sangat berhubungan dengan keamanan dan data transaksi nasabah. Semakin tinggi tingkat jaminan yang diberikan, semakin besar pula kepercayaan nasabah terhadap

bank.

4. *Empathy* (Empati)

Memperhatikan nasabah untuk memahami kebutuhan mereka. Bank yang memiliki empati tinggi akan berusaha memberikan solusi yang sesuai dengan kebutuhan nasabah, seperti menyediakan berbagai jenis produk tabungan, pinjaman, atau investasi yang sesuai dengan segmen pasar tertentu. Selain itu, empati juga terlihat dari pelayanan *customer service* yang ramah dan mau mendengarkan keluhan nasabah dengan baik.

5. *Tangibles* (bukti fisik)

Keahlian suatu perusahaan untuk menunjukkan sarana atau perusahaan untuk menunjukkan sarana atau prasarana fisik sebagai bukti nyata dari layanan yang diberikan. Bukti fisik dalam perbankan mencakup konsisi kantor cabang yang nyaman, ketersediaan fasilitas seperti ATM, dan tampilan aplikasi *mobile banking* yang *user-friendly*. Dalam era digital, tampilan dan performa aplikasi *mobile banking* menjadi bagian penting dari bukti fisik, karena semakin menarik dan mudah digunakan suatu aplikasi, semakin besar kepuasan nasabah dalam bertransaksi.

2.1.4 Kualitas Layanan Dalam Persepektif Islam

Kualitas Pelayanan dalam Perspektif Islam Seorang pelaku bisnis muslim diharuskan untuk berperilaku bisnis mereka sesuai yang dianjurkan Al-Qur'an dan sunnah. Sopan adalah fondasi dasar

dan inti dari kebaikan tingkah laku, dan juga merupakan dasar-dasar jiwa melayani dalam bisnis. Sikap melayani adalah salah satu prinsip bisnis yang islami Rasulullah mengatakan “saidul kaunkhalimuhum” (pengurus/pengusaha itu adalah pelayan bagi customer nya). Karena itu, sikap murah hati, ramah, dan sikap melayani mestilah menjadi bagian dari kepribadian semua karyawan yang bekerja (Nurhadi, 2020). Landasan teologis tentang kualitas pelayanan terdapat pada Q.S Ali Imron ayat 159 sebagai berikut:

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ طِفَادًا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ

Artinya: Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka. sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu maafkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertakwalah kepada Allah. sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertakwa kepadanya. Dalam tafsir yang menyatakan bahwa rahmat dari Allah-lah engkau telah berlaku lembut kepada mereka, karena jika engkau kasar, keras hati, niscaya mereka berpecah dari sekelilingmu. Maka dari itu memiliki hubungan dengan aspek kualitas pelayanan yaitu melayani dengan kelembutan, empati, pengampunan, dan pendekatan yang melibatkan dialog. Prinsip ini sangat relevan dalam memberikan pelayanan yang tidak hanya memuaskan pelanggan, tetapi juga bernilai ibadah di sisi Allah Swt. Pelayanan yang didasari

nilai-nilai ayat ini akan menciptakan hubungan harmonis antara pemberi layanan dan penerima layanan.

2.2 Definisi Mobile Banking

2.2.1 Mobile Banking

Mobile Banking adalah layanan yang ditawarkan oleh bank di era modern yang mengikuti perkembangan teknologi dan komunikasi. Layanan yang tersedia dalam *mobile banking* mencakup pembayaran, *transfer*, riwayat transaksi, dan lainnya. Dengan menggunakan layanan *mobile banking* di ponsel, nasabah dapat melakukan lebih banyak aktivitas perbankan dengan mudah tanpa batasan ruang dan waktu. Layanan perbankan seluler ini memberikan kenyamanan dan manfaat bagi pengguna, memungkinkan nasabah untuk mengakses bank tanpa perlu mengunjungi kantor bank secara fisik (Kurniawati et al., 2017).

Mobile banking merupakan bentuk transformasi layanan digital yang memungkinkan nasabah bank untuk mengakses dan melakukan transaksi perbankan secara langsung melalui perangkat seluler seperti *smartphone* atau tablet. Aplikasi *mobile banking* dirancang khusus oleh pihak bank dan dapat diunduh melalui toko aplikasi digital, seperti Google Play Store atau App Store. Untuk mengoperasikannya, pengguna membutuhkan jaringan internet yang stabil agar transaksi dapat berjalan dengan lancar (Pratama & Ariyanti, 2022).

Layanan yang tersedia dalam *mobile banking* sangat beragam, mencakup aktivitas finansial seperti cek saldo rekening, transfer antarbank, pembayaran tagihan listrik, air, dan kartu kredit, serta

pembelian pulsa atau dompet digital. selain itu, *mobile banking* juga menyediakan fitur non-finansial seperti pengecekan riwayat transaksi, perubahan data pribadi, serta pencarian lokasi ATM atau kantor cabang terdekat (Dwitya, 2018).

Mobile banking memberikan efisiensi tinggi bagi nasabah karena transaksi dapat dilakukan kapan saja dan di mana saja tanpa harus mengunjungi kantor cabang atau ATM. Hal ini sangat mendukung kehidupan masyarakat modern yang menuntut kecepatan dan kenyamanan dalam layanan keuangan. Di sisi lain, *mobile banking* juga mendorong inklusi keuangan karena mampu menjangkau masyarakat di wilayah terpencil yang belum terlayani oleh kantor fisik bank (Pratama & Ariyanti, 2022).

2.3 Perilaku Penggunaan *Mobile Banking*

2.3.1 Teori Perilaku Penggunaan *Mobile Banking*

Perilaku penggunaan aplikasi *mobile banking* dalam konteks teknologi informasi seringkali mangacu pada kerangka seperti teori penerimaan teknologi (TAM), teori terencana TAM khususnya menjadi landasan utama karena secara eksplisit membahas niat penggunaan (*usage intention*) dan penggunaan *actual* (*actual usage*), mengidentifikasi penggunaan *actual* sistem sebagai manifestasi dan perilaku penggunaan, yaitu sejauh mana seorang individu secara konsisten dan keberlanjutannya memanfaatkan suatu teknologi atau sistem informasi untuk melakukan tugas atau mencapai tujuan teknologi atau sistem informasi untuk melakukan tugas atau mencapai tujuan tertentu. Ini bukan hanya tentang apakah seseorang

pernah menggunakan aplikasi *mobile banking*, tetapi seberapa sering dan seberapa dalam integrasi aplikasi tersebut dalam kehidupan sehari-hari (Noor et al., 2020).

Menyatakan bahwa *perceived usefulness* merupakan ukuran di mana penggunaan suatu teknologi tepercaya dapat mendatangkan manfaat bagi orang yang menggunakannya. Selain itu *Technology Acceptance model* (TAM) juga menambahkan suatu teori yang menjabarkan tentang bagaimana penggunaan dapat menerima, mengerti, dan menggunakan sebuah teknologi informasi. Teori ini menjelaskan perilaku penggunaan akhir (*end-user*) sebuah teknologi informasi yang ditawarkan menggunakan beberapa variasi yang luas dan penggunaan untuk mengetahui pengaruh faktor eksternal terhadap landasan psikologis. Adapun landasan psikologis antara lain kepercayaan sikap, dan keinginan, (Riadi, 2024).

2.3.2 Definisi Perilaku Penggunaan Aplikasi *Mobile Banking*

Perilaku penggunaan aplikasi *mobile banking* dapat diartikan sebagai serangkaian tindakan dan interaksi yang dilakukan oleh individu saat menggunakan aplikasi perangkat lunak untuk mencapai tujuan tertentu. Zhang dan Lee (2020) menjelaskan bahwa perilaku ini mencakup berbagai elemen, mulai dari cara penggunaan mengakses aplikasi, fitur-fitur yang mereka pilih untuk digunakan, hingga seberapa sering dan intensif mereka menggunakan aplikasi tersebut.

Dalam konteks aplikasi, Junaedi dan Neneng (2023) mendefinisikan perilaku Aplikasi sebagai tingkat frekuensi nasabah

Bank Syariah Indonesia di Banda Aceh dalam memanfaatkan berbagai fitur dan layanan yang ditawarkan oleh aplikasi untuk aktivitas perbankan sehari-hari. Definisi ini menyoroti pentingnya integrasi aplikasi ke dalam rutinitas keuangan nasabah, di mana aplikasi tidak hanya berfungsi sebagai alat tambahan, tetapi juga bagian penting dalam pengelolaan keuangan mereka.

Tingkat penggunaan aplikasi ini mencerminkan seberapa besar nasabah merasa bahwa aplikasi memberikan manfaat yang berarti dalam kehidupan sehari-hari mereka. Pengukuran variabel ini akan difokuskan pada beberapa aspek utama, termasuk frekuensi penggunaan (seberapa sering pengguna mengakses aplikasi), intensitas penggunaan (durasi dan kedalaman interaksi dengan aplikasi), serta diversitas penggunaan fitur-fitur yang tersedia (beragamnya layanan yang digunakan, seperti transfer dana, pembayaran tagihan, dan investasi).

Dengan demikian, perilaku penggunaan aplikasi *mobile banking* tidak hanya mencakup seberapa sering aplikasi digunakan, tetapi juga bagaimana aplikasi tersebut berkontribusi pada pengolahan keuangan nasabah dan seberapa besar nilai yang dirasakan oleh pengguna dalam memanfaatkan teknologi perbankan digital.

2.3.3 Indikator Penggunaan *Mobile Banking*

Penggunaan aplikasi *Mobile banking* didefinisikan sebagai individu yang memanfaatkan aplikasi untuk kegiatan perbankan sehari-hari, yang diukur melalui beberapa indikator utama. Menurut

Rahmawati & Suharyono (2020) indikator-indikator ini mencakup frekuensi penggunaan, fitur yang digunakan, dan minat menggunakan ulang.

1. Frekuensi penggunaan

Frekuensi penggunaan aplikasi mengacu pada seberapa sering pengguna mengakses aplikasi dalam periode tertentu. Indikator ini penting untuk memahami pola perilaku penggunaan, apakah mereka menggunakan aplikasi secara rutin atau hanya pada saat-saat tertentu. Pengukuran frekuensi ini dapat memberikan wawasan tentang seberapa terintegrasinya aplikasi dalam kehidupan sehari-hari pengguna, serta seberapa besar ketergantungan mereka terhadap layanan perbankan digital. Dengan mengetahui frekuensi penggunaan, bank dapat mengidentifikasi kebutuhan penggunaan dan mengoptimalkan fitur yang ada untuk meningkatkan pengalaman pengguna.

2. Fitur yang Digunakan

Indikator ini merujuk pada jenis layanan dalam aplikasi *Mobile banking* yang paling sering dimanfaatkan oleh pengguna, seperti transfer dana, cek saldo, dan pembayaran tagihan. Memahami fitur yang paling banyak digunakan dapat membantu pengembang aplikasi untuk fokus pada peningkatan dan pengembangan fitur-fitur tersebut. Selain itu, informasi ini juga dapat memberikan gambaran tentang preferensi pengguna dalam melakukan transaksi perbankan, sehingga bank dapat menyesuaikan penawaran layanan dan promosi yang relevan dengan kebutuhan nasabah.

3. Minat Menggunakan Ulang

Minat menggunakan ulang adalah sejauh mana pengguna memiliki keinginan untuk terus menggunakan dan merekomendasikan aplikasi di masa depan. Indikator ini mencerminkan loyalitas pengguna terhadap aplikasi dan dapat menjadi prediktor penting untuk pertumbuhan pengguna baru melalui rekomendasi dari mulut ke mulut. Pengguna yang puas dan merasa mendapatkan manfaat dari aplikasi cenderung akan merekomendasikannya kepada orang lain, sehingga meningkatkan basis pengguna. Memahami minat menggunakan ulang juga membantu bank dalam merancang strategi pemasaran dan retensi yang lebih efektif.

2.4 Kepuasan Nasabah

2.4.1 Pengertian Kepuasan Nasabah

Kepuasan (*satisfaction*) berasal dari bahasa latin “satis” artinya cukup baik, me- madai dan “*facio*” artinya melakukan atau membuat. Kepuasan bisa diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu memadai Mulyawan dalam (Adimah *et al.*, 2022). Kepuasan konsumen tercapai apabila kualitas produk atau layanan dapat memenuhi atau bahkan melebihi harapan, keinginan, dan kebutuhan konsumen. Sebaliknya, jika kualitas tidak memnuhi eskpetasi tersebut, kepuasan tidak akan terwujud. Konsumen yang merasa tidak puas dengan barang atau jasa yang mereka terima cenderung akan mencari perusahaan lain yang dapat menyediakan kebutuhannya. (Viera Valencia & Garcia Giraldo, 2019).

Kepuasan nasabah terjadi ketika harapan nasabah sesuai atau dapat dipenuhi oleh kinerja atau mendekati terpenuhi bahkan dapat melebihi harapan nasabah. Nasabah adalah seseorang orang secara kontinu dan berulang kali datang ke suatu tempat yang sama untuk memuaskan keinginannya dengan memiliki suatu produk atau mendapatkan suatu jasa dan membayar produk atau jasa tersebut. (Yanti Febrini *et al.*, 2019)

Berdasarkan beberapa pengertian tersebut dapat ditarik kesimpulan, kepuasan nasabah merupakan perasaan yang tumbuh atas membandingkan hasil atau kinerja setelah nasabah menggunakan produk ataupun jasa yang diharapkan dengan apa yang dirasakan. Jadi, apabila hasil dari kinerja tersebut di bawah harapan nasabah maka nasabah akan merasakan tidak puas, sedangkan jika dari kinerja tersebut sesuai dengan harapan nasabah maka nasabah akan merasa puas begitupun juga jika kinerja dapat melampaui harapannya nasabah akan sangat puas. Apabila suatu Lembaga tersebut tidak dapat menciptakan rasa puas kepada nasabahnya maka tidak menutup kemungkinan nasabah tersebut akan mencari lembaga lain yang dirasa dapat memberikan rasa puas.

2.4.2 Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah

Untuk menentukan kepuasan nasabah terdapat lima faktor yang harus diperhatikan oleh perusahaan (Lukiana *et al.*, 2024) yaitu:

1. Kualitas produk, yaitu pelanggan akan merasa puas bila hasil menunjukkan kualitas produk yang mereka gunakan berkualitas.

2. Kualitas pelayanan atau jasa, yaitu pelanggan akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan yang diharapkan.
3. Emosi, yaitu pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi.
4. Harga, yaitu produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang *relative* murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggan.
5. Biaya, yaitu pelanggan tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan lagi atau membuang waktu untuk mendapatkan produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa tersebut.

2.4.3 Indikator Kepuasan Nasabah

Indikator dari kepuasan nasabah menurut Hawkins dan Lonney dikutip dalam (Viera Valencia & Garcia Giraldo, 2019) diantaranya:

1. Kesesuaian Harapan. Merupakan tingkat kesesuaian atas kinerja yang diharapkan nasabah dengan yang dirasakan nasabah, meliputi:
 - a. Produk yang didapat sesuai atau melampaui dengan apa yang diharapkan.
 - b. Pelayanan yang diberikan sesuai ataupun melebihi dengan harapan.
 - c. Fasilitas penunjang yang dirasakan sesuai ataupun melebihi

harapan.

2. Keseluruhan kepuasan. Merupakan keseluruhan nasabah untuk menggunakan produk atau layanan Kembali setelah dirinya merasa puas, terkait:
 - a. Bagaimana pelanggan menilai kualitas secara keseluruhan setelah berinteraksi dengan layanan.
 - b. Jika kinerja melebihi harapan, maka kepuasan akan tinggi, jika sebaliknya, kepuasan cenderung rendah.
 - c. Tingkat kepuasan yang tinggi biasanya dikaitkan dengan nasabah yang terus menerus menggunakan produk atau layanan tanpa berpindah ke bank yang lain dengan perilaku yang positif dimasa mendatang.
3. Kesiediaan Merekomendasi. Merupakan ketersediaan nasabah setelah menggunakan produk atau jasa untuk merekomendasikan kepada teman maupun kerabat, meliputi:
 - a. Menyarankan teman dan kerabat untuk menggunakan produk yang ditawarkan karena pelayanan yang diberikan memuaskan.
 - b. Menyarankan teman dan kerabat untuk menggunakan produk yang ditawarkan karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai.
 - c. Menyarankan teman dan kerabat untuk menggunakan produk yang ditawarkan karena memberikan nilai ataupun manfaat yang dirasakan seretelah menggunakan produk atau jasa tersebut.

2.4.4 Kepuasan Nasabah Dalam Perspektif Ekonomi Islam

Dalam ekonomi Islam, konsep kepuasan menurut Imam Al-Syatibi dikenal dengan istilah *maslahah*, yang merujuk pada sesuatu yang baik dan dapat diterima oleh akal sehat. Konsep “diterima akal sehat” berarti menciptakan manfaat, kebaikan, dan kebahagiaan bagi manusia. *Maslahah* merupakan sifat atau kemampuan barang dan jasa yang mendukung elemen serta tujuan dasar kehidupan manusia di dunia, yang tidak hanya dilihat dari perspektif materialis, tetapi juga mempertimbangkan aspek spiritualnya. Muttaqien (2020) dalam (Adimah *et al.*, 2022). Oleh karena itu, dalam memuaskan konsumen, prinsipnya harus memperhatikan tika dan nilai nilai dalam Islam. Allah SWT berfirman dalam Al-Qur’an Surah Ali-Imran ayat 159:

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ
وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ

Artinya: “Maka berkat rahmat Allah, engkau (Muhammad) berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya engkau menyuarakan keras dan berhati kejam, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekitarmu. karena itu, maafkanlah mereka dan mohonkanlah ampunan untuk mereka, dan bermusyawarah dengan mereka di dalam mereka itu. Kemudian apabila engkau telah membulatkan tekad, maka bertawakallah kepada Allah. Sungguh, Allah mencintai orang yang bertawakal.” (QS. Ali Imran: 159).

Ayat ini menjelaskan bahwa dapat diterapkan dalam konteks kepuasan nasabah dengan penekanan pentingnya sikap lembut, sabar, dan penuh pengertian dalam berinteraksi dengan mereka. Dalam dunia bisnis atau layanan keuangan, seperti dalam hubungan

dengan nasabah, penting untuk menjaga komunikasi yang baik Sikap maaf, memaafkan, dan bermusyawarah dalam ayat ini mencerminkan pentingnya mendengarkan keluhan atau kebutuhan nasabah, serta mencari solusi Bersama secara terbuka dan penuh pertimbangan. Hal ini juga mencerminkan tawakal kepada Allah setelah mengambil keputusan yang tepat menunjukkan bahwa setelah melakukan usaha terbaik dalam memberikan pelayanan yang baik, kita tetap menyerahkan hasilnya kepada Allah, yang mencintai orang yang bertawakal. Dalam konteks ini, tawakal bearti mengandalkan Allah dalam setiap proses pelayanan, sambil berusaha semaksimal mungkin untuk memnuhi kebutuhan nasabah.

2.5 Penelitian Terdahulu

Perkembangan teknologi digital telah mengubah pola transaksi perbankan, di mana *mobile banking* menjadi salah satu layanan yang paling banyak digunakan nasabah. Beberapa penelitian terdahulu telah mengkaji berbagai aspek kualitas layanan yang mempengaruhi penggunaan aplikasi *mobile banking* syariah, khususnya Bank Syariah Indonesia (BSI). Pengalaman penggunaan dan kepercayaan sebagai Faktor Kunci penelitian terdahulu menurut firmansyah dan Pradana (2023) menggunakan metode survei kuantitatif untuk mengumpulkan data dari nasabah yang menggunakan aplikasi *mobile banking* syariah. Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa kualitas pengalaman pengguna (*user experience*) dan tingkat kepercayaan nasabah memiliki pengaruh signifikan terhadap Keputusan pengguna layanan. Temuan ini menunjukkan bahwa

antarmuka yang intuitif dan sistem yang tepercaya menjadi pertimbangan utama nasabah dalam mengadopsi layanan digital perbankan syariah.

Persepsi Manfaat dan Keamanan pada Generasi Muda Studi menurut penelitian oleh Rachmawati dan M.F. (2022) juga menggunakan metode survei, dengan fokus pada kalangan mahasiswa. Penelitian ini menemukan bahwa persepsi manfaat yang jelas dan jaminan keamanan yang kuat merupakan faktor dominan dalam membentuk minat penggunaan. Analisis data dilakukan dengan teknik analisis deskriptif dan inferensial, yang menggarisbawahi pentingnya edukasi tentang manfaat fitur serta transparansi sistem keamanan untuk menarik pengguna muda.

Relevansi dan Ruang Penelitian Meskipun berbagai penelitian terdahulu telah memberikan landasan empiris yang kuat, masih terdapat beberapa celah pengetahuan yang perlu dieksplorasi lebih lanjut. Variasi hasil pada beberapa dimensi kualitas layanan, serta fokus spesifik pada karakteristik nasabah BSI di Banda Aceh dengan budaya dan kebutuhan yang unik, menjadikan penelitian ini memiliki nilai akademis dan praktis. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi baru dengan mengintegrasikan berbagai faktor kualitas layanan. Berikut adalah rangkuman penelitian terdahulu dengan topik pengaruh kualitas layanan dan penggunaan aplikasi *mobile banking* terhadap kepuasan nasabah khususnya Bank Syariah Indonesia.

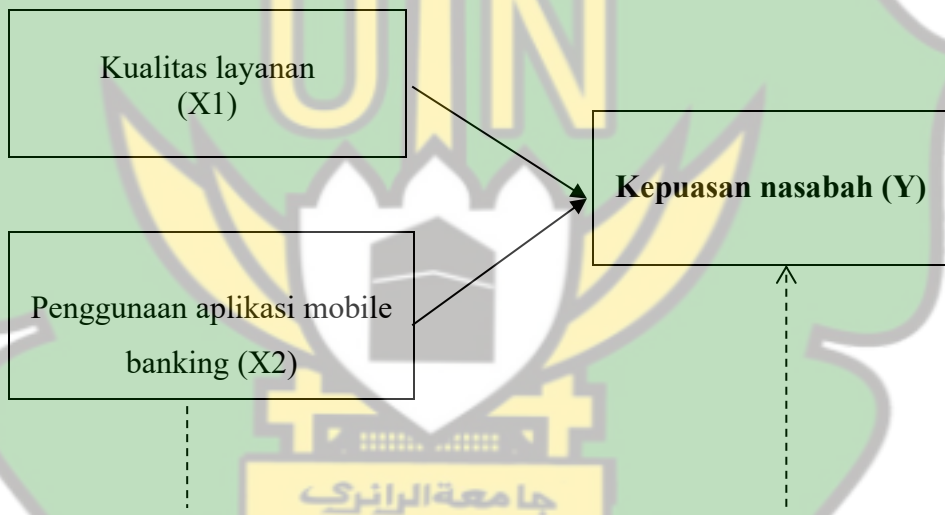
Tabel 2.1
Daftar Penelitian Terdahulu

| No. | Peneliti (Tahun) | Judul Penelitian | Hasil/Temuan Utama |
|-----|---|---|--|
| 1. | Firmansyah,A. & Pradana,A.P (2023) | Pengaruh kualitas pengalaman pengguna dan kepercayaan terhadap keputusan penggunaan mobile banking syariah. | Kualitas Pengalaman Pengguna (userexperience) dan Kepercayaan Memiliki Pengaruh Signifikan Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Aplikasi Mobile Banking Syariah. |
| 2. | Rachmawati,D.,& M.F. (2022). | Peran persepsi manfaat dan keamanan Membentuk minat penggunaan banking syariah di kalangan mahasiswa | Persepsi manfaat yang jelas dan jaminan keamanan yang kuat adalah factor yang mempengaruhi mahasiswa untuk menggunakan <i>mobile banking</i> syariah. |
| 3. | Mardiana & Sari (2021). | Analisis Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Syariah | Kualitas Layanan Berpengaruh Signifikan Terhadap Kepuasan Nasabah. |
| 4. | Rahim, AK, M. F., & Karina, N. A. (2022). | Pengaruh Kualitas Layanan Dalam Perspektif Islam Terhadap Kepuasan Nasabah Pada <i>Mobile Banking</i> Bsi. | Kualitas Layanan Berpengaruh Signifikan Terhadap Kepuasan Nasabah |

2.6 Kerangka Berfikir

Menurut Hardani, dkk (2020) kerangka berpikir sebuah model atau gambaran yang berupa konsep yang didalamnya menjelaskan tentang hubungan antara variabel yang satu dengan variabel lainnya. Sebaiknya kerangka berpikir dalam bentuk diagram atau skema, dengan tujuan untuk mempermudah memahami beberapa variabel yang lainnya:

**GAMBAR 2.2
KERANGKA BERFIKIR**



2.6 Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah. Karena sifatnya masih sementara, maka perlu dibuktikan kebenarannya melalui data empirik yang terkumpul (Ramdhan, 2021). Adapun hipotesis yang penulis ajukan adalah sebagai berikut:

- 1) H_{01} : Kualitas layanan tidak berpengaruh terhadap

kepuasan nasabah PT. Bank Syariah Indonesia di Banda Aceh.

Ha1 : Kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Syariah Indonesia di Banda Aceh.

2) H02 : Penggunaan aplikasi *mobile banking* tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Syariah Indonesia di Banda Aceh.

Ha2 : Penggunaan aplikasi *mobile banking* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Syariah Indonesia di Banda Aceh.

3) H03 : *Kualitas layanan* dan penggunaan aplikasi *mobile banking* nasabah tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Syariah Indonesia Kota Banda Aceh.

Ha3 : *Kualitas layanan* dan penggunaan aplikasi *mobile banking* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Syariah Indonesia Kota Banda Aceh.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filosofi positivisme, digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara acak, pengumpulan dan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono 2019). Penelitian ini menggunakan metode dengan menyebarkan kuesioner melalui google form secara *online*, sesuai dengan definisi masalah dan tujuan penelitian yang telah ditetapkan.

3.2 Jenis data dan sumber data

Sumber data terbagi atas dua jenis, yaitu data primer dan data sekunder. Menurut Ramdhan (2021) yang dimaksud data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, yaitu data yang dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada para responden.

Pengumpulan data tersebut dilakukan untuk mengatasi masalah riset yang sedang diteliti. Sumber dari data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada nasabah dari BSI di Kota Banda Aceh yang menggunakan *mobile banking*.

3.3 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Kota Banda Aceh, Provinsi Aceh. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada beberapa pertimbangan strategis. Kota Banda Aceh, sebagai ibu kota provinsi, berfungsi sebagai pusat kegiatan pemerintahan, ekonomi, pendidikan, dan layanan publik di Aceh. Sebagai kota yang aktif dalam mendukung pengembangan ekonomi berbasis syariah, Banda Aceh menunjukkan tingkat penetrasi layanan perbankan syariah yang cukup tinggi, termasuk dalam penggunaan aplikasi *mobile banking* syariah seperti *mobile banking*. Selain itu, pemilihan lokasi ini juga didukung oleh fenomena yang ada di masyarakat, yaitu masih terdapat keluhan dari sebagian pengguna aplikasi *mobile banking* mengenai kualitas layanan digital yang mereka terima. Keluhan tersebut meliputi kendala dalam penggunaan fitur, lambatnya akses layanan, hingga masalah teknis yang mengganggu kenyamanan saat bertransaksi. Oleh karena itu, Kota Banda Aceh dianggap sebagai lokasi yang relevan untuk penelitian ini, guna mengevaluasi dan menganalisis pengaruh kualitas layanan digital terhadap perilaku penggunaan aplikasi *mobile banking* BSI oleh nasabah.

Waktu pelaksanaan penelitian ini direncanakan berlangsung selama dua minggu, dimulai dari proses penyebaran instrumen

penelitian (kuesioner) kepada responden hingga tahap akhir pengumpulan data. Estimasi waktu tersebut mencakup serangkaian kegiatan seperti persiapan instrumen, uji coba kuesioner (try out), penyebaran kuesioner baik secara langsung maupun melalui media digital, serta proses validasi dan verifikasi data yang diterima. Dengan alokasi waktu ini, diharapkan peneliti dapat memperoleh data yang cukup dan representatif untuk dianalisis secara kuantitatif.

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2020), populasi merupakan wilayah generalisasi yang secara umum meliputi objek/subjek dengan kualitas dan karakteristik tertentu. Dalam penelitian ini populasinya adalah Nasabah PT. Bank syariah indonesia di banda aceh yang menggunakan aplikasi *Mobile Banking* yang jumlahnya tidak diketahui karena dari pihak bank tidak mempublikasikan jumlah data nasabah dikarenakan mungkin ini adalah rahasia dari pihak bank, sehingga peneliti tidak mengetahui jumlah pasti data nasabah yang menggunakan *mobile banking* BSI.

3.4.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2020), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik populasi orang diantaranya termasuk dalam kelompok populasi tersebut. Sampel sebanyak ini diperoleh karena penelitian ini tidak dapat diteliti oleh seluruh anggota populasi konsumen. Kriteria responden dalam penelitian ini adalah:

1. Merupakan nasabah BSI yang berdomisili di Kota Banda Aceh.

2. Aktif menggunakan aplikasi *mobile banking* dalam 3 bulan terakhir.
3. Bersedia menjadi responden dan mengisi kuesioner penelitian.

Perhitungan sampel dengan pendekatan rumus Lemeshow dapat digunakan untuk menghitung jumlah sampel dengan total populasi yang tidak dapat diketahui secara pasti. Dalam menghitung jumlah populasi yang menggunakan rumus Lemeshow sebagai berikut:

$$n = z^2 \cdot P \cdot (1 - P)$$

$$d^2$$

Keterangan :

n = Jumlah Sampel

z = Nilai standar 95% = 1,96 p = Maksimal estimasi

d = Tingkat Kesalahan

Dari Rumusan tersebut maka penentuan jumlah sampel dengan menggunakan rumus Lemeshow dengan maksimal estimasi 50% dan Tingkat kesalahan 10%.

$$n = 1.962 \cdot 0,5 (1-0,5) 0,12$$

$$n = 3,8416 \cdot 0,5 \cdot 0,5$$

$$0,12$$

$$n = 0,9604$$

$$0,12$$

$$n = 96,04 = 97$$

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut, maka jumlah sampel yang didapatkan untuk memudahkan penelitian digenapkan menjadi

97 responden.

3.5 Teknik pengambilan sampling

Teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel. Untuk sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat berbagai teknik sampling yang dikelompokkan menjadi dua yaitu *Probability Sampling* dan *Nonprobability Sampling*. Metode sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Nonprobability sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Ramdhan, 2021). Secara lebih detail, metode yang dipakai dalam pengambilan sampel penelitian ini yaitu menggunakan metode *purposive sampling*, yaitu pengambilan sampel menurut kriteria yang telah ditetapkan. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan kriteria yang harus dipenuhi oleh para responden yaitu nasabah BSI di Kota Banda Aceh yang menggunakan *mobile banking*.

3.6 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

3.6.1 Sumber Data

Dalam penelitian ini, data yang digunakan merupakan data primer, bahwa “teknik pengumpulan data adalah langkah-langkah yang sangat penting dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah memperoleh data yang tepat, sehingga tanpa pemahaman tentang teknik pengumpulan data, peneliti tidak akan memperoleh data yang sesuai dengan standar yang ditetapkan.” Data

primer dalam penelitian ini diperoleh melalui penyebaran kuesioner yang diberikan oleh peneliti kepada nasabah BSI, yang kemudian nasabah BSI mengisi kuesioner tersebut. (Sugiyono 2023).

3.6.2 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data dilakukan melalui penggunaan kuesioner. Kuesioner atau angket adalah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan sejumlah pertanyaan terkait dengan masalah yang diteliti. Kuesioner adalah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan sekelompok pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. (Sugiyono 2021).

Kuesioner dalam penelitian ini disebarakan kepada responden melalui Google kepada Nasabah PT. Bank syariah indonesia BSI Banda Aceh, Kuesioner merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan sejumlah pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden yang telah ditentukan untuk dijawab.

3.7 Skala Pengukuran

Skala yang digunakan dalam kuisioner ini adalah skala Likert, yang berfungsi untuk mengukur sikap, pandangan, dan persepsi individu atau kelompok terhadap fenomena yang terkait dengan objek penelitian menurut (Sugiyono 2021). Untuk penilaian pada jawaban kuisioner diberi skor seperti tabel sebagai berikut:

Tabel 3.1
Skala Pengukuran Data

| NO | Alternatif Jawaban | Skor |
|-----------|---------------------------|-------------|
| 1 | Sangat Setuju (SS) | 5 |
| 2 | Setuju (S) | 4 |
| 3 | Kurang Setuju (KS) | 3 |
| 4 | Tidak Setuju (TS) | 2 |
| 5 | Sangat Tidak Setuju (STS) | 1 |

(Sugiyono 2021) Penilaian skor skala likert kusioner diatas, jawaban sangat setuju ditandai dengan skor 5, Setuju dengan skor 4, Netral dengan skor 3, Tidak Setuju dengan skor 2, dan Sangat Tidak Setuju dengan skor 1.

3.8 Definisi Variabel Penelitian

Variabel penelitian merujuk pada segala hal yang diidentifikasi oleh peneliti untuk dianalisis, sehingga informasi terkait dapat dikumpulkan dan kemudian diolah untuk diambil kesimpulan (Sugiyono, 2021).

1. Variabel Bebas (Independen)

Variabel bebas adalah variabel yang berperan dalam menyebabkan perubahan pada variabel lain atau yang mempengaruhi variabel terikat (Ismayani, 2020). Dalam penelitian ini, variabel bebas terdiri dari Kualitas Layanan (X1)

dan penggunaan aplikasi mobile banking (X2)

2. Variabel Terikat (Dependen)

Menurut Ismayani (2020), variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas. Dengan demikian, variabel terikat memiliki hubungan atau ketergantungan terhadap variabel bebas. Dalam penelitian ini, variabel terikat yang dianalisis adalah kepuasan nasabah (Y).

Variabel operasional merujuk pada atribut, karakteristik, atau nilai dari suatu objek atau aktivitas yang memiliki variasi tertentu dan telah diidentifikasi oleh peneliti untuk dianalisis dan diambil kesimpulan. Penting untuk mengembangkan identifikasi variabel penelitian guna menghindari kesalahan saat pengumpulan data. Oleh karena itu, operasionalisasi variabel dalam penelitian ini akan dijelaskan secara rinci dalam tabel berikut.



Tabel 3.2
Definisi Operasional Variabel

| No | Variabel | Definisi | Indikator |
|----|-----------------------|--|---|
| 1. | Kualitas Layanan (X1) | Kualitas layanan didefinisikan sebagai upaya untuk memenuhi dan bahkan melebihi harapan pelanggan terhadap layanan yang diberikan. Salah satu teori yang paling umum digunakan untuk mengukur kualitas layanan adalah model SERVQUAL. (Syahputri, A.2023). | 1. <i>Reliability</i> 2. <i>Responsiviness</i> 3. <i>Assurance</i> 4. <i>Empathy</i> 5. <i>Tangibles</i> (Syahputri, A. 2023). |

| | | | |
|----|--|--|--|
| 2. | Pengguna aplikasi BSI <i>mobile</i> (X2) | Penggunaan BSI <i>Mobile</i> dipengaruhi persepsi kegunaan dan kemudahan (Davis, 1989), dengan intensitas diukur dari frekuensi, fitur yang digunakan, dan minat berkelanjutan (Rahmawati & Suharyono, 2020). | <ol style="list-style-type: none"> 1. Frekuensi Pengguna 2. Fitur yang Digunakan 3. Minat menggunakan ulang <p>Rahmawati,N.,& Suharyono, S. (2020).</p> |
| 3. | Kepuasan nasabah (Y) | Kepuasan nasabah tercapai saat kinerja memenuhi atau melebihi harapan, dengan nasabah sebagai individu yang berulang kali menggunakan produk atau jasa untuk memenuhi kebutuhannya (Yanti Febrini et al., 2019). | <ol style="list-style-type: none"> 1. Kesesuaian Harapan 2. Keseluruhan kepuasan 3. Kesiediaan Merekomendasikan <p>Hawkins dan Lonney (2019)</p> |

3.9 Instrumen Penelitian

3.9.1 Uji Validitas

Menurut (Ramdhan, 2021), uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya

suatu kuesioner. Uji validitas merupakan suatu instrumen yang digunakan untuk mengukur suatu data yang telah didapatkan benar-benar data yang valid atau tepat. Uji validasi dalam penelitian ini menggunakan aplikasi SPSS.

3.9.2 Uji Reliabilitas

Menurut (Ramadhan, 2021) menyatakan bahwa uji reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur yang sama pula. Adapun untuk menguji reliabilitas instrumen yaitu dengan melihat koefisien *Alpha Cronbach*.

3.10 Uji asumsi klasik

Uji asumsi klasik adalah langkah awal yang harus dilakukan sebelum melakukan analisis regresi linier berganda. Pengujian ini bertujuan untuk memastikan bahwa koefisien regresi bersifat tidak biasa, konsisten, dan memiliki akurasi dalam estimasi. Uji asumsi klasik bertujuan untuk

menunjukkan bahwa data yang diuji telah memenuhi syarat normalitas, bebas dari multikolonialitas, autokorelasi, dan heteroskedastisitas, sehingga analisis regresi linier dapat dilanjutkan. Selain itu, sebuah model dianggap baik dan layak digunakan untuk prediksi jika telah lulus serangkaian uji asumsi klasik yang melandasinya. (Ghozali 2022).

3.10.1 Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah variabel pengganggu atau residual dalam model regresi mengikuti distribusi normal. Sebuah model regresi yang baik seharusnya memiliki distribusi data normal (Ghozali 2022).

3.10.2 Uji multikolonieritas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk mengidentifikasi apakah terdapat hubungan antar variabel independen dalam suatu model regresi. Suatu model regresi yang baik seharusnya tidak menunjukkan adanya korelasi antara variabel-variabel independen. Apabila variabel independen

saling menetap, maka variabel tersebut tidak bersifat ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel independen yang memiliki korelasi antar sesama variabel independen yang nilainya sama dengan nol (Ghozali 2022).

3.10.3 Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah uji yang bertujuan untuk mengidentifikasi apakah terdapat perbedaan varian dari sisa pengamatan dalam model regresi. Jika varians residu antar pengamatan tetap sama, hal tersebut disebut Homoskedastisitas, sedangkan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas. Model regresi yang ideal adalah yang memenuhi Homoskedastisitas atau tidak mengandung Heteroskedastisitas. Umumnya, data *cross-section* cenderung menunjukkan heteroskedastisitas karena mencakup data yang mewakili berbagai ukuran, seperti (kecil, sedang, dan besar) (Ghozali 2022).

3.11 Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis Regresi Linier Berganda X_1 X_2

Analisis regresi linier berganda merupakan metode untuk menentukan apakah dua atau lebih variabel independen (X) berpengaruh besar terhadap variabel dependen (Y) atau tidak, analisis regresi linier berganda menggunakan lebih dari satu variabel (Roza et al., 2020). Adapun rumus yang digunakan dalam model regresi linier berganda adalah (Suyono, 2018):

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2$$

Keterangan:

Y = variabel dependen (kepuasan nasabah)

X1= variabel independen (kualitas layanan)

X2= variabel independen (penggunaan aplikasi mobile banking) a, β_1 , dan β_2 = konstanta

3.12 Uji Hipotesis

Hipotesis dapat didefinisikan sebagai jawaban sementara yang kebenarannya harus diuji atau rangkuman kesimpulan secara teoritis yang diperoleh melalui tinjauan pustaka. Untuk mengetahui ketetapan model regresi sampel dalam menentukan nilai aktualnya dapat diukur dari *goodness of fit*-nya. Pengujian ini dapat diukur dari uji simultan (uji F), uji

parsial (uji t) dan koefisien determinasi (R²).

3.12.1 Uji T

Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2018). Hipotesis yang digunakan adalah:

1) H01 : Kualitas layanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah PT. Bank syariah indonesia di banda aceh.

Ha1 : Kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah PT. Bank syariah indonesia di banda aceh.

2) H02 : Penggunaan aplikasi *mobile banking* tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah PT. Bank syariah indonesia di banda aceh.

Ha2 : Penggunaan aplikasi *mobile banking* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah PT. Bank syariah indonesia di banda aceh.

Uji t dapat dilakukan dengan membandingkan nilai t hitung terhadap nilai tabel dengan kriteria tersebut:

- 1) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka ditolak dan diterima.
- 2) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka diterima dan ditolak.

3.12.2 Uji F

Uji F digunakan untuk menguji apakah seluruh variabel independen yang dimasukkan ke dalam model secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen. Uji ini dilakukan dengan tingkat signifikansi (α) sebesar 5%, dan menggunakan distribusi F dengan derajat kebebasan ($\alpha; K-1, n-K-1$). (Ghozali 2022).

Kriteria pengujian:

- a. $F_{hitung} < F_{tabel}$ atau signifikansi > 0.05 . H_0 diterima, artinya variabel independen secara serentak atau bersamaan tidak mempengaruhi variabel dependen secara signifikan.
- b. $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau signifikansi > 0.05 . H_0 ditolak, artinya variabel independen secara serentak atau bersama-sama mempengaruhi variabel dependen secara signifikan.

3.13 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. (Ghozali2022).



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Bank Syariah Indonesia

4.1.1 Sejarah Singkat PT. Bank Syariah Indonesia

Bank syariah indonesia (BSI) yang digadang bakal meningkatkan pasar keuangan syariah indonesia dimata dunia, akhirnya mulai beroperasi sejak diluncurkannya pada senin, 1 Februari 2021. Pendirian Bank Syariah Indonesia ini adalah bagian dari upaya dan komitmen Pemerintah dalam memajukan ekonomi syariah sebagai pilar baru kekuatan ekonomi nasional yang juga secara jangka panjang akan mendorong Indonesia sebagai salah satu pusat keuangan syariah dunia. Bank Syariah Indonesia merupakan penggabungan (merger) dari 3 Bank BUMN yaitu PT Bank BRI syariah Tbk, PT Bank BNI Syariah dan PT Bank Syariah Mandiri.

Dengan merger ini maka perbankan syariah di Indonesia akan menjadi lebih inovatif, lebih bermanfaat, dan lebih kuat sehingga bisa menjadi bagian dari motor pembangunan Indonesia. Dalam perkembangannya perekonomian syariah di Indonesia, Bank Syariah Indonesia memiliki fokus untuk menumbuhkan segmen UMKM dalam ekosistem yang lebih terintegrasi mulai dari pelayanan retail dan consumer, serta mengembangkan segmen layanan digital dengan produk yang lebih inovatif termasuk pada lini bisnis global. Tentu saja dalam aktivitas proseduralnya akan menerapkan prinsip Syariah.

Bank Syariah Indonesia Banda Aceh, Kota Banda Aceh, Aceh 2312, dapat mendorong perekonomian syariah di bumi Aceh serta peran penting perbankan sebagai motor pembangunan dan lembaga intermediasi sektor keuangan. Terlebih lagi kondisi ekonomi di Aceh saat ini terutama sektor Usaha Kecil dan Menengah (UKM) sangat dominan di masyarakat. Bank Syariah Indonesia melayani pembelian rumah, ruko, tanah, pembangunan, renovasi, ambil alih pembiayaan (*take over*) dan pembiayaan berulang (*Refinancing*). Akad yang digunakan dalam pembiayaan kepemilikan rumah di Bank Syariah Indonesia adalah akad Murabahah. Akad murabahah adalah akad jual-beli antara bank dengan nasabah, dimana bank membeli barang yang dibutuhkan dan menjualnya kepada nasabah sebesar harga pokok ditambah dengan margin yang telah disepakati. Selain melakukan akad murabahah, PT Bank Syariah Indonesia Banda Aceh mengkombinasikan antara akad murabahah dengan akad wakalah untuk hal pembelian rumah kepada nasabah sebelum dilakukan akad murabahah.

4.1.2 Visi Misi Bank Syariah Indonesia

Setiap perusahaan/lembaga yang akan menjalankan kegiatan usahanya tentu memiliki visi dan misi. Visi PT Bank Syariah Indonesia adalah menjadi bank ritel modern terkemuka dengan ragam layanan finansial sesuai kebutuhan nasabah dengan jangkauan termudah untuk kehidupan lebih bermakna.

Adapun misi dari Bank Syariah Indonesia Banda Aceh yaitu :

1. Memberikan akses solusi keuangan syariah di Indonesia

Melayani lebih dari 20 juta nasabah dan menjadi top 5 bank berdasarkan asset 500 Triliyun dan nilai buku 50 Triliyun di tahun 2025.

2. Menjadi Bank besar yang memberikan nilai terbaik bagi para pemegang saham Top 5 Bank yang paling profitable di Indonesia.
3. Menjadi perusahaan pilihan dan kebanggaan para talenta terbaik Indonesia Perusahaan dengan nilai yang kuat dan memberdayakan masyarakat serta berkomitmen pada pengembangan karyawan dengan budaya berbasis kinerja.

4.2 Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini adalah nasabah yang menggunakan aplikasi *mobile banking* BSI. Peneliti menyebarkan kuesioner melalui *Goggle Form* dengan jumlah responden 97 Nasabah. Sebelum dilakukan analisis, terlebih dahulu peneliti akan menjelaskan data responden merupakan sampel dari nasabah yang berdomisili di kota Banda Aceh pada bank Syariah Indonesia. Adapun karakteristik yang diijelaskan oleh peneliti yaitu kecamatan, jenis kelamin, usia, Pendidikan terakhir, lama menjadi nasabah BSI, lama menggunakan aplikasi *mobile banking*, frekuensi penggunaan aplikasi *mobile banking*, tujuan utama menggunakan aplikasi *mobile banking*, apakah anda puas dengan pelayanan aplikasi *mobile banking*.

4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili

Kecamatan

Tabel 4.1

Distribusi Responden Berdasarkan Domisili (Kecamatan)

| No | Domisili (Kecamatan) | Frekuensi | Presentase |
|----|----------------------|-----------|------------|
| 1 | Baiturrahman | 4 | 4% |
| 2 | Kuta Alam | 11 | 11% |
| 3 | Meuraxa | 10 | 10% |
| 4 | Syiah Kuala | 50 | 50% |
| 5 | Ulee Kareng | 17 | 17% |
| 6 | Banda Raya | 2 | 2% |
| 7 | Jaya Baru | 1 | 2% |
| 8 | Lueng Bata | 1 | 2% |
| 9 | Kuta Raja | 1 | 2% |
| | Total | 97 | 100% |

Sumber : Data diolah (2025)

Distribusi responden berdasarkan domisili (kecamatan) menunjukkan bahwa mayoritas responden berasal dari Kecamatan Baiturrahman, dengan jumlah 4 orang atau sebesar (4%). Disusul oleh Kecamatan Kuta Alam sebanyak 11 responden atau sebesar (11%) dan Meuraxa sebanyak 10 responden atau sebesar (10%). Sementara itu, kecamatan dengan jumlah responden paling sedikit adalah Jaya Baru, Lueng Bata, Kuta Raja yang hanya menyumbang 1 responden atau sebesar (2%). Kecamatan Syiah Kuala menyumbang 50 responden atau sebesar (50%). Kecamatan Ulee Kareng menyumbang 17 responden atau sebesar (17%) dan sedangkan Banda Raya menyumbang 2 responden atau sebesar (2%).

4.2.2 Karakteristik Responden Jenis Kelamin

Tabel 4.2

Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

| No | Jenis Kelamin | Frekuensi | Presentase |
|----|---------------|-----------|------------|
| 1 | Perempuan | 71 | 71% |
| 2 | Laki-laki | 26 | 29% |

Sumber : Data diolah (2025)

Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin Nasabah pada PT. Bank Syariah Indonesia Di Banda Aceh Sebanyak 71% dari jenis kelamin perempuan sedangkan 29% sisanya berjenis kelamin laki-laki. Hal ini menunjukkan bahwa dalam penelitian ini didominasi oleh perempuan.

4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia Responden

Tabel 4.3
Distribusi Responden Berdasarkan Usia

| No | Usia Responden | Frekuensi | Presentase |
|----|-----------------|-----------|------------|
| 1 | 18-25 tahun | 67 | 67% |
| 2 | 26-35 tahun | 15 | 17% |
| 3 | 36-45 tahun | 15 | 16% |
| 4 | 45-55 tahun | 0 | 0% |
| 5 | 56 tahun keatas | 0 | 0% |
| | Total | 97 | 100% |

Sumber : Data diolah (2025)

Distribusi responden berdasarkan usia menunjukkan dominasi kelompok usia 18-25 tahun, yang mencakup 67 dari 97 responden atau sebesar (67%). Kelompok usia ini merupakan mayoritas yang sangat signifikan dibandingkan kelompok usia lainnya. Sedangkan pada umur yang diatas 56 tahun tidak ditemukan pada penelitian ini. Hal ini bisa mengindikasikan bahwa responden sebagian besar berada pada usia produktif atau dewasa muda.

4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Tabel 4.4
Distribusi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

| No | Pendidikan Terakhir | Frekuensi | Presentase |
|----|---------------------|-----------|------------|
| 1 | SD s/d SMP | 0 | 0% |
| 2 | SMA/SMK | 39 | 39% |
| 3 | Diploma | 25 | 28% |
| 4 | Sarjana (S1) | 33 | 33% |
| 5 | Pacasarjana (S2) | 0 | 0% |
| | Total | 97 | 100% |

Sumber : Data diolah (2025)

Distribusi responden berdasarkan pendidikan terakhir menunjukkan bahwa mayoritas responden merupakan lulusan SMA/SMK, dengan jumlah 39 orang atau sebesar (39%) dari total 97 responden. Ini menunjukkan bahwa lebih dari separuh responden memiliki latar belakang pendidikan tinggi. Responden dengan pendidikan tingkat Sarjana (S1) menempati urutan kedua terbanyak, yaitu sebanyak 33 orang (33%). Sementara itu, responden dengan pendidikan Diploma (D1 hingga D3) hanya berjumlah 25 orang (28%), dan yang (SD SMP hingga S2 tercatat sebanyak 0 orang (0%).

4.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Penggunaan Menjadi Nasabah BSI

Tabel 4.5
Distribusi Responden Berdasarkan Lama menjadi Nasabah BSI

| No | Lama menggunakan Byond by BSI | Frekuensi | Presentase |
|----|-------------------------------|-----------|------------|
| 1 | Kurang dari 1 tahun | 5 | 5% |
| 2 | 1-3 tahun | 83 | 83% |
| 3 | 4-5 tahun | 8 | 8% |
| 4 | Lebih dari 5 tahun | 1 | 4% |

| | | |
|-------|----|------|
| Total | 97 | 100% |
|-------|----|------|

Sumber : Data diolah (2025)

Distribusi responden berdasarkan lama menjadi nasabah BSI menunjukkan bahwa sebagian besar responden, yaitu 83 orang atau 83%, telah lama menjadi nasabah BSI selama lebih dari 1-3 tahun. Sementara itu, sebanyak 8 responden (8%) merupakan lama menjadi nasabah BSI 4-5 tahun. Dan yang paling sedikit ialah 1 atau 4% yaitu lebih dari 5 tahun yang lama menjadi nasabah BSI.

4.2.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama menggunakan Aplikasi *Mobile Banking*

Tabel 4.6
Distribusi Responden Berdasarkan Lama penggunaan aplikasi *mobile banking*

| No | Lama menggunakan aplikasi <i>mobile banking</i> | Frekuensi | Presentase |
|----|---|-----------|------------|
| 1 | Kurang dari 6 bulan | 4 | 7% |
| 2 | 6 bulan-1 tahun | 14 | 14% |
| 3 | 1-2 tahun | 66 | 66% |
| 4 | Lebih dari 2 tahun | 13 | 13% |
| | Total | 97 | 100% |

Sumber : Data diolah (2025)

Distribusi responden berdasarkan lama menggunakan aplikasi *mobile banking* menunjukkan bahwa sebagian besar responden, yaitu 66 orang atau 66%, telah menggunakan aplikasi tersebut selama lebih dari 1-2 tahun. Sementara itu, sebanyak 4 responden (7%) merupakan yang baru menggunakan aplikasi dibawah 6 bulan. Data ini mengindikasikan bahwa mayoritas responden memiliki pengalaman yang relatif cukup dalam menggunakan aplikasi *mobile banking*, yang berpotensi

memberikan masukan atau penilaian yang lebih matang terhadap fitur dan layanan aplikasi tersebut.

4.2.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan Aplikasi *Mobile Banking*

Tabel 4.7
Distribusi Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan aplikasi *mobile banking*

| No | frekuensi penggunaan aplikasi <i>mobile banking</i> | Frekuensi | Presentase |
|----|---|-----------|------------|
| 1 | harian | 88 | 88% |
| 2 | mingguan | 7 | 7% |
| 3 | bulanan | 2 | 5% |
| 4 | jarang | 0 | 0% |
| | Total | 97 | 100% |

Sumber : Data diolah (2025)

Distribusi responden berdasarkan frekuensi penggunaan aplikasi *mobile banking* menunjukkan bahwa sebagian besar responden, yaitu 88 orang atau (88%), telah menggunakan aplikasi *mobile banking* BSI. Sementara itu, sebanyak 7 responden (7%) merupakan yang menggunakan aplikasi *mobile banking* mingguan. Data ini mengindikasikan bahwa mayoritas responden memiliki pengalaman yang relatif cukup dalam penggunaan aplikasi *mobile banking*, yang berpotensi memberikan masukan atau penilaian yang lebih matang terhadap fitur dan layanan aplikasi tersebut.

4.2.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Tujuan Utama penggunaan Aplikasi *Mobile Banking*

Tabel 4.8
Distribusi Responden Berdasarkan Tujuan Utama penggunaan aplikasi *mobile banking*

| No | Tujuan utama menggunakan aplikasi <i>mobile banking</i> | Frekuensi | Presentase |
|----|---|-----------|------------|
| 1 | Transfer antar rekening | 84 | 87% |
| 2 | Pembayaran tagihan/pembelian | 9 | 9% |
| 3 | Pengecekan saldo/mutasi | 4 | 4% |
| 4 | Top-up e-wallet | 0 | 0% |
| | Total | 97 | 100% |

Sumber : Data diolah (2025)

Distribusi responden berdasarkan tujuan utama menggunakan aplikasi *mobile banking* menunjukkan bahwa sebagian besar responden, yaitu 84 orang atau (87%), tujuan utama menggunakan aplikasi *mobile banking* tersebut transfer antar rekening. Sementara itu, sebanyak 3 responden (3%) merupakan tujuan utama menggunakan aplikasi *mobile banking* top-up e-wallet. Data ini mengindikasikan bahwa mayoritas responden memiliki pengalaman yang relatif cukup dalam tujuan utama menggunakan aplikasi *mobile banking*, yang berpotensi memberikan masukan atau penilaian yang lebih matang terhadap fitur dan layanan aplikasi tersebut.

4.2.9 Karakteristik Responden Berdasarkan kepuasan Pelayanan Aplikasi *Mobile Banking*

Tabel 4.9
Distribusi Responden Berdasarkan kepuasan Pelayanan *mobile banking*

| No | Apakah anda puas dengan pelayanan aplikasi <i>mobile banking</i> | Frekuensi | Presentase |
|----|--|-----------|------------|
| 1 | Ya | 97 | 97% |
| 2 | Tidak | 0 | 3% |
| | Total | 97 | 100% |

Sumber : Data diolah (2025)

Distribusi responden berdasarkan apakah anda puas dengan pelayanan aplikasi *mobile banking* menunjukkan bahwa sebagian besar responden, yaitu 97 orang atau 100%, telah puas dengan pelayanan aplikasi tersebut. Sementara itu, sebanyak 0 responden (3%) merupakan tidak puas dengan pelayanan aplikasi *mobile banking*. Data ini mengindikasikan bahwa mayoritas responden memiliki pengalaman yang relatif cukup dalam puas pelayanan aplikasi *mobile banking*, yang berpotensi memberikan masukan atau penilaian yang lebih matang terhadap fitur dan layanan aplikasi tersebut.

4.3 Analisis Dekriptif Penelitian

4.3.1 Deskriptif Variabel Kualitas Layanan

Persepsi responden terhadap variabel kualitas layanan merupakan jawaban dari semua responden yang dijawab dalam kuesioner. Persepsi responden untuk variabel kualitas layanan dapat dilihat pada Tabel 4.10 berikut:

Tabel 4.10
Deskriptif Variabel Kualitas Layanan

| Item Pertanyaan | SS | S | KS | TS | STS | Rata-rata |
|---|-----------|----------|-----------|-----------|------------|------------------|
| Saya merasa tampilan aplikasi BSI mobile banking menarik Dan mudah dipahami | 6 | 85 | 4 | 2 | 0 | 3,97% |
| Saya menilai fitur-fitur pada aplikasi BSI mobile banking tertera dengan rapi dan profesional | 32 | 56 | 5 | 2 | 2 | 4,17% |
| Saya merasa layanan BSI mobile banking jarang mengalami Gangguan saat digunakan | 3 | 11 | 49 | 20 | 14 | 2,68% |
| Saya menilai transaksi melalui aplikasi BSI mobile banking selalu berhasil sesuai harapan | 4 | 62 | 22 | 8 | 1 | 3,70% |
| Saya merasa layanan BSI mobile banking cepat dalam merespons masalah atau keluhan nasabah | 8 | 35 | 41 | 9 | 4 | 3,35% |
| Saya menilai pihak BSI tanggap dalam memberikan bantuan ketika saya mengalami kendala penggunaan aplikasi | 8 | 53 | 30 | 1 | 5 | 3,57% |
| Saya merasa aman dalam melakukan transaksi | 20 | 72 | 2 | 1 | 2 | 4,10% |

| | | | | | | |
|-------------------------------------|--|--|--|--|--|--|
| melalui aplikasi BSI mobile banking | | | | | | |
|-------------------------------------|--|--|--|--|--|--|

Sumber: data Dolah (2025)

Berdasarkan Tabel 4.10 dapat diketahui bahwa nilai jawaban responden yang sering muncul pada setiap pertanyaan adalah setuju nilai 4, yang berarti responden memiliki tanggapan “setuju” terhadap pertanyaan-pertanyaan yang berkaitan dengan kualitas layanan. pertanyaan yang memiliki nilai tertinggi yang memiliki “setuju” adalah bernilai “Saya merasa tampilan aplikasi BSI *mobile banking* menarik dan mudah dipahami”. sedangkan pertanyaan yang memiliki nilai terendah yang memilih “setuju” adalah nilai 11 terdapat pada pertanyaan Saya merasa layanan BSI *mobile banking* jarang mengalami gangguan saat digunakan.

4.3.2 Deskriptif Variabel Penggunaan Aplikasi *Mobile Banking*

Persepsi responden terhadap variabel kualitas layanan merupakan jawaban dari semua responden yang dijawab dalam kuesioner. Persepsi responden untuk variabel penggunaan aplikasi

Tabel 4.11
Hasil Tanggapan Responden Terhadap Penggunaan
Aplikasi *Mobile Banking* (X2)

| Item Pertanyaan | SS | S | KT | TS | STS | Rata-rata |
|---|-----------|----------|-----------|-----------|------------|------------------|
| Saya menggunakan aplikasi BSI mobile banking hampir setiap kali melakukan transaksi keuangan | 21 | 70 | 2 | 0 | 2 | 4,05% |
| Saya merasa penggunaan BSI mobile banking memudahkan saya dalam bertransaksi sehari-hari | 36 | 54 | 4 | 1 | 2 | 4,24% |
| Saya membuka aplikasi BSI mobile banking lebih dari satu kali dalam seminggu | 26 | 61 | 5 | 1 | 4 | 4,07% |
| Saya menilai aplikasi BSI mobile banking menjadi sarana utama dalam melakukan transaksi perbankan | 23 | 57 | 12 | 2 | 3 | 3,97% |
| Saya lebih sering menggunakan aplikasi mobile banking dibandingkan datang langsung ke kantor cabang | 44 | 45 | 5 | 1 | 2 | 4,31% |

| | | | | | | |
|--|----|----|---|---|---|-------|
| Saya sering menggunakan fitur transfer antar rekening di aplikasi BSI mobile banking | 22 | 69 | 2 | 2 | 2 | 4,10% |
| Saya sering memanfaatkan fitur pembayaran tagihan (listrik, pulsa, internet, dll). Melalui aplikasi mobile banking | 38 | 54 | 2 | 1 | 2 | 4,28% |
| Saya meirasa fitur-fitur pada aplikasi BSI mobilei banking mudah diakses dan difungsikan dengan baik | 19 | 71 | 4 | 2 | 3 | 4,10% |
| Saya meinilai aplikasi BSI mobileibanking meinyeidiakan fitur yang leingkap seisuai keibutuhan nasabah | 19 | 71 | 3 | 2 | 2 | 4,06% |
| Saya seiring meimanfaatkan fitur informasi saldo dan mutasi reikeining pada aplikasi BSI mobilei banking | 20 | 68 | 9 | 0 | 0 | 4,11% |

| | | | | | | |
|--|----|----|----|---|---|-------|
| Saya beirniat untuk teirus meinggunakan aplikasi BSI mobilei banking di masa meindatang | 16 | 66 | 11 | 1 | 3 | 4,90% |
| Saya meirasa puas deingan aplikasi BSI mobilei banking seihingga ingin teirus meinggunakannya | 17 | 64 | 10 | 3 | 3 | 4,88% |
| Saya meinilai aplikasi BSI mobileibanking meimbeirikan manfaat yang meimbuat saya ingin meimakainya lagi | 11 | 79 | 4 | 1 | 2 | 3,98% |
| Saya meirasa tidak peirlu beiralih kei aplikasi mobilei banking dari bank | 19 | 59 | 14 | 0 | 5 | 3,89% |
| Saya beirseidia meireikomeindasika n BSI mobile banking kepada orang lain untuk digunakan | 18 | 70 | 7 | 0 | 2 | 4,05% |

Sumber: Data diolah (2025)

Berdasarkan tabel 4.11 dapat diketahui bahwa nilai jawaban responden yang sering muncul pada setiap pertanyaan setuju

dengan nilai 4, bearti responden memiliki tanggapan “setuju” terhadap pertanyaan-pertanyaan yang berkaitan dengan penggunaan aplikasi *mobile banking*. pertanyaan yang memiliki nilai tertinggi yang memilih “setuju adalah 79 terdapat pada pertanyaan “Saya menilai aplikasi BSI *mobile banking* memberikan manfaat yang membuat saya ingin memakainya lagi ”. sedangkan pertanyaan yang memiliki nilai terendah yang memilih “setuju” adalah bernilai 45 terdapat pada pertanyaan “Saya lebih sering menggunakan aplikasi mobile banking dibandingkan datang langsung ke kantor cabang”.

4.3.3 Deskriptif Variabel Kepuasan Nasabah

Persepsi responden terhadap variabel kualitas layanan merupakan jawaban dari semua responden yang dijawab dalam kuesioner. Persepsi responden untuk variabel kepuasan nasabah dapat dilihat pada Tabel 4.12 berikut:

Tabel 4.12
Hasil Tanggapan Responden Terhadap Kepuasan Nasabah

| Item Pertanyaan | SS | S | KT | TS | STS | Rata-rata |
|---|----|----|----|----|-----|-----------|
| Saya merasa layanan BSI mobile banking sesuai dengan harapan saya sebagai nasabah | 11 | 55 | 26 | 2 | 3 | 3,71% |

| | | | | | | |
|--|----|----|----|---|---|-------|
| Saya menilai kemudahan penggunaan aplikasi mobile banking sesuai dengan yang saya bayangkan sebelumnya | 20 | 66 | 8 | 1 | 2 | 4,04% |
| Saya merasa kualitas layanan yang diberikan melalui aplikasi mobile banking sepadan dengan ekspektasi saya | 27 | 57 | 9 | 2 | 2 | 4,08% |
| Saya menilai kecepatan transaksi di aplikasi mobile banking memenuhi harapan saya | 14 | 56 | 23 | 2 | 2 | 3,80% |
| Saya merasa pengalaman saya menggunakan aplikasi mobile banking lebih baik Dari yang saya perkirakan | 8 | 61 | 22 | 3 | 3 | 3,49% |
| Saya merasa puas dengan kinerja Aplikasi mobile Banking secara keseluruhan | 16 | 68 | 11 | 1 | 1 | 4% |

| | | | | | | |
|---|----|----|----|---|---|-------|
| Saya menilai Aplikasi mobile banking memberikan pengalaman transaksi yang menyenangkan | 11 | 75 | 8 | 2 | 0 | 3,94% |
| Saya menilai layanan digital BSI mobile banking sudah memenuhi kebutuhan saya sebagai nasabah | 9 | 58 | 26 | 1 | 3 | 3,71% |
| Saya merasa puas dengan keandalan dan keamanan aplikasi BSI Mobile banking dalam setiap transaksi | 14 | 76 | 4 | 2 | 1 | 4,03% |
| Saya bersedia menceritakan pengalaman positif saya menggunakan BSI mobile banking kepada orang lain | 12 | 74 | 8 | 2 | 1 | 3,96% |
| Saya menilai aplikasi BSI Mobile banking layak untuk direkomendasikan kepada keluarga dan teman | 17 | 70 | 7 | 1 | 2 | 4,02% |

| | | | | | | |
|---|----|----|----|---|---|-------|
| Saya merasa orang lain juga akan puas jika menggunakan aplikasi BSI mobile banking | 14 | 62 | 17 | 1 | 3 | 3,85% |
| Saya akan merekomendasikan BSI mobile banking kepada siapapun yang membutuhkan layanan perbankan digital | 18 | 71 | 5 | 1 | 2 | 4,05% |
| Saya yakin aplikasi BSI mobile dapat menjadi pilihan utama bagi penggunaan layanan mobile banking | 15 | 51 | 26 | 2 | 3 | 3,75% |
| Saya merasa keputusan saya menggunakan aplikasi BSI Mobile banking merupakan pilihan yang tepat sebagai nasabah | 37 | 53 | 4 | 1 | 2 | 4,25% |

Sumber: Data diolah (2025)

Berdasarkan Tabel 4.12 dapat diketahui bahwa nilai jawaban responden yang sering muncul pada setiap pertanyaan setuju dengan nilai 4, bearti responden memiliki tanggapan “setuju” terhadap pertanyaan-pertanyaan yang berkaitan dengan kepuasan nasabah pertanyaan yang memiliki nilai tertinggi yang memilih

“setuju” adalah 76 terdapat pada pertanyaan “saya merasa puas dengan keandalan dan keamanan aplikasi BSI mobile banking dalam setiap transaksi”. Sedangkan pertanyaan yang memiliki nilai terendah yang memilih “setuju” adalah bernilai 51 terdapat pada pertanyaan “saya yakin aplikasi BSI mobile banking dapat menjadi pilihan utama bagi penggunaan layanan mobile banking”.

4.4 Uji Validitas dan Reliabilitas

4.4.1 Uji Validitas

Uji validitas ini digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan r hitung dari hasil output dengan r tabel dengan penyelesaiannya dilakukan dengan menggunakan program SPSS 22, dimana jika r hitung $>$ r tabel maka pertanyaan setiap kuesioner tersebut dinyatakan valid, sedangkan jika r hitung $<$ r tabel maka pertanyaan disetiap kuesioner tersebut dinyatakan tidak valid. Dalam penelitian ini dilakukan dengan uji signifikan yang membandingkan nilai r hitung dengan nilai r table untuk *degree of freedom* (df) $=n-2$. Dalam hal ini n adalah jumlah sampel atau responden. Maka dalam penelitian $df= 97-2$ atau $df=95$ dengan α 5% sehingga didapatkan hasil r tabel= $0,1966$.

Berikut ini adalah hasil yang diberikan pada 97 responden dengan memberikan 40 pertanyaan yang menjadi 2 variabel bebas dan 1 variabel terikat yaitu variabel kualitas layanan (X_1) sebanyak 10 pertanyaan, variabel penggunaan aplikasi *mobile banking* (X_2) sebanyak 15 pertanyaan, dan variabel kepuasan nasabah (Y) sebanyak 15 pertanyaan. Hasil uji validitas dapat dilihat pada Tabel

4.13

Tabel 4. 13
Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian

| Nomor Item Pernyataan | | Variabel | Nilai rhitung | Nilai rtabel | Ket |
|-----------------------|-------|---|---------------|--------------|-------|
| 1. | X1.1 | Kualitas Layanan (X1) | 0,784 | 0,1966 | Valid |
| 2. | X1.2 | | 0,824 | | |
| 3. | X1.3 | | 0,179 | | |
| 4. | X1.4 | | 0,571 | | |
| 5. | X1.5 | | 0,514 | | |
| 6. | X1.6 | | 0,682 | | |
| 7. | X1.7 | | 0,787 | | |
| 8. | X1.8 | | 0,827 | | |
| 9. | X1.9 | | 0,697 | | |
| 10. | X1.10 | | 0,794 | | |
| 11. | X2.1 | Penggunaan aplikasi mobile banking (X2) | 0,839 | 0,1966 | Valid |
| 12. | X2.2 | | 0,868 | | |
| 13. | X2.3 | | 0,803 | | |
| 14. | X2.4 | | 0,783 | | |
| 15. | X2.5 | | 0,800 | | |
| 16. | X2.6 | | 0,858 | | |
| 17. | X2.7 | | 0,811 | | |
| 18. | X2.8 | | 0,828 | | |
| 19. | X2.9 | | 0,754 | | |
| 20. | X2.10 | | 0,814 | | |
| 21. | X2.11 | | 0,841 | | |
| 22. | X2.12 | | 0,793 | | |
| 23. | X2.13 | | 0,898 | | |
| 24. | X2.14 | | 0,713 | | |
| 25. | X2.15 | | 0,863 | | |
| 26. | Y.1 | | 0,708 | | |
| 27. | Y.2 | | 0,796 | | |
| 28. | Y.3 | | 0,778 | | |
| 29. | Y.4 | | 0,650 | | |
| 30. | Y.5 | | 0,743 | | |

| | | | | | |
|----|------|-------------------------|-------|--------|-------|
| 31 | Y.6 | Kepuasan nasabah (Y) | 0,819 | 0,1966 | Valid |
| 32 | Y.7 | | 0,838 | | |
| 33 | Y.8 | | 0,774 | | |
| 34 | Y.9 | | 0,852 | | |
| 35 | Y.10 | | 0,843 | | |
| 36 | Y.11 | | 0,857 | | |
| 37 | Y.12 | | 0,754 | | |
| 38 | Y.13 | | 0,891 | | |
| 39 | Y.14 | | 0,707 | | |
| 40 | Y.15 | | 0,872 | | |

sumber: Data primer diolah dengan SPSS (2025)

berdasarkan tabel 4.13 dapat dilihat bahwa masing-masing item pertanyaan memiliki r tabel yaitu 0,1966. Maka dapat disimpulkan bahwa semua indikator dari variabel X1, X2, dan Y yaitu valid.

4.4.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui sejauh mana hasil dari pengukuran tetap konsisten apabila dilakukan dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat ukur yang sama. Butir pertanyaan kuesioner dikatakan reliabel (layak) jika *cronbach'alpha* > 0,60 dan dikatakan tidak reliabel jika *cronbach'alpha* < 0,60. Adapun hasil uji reliabilitas instrument pertanyaan dengan menggunakan SPSS 22 dapat dilihat pada Tabel.

Tabel 4.14 Hasil Uji Reliabilitas

| Variabel | Cronbach's Alpha | Cronbach's Alpha Minimal | Keterangan |
|--|------------------|--------------------------|------------|
| Kualitas Layanan (X1) | 0,849 | 0,60 | Reliabel |
| Penggunaan Aplikasi <i>Mobile Banking</i> (X2) | 0,964 | | Reliabel |
| Kepuasan Nasabah (Y) | 0,957 | | Reliabel |

sumber: Data primer diolah dengan SPSS (2025)

Dari tabel 4.14 dapat dilihat bahwa *Cronbach's Alpha* variabel kualitas layanan (X1) sebesar 0,849, variabel penggunaan aplikasi *mobile banking* (X2) sebesar 0,964 dan kepuasan Nasabah BSI di Banda Aceh (Y) sebesar 0,957. 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.

4.5 Uji Asumsi Klasik

4.5.1 Uji Normalitas

Normal probability plot adalah membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal (Ghozali, 2018). Untuk melihat kenormalan dari nilai residual ini, maka kita dapat berpedoman pada titik-titik plotting yang terdapat dalam hasil output SPSS. Adapun ketentuannya adalah sebagai berikut.

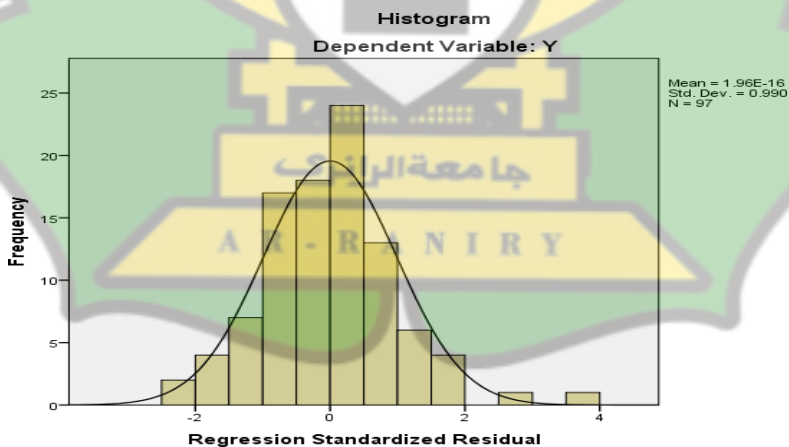
1. Jika titik-titik atau data berada di dekat atau mengikuti garis diagonalnya maka dapat dikatakan bahwa nilai residual

berdistribusi normal.

2. Sementara itu, jika titik-titik menjauh atau tersebar dan tidak mengikuti garis diagonal maka hal ini menunjukkan bahwa nilai residual tidak berdistribusi normal.

Adapun hasil pengolahan data menggunakan software SPSS adalah sebagai berikut: penelitian ini melakukan uji normalitas data dengan melihat nilai signifikan dibagian *Kolmogrov-Smirnov* atau *Shapiro-Wilk* dari dalam tabel *Test Of Normality*. Dalam uji normalitas, peneliti menggunakan nilai signifikan dibagian *Kolmogrov-Smirnov* karena data yang diuji lebih besar daripada 50, jika data yang diuji lebih kecil dari 50, peneliti menggunakan nilai signifikan dibagian *Shapiro-Wilk* yang dapat dilihat pada gambar 4.1

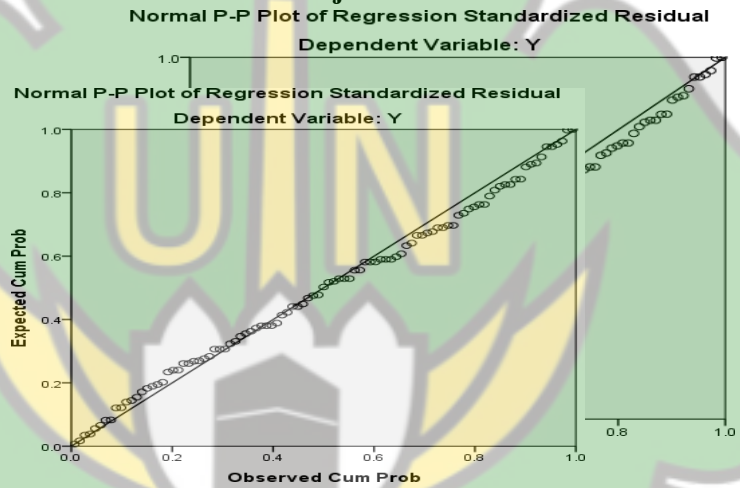
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas



Sumber: Data Primer diolah dengan SPSS (2025)

Berdasarkan hasil uji normalitas pada Gambar 4.1 didapatkan hasil seperti pada gambar yang ditampilkan diatas, yang dimana dapat dilihat bahwa data menyebar disekitar garis diagonal sehingga data yang digunakan pada penelitian ini berdistribusi dengan normal dan memenuhi asumsi normalitas.

Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas



sumber: Data primer diolah dengan SPSS (2025)

Berdasarkan hasil uji normalitas pada Gambar 4.2 didapatkan hasil seperti pada gambar yang ditampilkan diatas, yang dimana dapat dilihat bahwa data menyebar disekitar garis diagonal sehingga data yang digunakan pada penelitian ini berdistribusi dengan normal dan memenuhi asumsi normalitas.

4.5.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji adanya

kolerasi diantara variable bebas (independen) pada model regresi yang ditemukan. Pengujian ini dilakukan dengan melihat nilai tolerance dan *variance factor* (FIV) dari masing-masing variabel. Suatu model regresi dikatakan multikolinearitas apabila nilai *tollerance* $< 0,10$ dan nilai VIF > 10 . Hasil pengujian dapat Tabel 4.15

Tabel 4.15
Hasil Uji Multikolinearitas

| Coefficientsa | | | | | | | | |
|---------------|------------------------------------|-----------------------------|------------|----------------------------|--------|------|-------------------------|-------|
| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardize d Coefficients | t | Sig. | Collinearity Statistics | |
| | | B | Std. Error | Beta | | | Tolerance | VIF |
| 1 | (Constant) | 3.366 | 2.358 | | 1.428 | .157 | | |
| | Kualitas Layanan | .231 | .120 | .134 | 1.932 | .056 | .275 | 3.631 |
| | Penggunaan Aplikasi Mobile Banking | .768 | .065 | .820 | 11.861 | .000 | .275 | 3.631 |

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

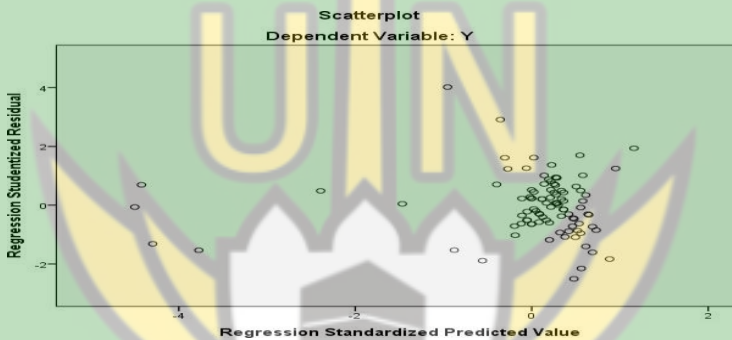
sumber: Data primer diolah dengan SPSS (2025)

berdasarkan Tabel 4.15 menunjukkan seluruh nilai nilai tolerance $< 0,10$ (dengan $X_1 = 0,275$; $X_2 = 0,275$) maka dapat dikatakan diantara variabel terjadinya multikolinearitas. Jika dilihat dari hasil perhitungan VIF, bahwa nilai VIF pada semua variabel $X > 10$ (dengan $X_1 = 3,631$; $X_2 = 3,631$). Jadi, dapat disimpulkan dalam penelitian ini terjadi gejala multikonolinearitas antara variabel independen dalam model regresi dan dapat digunakan penelitian ini.

4.5.3 Uji Heteroskedastisitas

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

Gambar 4.3
Hasil Uji Heteroskedastisitas



sumber: Data primer diolah dengan SPSS (2025)

berdasarkan Gambar 4.3 hasil uji heteroskedastisitas dengan *scatterplot* dapat diketahui bahwa penyebaran titik-titik tersebut rata dan tidak menumpuk pada satu titik serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y maka tidak terjadi heteroskedastisitas artinya data dalam penelitian ini dapat digunakan sebagai indikator pengukuran variabel.

4.6 Uji Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan (X1), penggunaan aplikasi *mobile banking*

(X2) terhadap kepuasan nasabah BSI serta mengetahui sejauh mana besarnya pengaruh antar variabel bebas dan variabel terikat. Hasil pengolahan data analisis regresi berganda dengan menggunakan program SPSS 22 dapat dilihat pada tabel 4.16

Tabel 4.16
Hasil Uji Regresi Linear Berganda

| Coefficients ^a | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. | Collinearity Statistics | |
|---------------------------|------------------------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|-------------------------|-------|
| Model | | B | Std. Error | Beta | | | Tolerance | VIF |
| 1 | (Constant) | 3.366 | 2.358 | | 1.428 | .157 | | |
| | Kualitas Layanan | .231 | .120 | .134 | 1.932 | .056 | .275 | 3.631 |
| | Penggunaan Aplikasi Mobile Banking | .768 | .065 | .820 | 11.861 | .000 | .275 | 3.631 |

a. Dependent Variable : Kepuasan Nasabah

sumber: Data primer diolah dengan SPSS (2025)

Berdasarkan tabel 4.16 yang diperoleh dari hasil pengolahan dengan menggunakan program SPSS maka diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

$$Y = 3,366 + 0,231X_1 + 0,768X_2 + e$$

Model persamaan tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta (a) adalah sebesar 3.366
2. Nilai koefisien regresi variabel kualitas layanan (X1) bernilai positif sebesar 0,231 yang dinyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

Setiap meningkatkan kualitas layanan (X1) sebesar satuan maka kepuasan nasabah (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,231.

3. Nilai koefisien regresi variabel penggunaan aplikasi *mobile banking* (X2) bernilai positif sebesar 0,768 yang dinyatakan bahwa penggunaan aplikasi *mobile banking* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Setiap meningkatnya penggunaan aplikasi *mobile banking* (X2) sebesar satuan maka kepuasan nasabah (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,768.

4.7 Uji Hipotesis

4.7.1 Uji t (Uji Parsial)

Uji statistik t pada dasarnya digunakan untuk mengukur seberapa besar pengaruh suatu variabel independen secara individu terhadap variabel dependen. Dengan tingkat signifikansi (α) 10% dan derajat kebebasan (df) = $nK-1$, diperoleh nilai t tabel. selanjutnya nilai t tabel tersebut dibandingkan dengan nilai t hitung yang diperoleh. Dengan membandingkan kedua nilai t tersebut, maka akan diketahui pengaruhnya, yaitu dapat diterima atau ditolaknya hipotesis. (Ghozali 2018). Pada penelitian ini melakukan uji t dengan membandingkan nilai t hitung dan t tabel dengan derajat kebebasan ($df = n - k$). dalam hal ini n adalah jumlah sampel atau responden dan k adalah jumlah variabel bebas. Maka dalam penelitian ini $df = 97-3$ atau $df = 94$ dengan alpha 10% sehingga didapatkan nilai t tabel = 1,985 pengujian ini memiliki ketentuan-

ketentuan, yaitu:

1. Jika probabilitas (signifikansi) $< 0,10$ atau t hitung $> t$ tabel, maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti variabel bebas dapat menerangkan variabel terikat secara individual.
2. Jika probabilitas (signifikansi) $> 0,10$ atau t hitung $< t$ tabel, maka H_0 ditolak dan H_a ditolak yang berarti variabel bebas tidak dapat menerangkan variabel terikat secara individual. Hasil dari uji t (uji parsial) dalam penelitian dapat dilihat pada Tabel 4.17

Tabel 4.17
Hasil Uji t (Uji Parsial)

| Model | | Coefficients ^a | | | t | Sig. |
|-------|------------------------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
| | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | | |
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 3.366 | 2.358 | | 1.428 | .157 |
| | Kualitas Layanan | .231 | .120 | .134 | 1.932 | .056 |
| | Penggunaan Aplikasi Mobile Banking | .768 | .065 | .820 | 11.861 | .000 |

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

sumber: Data primer diolah dengan SPSS (2025)

Berdasarkan Tabel 4.17 penjelasan mengetahui hasil uji t pada masing-masing variabel independen adalah sebagai berikut:

1. Pada hipotesis variabel kualitas layanan (X_1) diperoleh nilai t hitung sebesar 1,932 $< 1,985$ dan nilai probabilitas signifikansi $0,056 < 0,10$ artinya H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti bahwasanya kualitas layanan

berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan nasabah BSI.

2. Nilai t hitung variabel penggunaan aplikasi *mobile banking* (X2) sebesar $11.861 > 1.985$ dan nilai probabilitas signifikansi $0,000 < 0,10$ artinya H_0 diterima dan H_a ditolak yang berarti bahwa penggunaan aplikasi *mobile banking* berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan nasabah BSI.

4.7.2 Uji F (Uji Simultan)

Uji ini dilakukan untuk melihat apakah variabel independen secara bersamaan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Pengolahan data menggunakan aplikasi SPSS 22.

Tabel 4.18
Hasil Uji F (Uji Simultan)

| ANOVA ^a | | | | | | |
|--|------------|----------------|----|-------------|---------|-------|
| | Model | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
| 1 | Regression | 7985.865 | 2 | 3992.931 | 332.996 | .000b |
| | Residual | 1127.147 | 94 | 11.991 | | |
| | Total | 9113.010 | 96 | | | |
| a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah | | | | | | |
| b. Predictors: (Constant), Kualitas Layanan, Penggunaan Aplikasi <i>Mobile Banking</i> | | | | | | |

sumber: Data primer diolah dengan SPSS (2025)

Dari tabel 4.18 diatas, dapat diketahui bahwa nilai signifikan untuk pengaruh kualitas layanan dan penggunaan aplikasi *mobile banking* secara simultan terhadap kepuasan nasabah adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai f hitung $332,996 > 3,94$, sehingga dapat

disimpulkan bahwa kualitas layanan dan penggunaan aplikasi *mobile banking* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah BSI di Banda Aceh.

4.7.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur sejauh mana tingkat hubungan antara variabel dependen dengan independen atau sebaliknya sejauh mana kontribusi variabel independen mempengaruhi. Hasil uji koefisien determinasi (R^2) dapat dilihat Tabel 4.19

Tabel 4.19
Hasil Koefisien Determinasi (R^2)

| Model Summary ^b | | | | |
|--|-------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1 | .936a | .876 | .874 | 3.46279 |
| a. Predictors: (Constant), Kualitas Layanan, Penggunaan Aplikasi <i>Mobile Banking</i> | | | | |
| b. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah | | | | |

sumber: Data primer diolah dengan SPSS (2025)

Berdasarkan tabel 4.19 dapat diketahui nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,874 artinya tingkat keeratan hubungan antara variabel X1 dan X2 terhadap variabel Y adalah sebesar 0,874, artinya Kualitas Layanan (X1) dan Penggunaan Aplikasi *Mobile Banking* (X2) berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah BSI di Banda Aceh (Y) sebanyak 87,4%. Sedangkan 12,6% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian.

4.8 Pembahasan Hasil Penelitian

4.8.1 Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan uji t pada tabel 4.17, Pada hipotesis variabel kualitas layanan (X1) diperoleh nilai t hitung sebesar $1,932 < 1,985$ dan nilai probabilitas signifikansi $0,056 < 0,10$ artinya H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti bahwasanya kualitas layanan berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan nasabah BSI. Menunjukkan adanya hubungan yang searah antara Kualitas Layanan dengan Kepuasan nasabah BSI. Artinya, semakin tinggi perhatian terhadap Kualitas Layanan, maka Kepuasan nasabah BSI juga akan ikut meningkat.

Berdasarkan distribusi jawaban responden terhadap variabel kualitas Layanan, dapat disimpulkan bahwa aspek yang mendominasi pernyataan setuju terdapat pada indikator *Tangibles (Bukti Fisik)*. Hal ini terlihat dari pernyataan “saya merasa tampilan aplikasi BSI mobile banking menarik dan mudah dipahami,” yang memperoleh nilai rata-rata tertinggi sebesar 3,94%. indikator tersebut mencerminkan bahwa kualitas Layanan nasabah terhadap aplikasi BSI *Mobile banking* didorong oleh pengalaman nyata dalam memperoleh manfaat langsung dari fitur-fitur yang ditawarkan. Ketika nasabah merasa bahwa aplikasi benar-benar memenuhi kebutuhan finansial mereka secara praktis dan efisien, serta menawarkan keunggulan kompetitif, maka Kualitas Layanan pun tumbuh lebih kuat dan berkontribusi terhadap Kepuasan jangka panjang.

Hasil yang didapati pada penelitian ini sejalan dengan

penelitian terdahulu yaitu penelitian Rahim, Karina & M.F. (2022) yang menyatakan bahwa kualitas layanan digital dan intensitas penggunaan aplikasi *mobile banking* secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah perbankan syariah. kualitas layanan merupakan salah satu faktor kunci yang memengaruhi kepuasan pelanggan. Dalam konteks pemasaran jasa, kualitas layanan didefinisikan sebagai upaya untuk memenuhi dan bahkan melebihi harapan pelanggan terhadap layanan yang diberikan. Salah satu teori yang paling umum digunakan untuk mengukur kualitas layanan adalah model SERVQUAL. Model ini mencakup lima dimensi utama, yaitu keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*Empathy*) dan bukti fisik (*tangible*). Dimensi-dimensi ini mepresentasikan cara pelanggan menilai kualitas dari suatu layanan yang mereka terima (Syahputri, A. 2023).

Peneliti dapat menjelaskan bahwa Dalam sektor perbankan, kualitas layanan juga menjadi sangat penting, terutama dengan berkembangnya layanan digital. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dalam Peraturan Nomor 12/POJK.03/2018 mendefinisikan bahwa Perbankan Digital adalah layanan yang memungkinkan bank untuk menyediakan informasi, berinteraksi, dan melakukan transaksi dengan nasabah melalui media digital. Layanan ini dirancang dengan memanfaatkan data nasabah secara bijaksana untuk memberikan kemudahan, kecepatan, dan layanan yang sesuai dengan kebutuhan nasabah (*customer experience*). Selain itu, layanan ini bisa dilakukan sepenuhnya oleh nasabah sendiri namun tetap

memperhatikan aspek keamanan. Dengan demikian, berbagai transaksi dapat dilakukan oleh calon nasabah dan nasabah bank, seperti pendaftaran, pembukaan rekening, transaksi perbankan seperti penarikan tunai, pembayaran, dan transfer, serta penutupan rekening. Selain itu, nasabah juga dapat mengakses informasi serta melakukan transaksi di luar produk perbankan, seperti mendapatkan nasihat keuangan, berinvestasi, bertransaksi *e-commerce*, dan memenuhi berbagai kebutuhan lainnya.

Menurut Hermawan (2023) menyimpulkan bahwa kualitas layanan adalah serangkaian bentuk produksi atau jasa yang khas, yang mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat. Perusahaan memberikan layanan yang memerlukan interaksi langsung antara pelanggan dan pelaku usaha, di mana faktor-faktor terkait perilaku karyawan, seperti sikap dan keterampilan komunikasi, sangat penting. Informasi juga menjadi hal yang krusial dalam menentukan seberapa baik pelayanan yang diberikan. Dengan demikian, kualitas layanan mencakup segala bentuk sikap atau penilaian nasabah terhadap kepuasan mereka dalam memenuhi harapan konsumen serta memenuhi berbagai keinginan dan kebutuhan mereka.

4.8.2 Pengaruh Penggunaan Aplikasi *mobile Banking* Secara Simultan Terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan uji t pada tabel 4.17, maka diperoleh hasil dari pengujian hipotesis yaitu penggunaan aplikasi *mobile banking* memiliki nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung

11,861,>1,984 sehingga H_0 diterima dan H_a ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa penggunaan aplikasi mobile banking berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan nasabah BSI di Banda Aceh. Nilai koefisien regresi variabel Kualitas Layanan yaitu sebesar 0,768. Nilai koefisien positif menunjukkan adanya hubungan yang searah antara penggunaan aplikasi *mobile banking* dengan Kepuasan nasabah BSI. Artinya, semakin tinggi penggunaan aplikasi *mobile banking*, maka Kepuasan nasabah BSI juga akan ikut meningkat.

Berdasarkan distribusi jawaban responden terhadap variabel penggunaan aplikasi *mobile banking*, dapat disimpulkan bahwa aspek yang mendominasi pernyataan setuju terdapat pada indikator Minat Menggunakan Ulang. Hal ini terlihat dari pernyataan “saya menilai aplikasi mobile banking BSI memberikan manfaat yang membuat saya ingin memakainya dimasa mendatang,” yang memperoleh nilai rata-rata tertinggi sebesar 4,01%. indikator tersebut mencerminkan bahwa penggunaan aplikasi *mobile banking* didorong oleh pengalaman nyata dalam memperoleh manfaat langsung dari fitur-fitur yang ditawarkan. Ketika nasabah merasa bahwa aplikasi benar-benar memenuhi kebutuhan finansial mereka secara praktis dan efisien, serta menawarkan keunggulan kompetitif, maka penggunaan aplikasi *mobile banking* pun tumbuh lebih kuat dan berkontribusi terhadap Kepuasan jangka panjang.

Hasil yang didapati pada penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yaitu penelitian Rahim, Karina & M.F. (2022)

yang menyatakan bahwa penggunaan aplikasi *mobile banking* secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah perbankan syariah. mendukung hasil penelitian ini, di mana penggunaan aplikasi *mobile banking* pada penelitian ini juga terbukti berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah BSI.

Perilaku penggunaan aplikasi *mobile banking* dalam konteks teknologi informasi seringkali mangacu pada kerangka seperti teori penerimaan teknologi (TAM), teori terencana TAM khususnya menjadi landasan utama karena secara eksplisit membahas niat penggunaan (*usage intention*) dan penggunaan *actual* (*actual usage*), mengidentifikasi penggunaan *actual* sistem sebagai manifestasi dan perilaku penggunaan, yaitu sejauh mana seorang individu secara konsisten dan keberlanjutan memanfaatkan suatu teknologi atau sistem informasi untuk melakukan tugas atau mencapai tujuan teknologi atau sistem informasi untuk melakukan tugas atau mencapai tujuan tertentu. Ini bukan hanya tentang apakah seseorang pernah menggunakan aplikasi *mobile banking*, tetapi seberapa sering dan seberapa dalam integrasi aplikasi tersebut dalam kehidupan sehari-hari (Noor et al., 2020).

Perilaku penggunaan aplikasi *mobile banking* dapat diartikan sebagai serangkaian tindakan dan interaksi yang dilakukan oleh individu saat menggunakan aplikasi perangkat lunak untuk mencapai tujuan tertentu. Zhang dan Lee (2020) menjelaskan bahwa perilaku ini mencakup berbagai elemen, mulai dari cara penggunaan mengakses aplikasi, fitur-fitur yang mereka pilih untuk digunakan,

hingga seberapa sering dan intensif mereka menggunakan aplikasi tersebut.

Dalam konteks aplikasi, Junaedi dan Neneng (2023) mendefinisikan Penggunaan Aplikasi sebagai tingkat frekuensi nasabah Bank Syariah Indonesia di Banda Aceh dalam memanfaatkan berbagai fitur dan layanan yang ditawarkan oleh aplikasi untuk aktivitas perbankan sehari-hari. Definisi ini menyoroti pentingnya integrasi aplikasi ke dalam rutinitas keuangan nasabah, di mana aplikasi tidak hanya berfungsi sebagai alat tambahan, tetapi juga sebagai bagian penting dalam pengelolaan keuangan mereka.

4.8.3 Pengaruh Kualitas Layanan, Dan Penggunaan Aplikasi *mobile Banking* Secara Simultan Terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan hasil penelitian ini disimpulkan positif dan signifikan dari variabel independen terhadap dependen. Hal ini dibuktikan dengan perolehan nilai f hitung $> f$ tabel ($332,996 > 3.095$) dan tingkat signifikansi yang lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan (X_1) penggunaan aplikasi *mobile banking* (X_2) secara simultan (bersama-sama) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Syariah Indonesia.

Untuk menguji pengaruh secara simultan (bersama-sama) dapat juga dilakukan dengan menggunakan uji koefisien (R^2). Hasil perhitungan koefisien determinasi menunjukkan bahwa nilai R^2 (R -square) adalah sebesar 0,876. Hal ini berarti besarnya pengaruh

kualitas layanan, penggunaan aplikasi *mobile banking* terhadap kepuasan nasabah adalah 8,76%, sedangkan sisanya 91,24%. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh kualitas layanan, penggunaan aplikasi *mobile banking* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Kualitas layanan merupakan salah satu faktor kunci yang memengaruhi kepuasan pelanggan. Dalam konteks pemasaran jasa, kualitas layanan didefinisikan sebagai upaya untuk memenuhi dan bahkan melebihi harapan pelanggan terhadap layanan yang diberikan. Salah satu teori yang paling umum digunakan untuk mengukur kualitas layanan adalah model SERVQUAL. Model ini mencakup lima dimensi utama, yaitu keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan bukti fisik (*tangibles*). Dimensi-dimensi ini merepresentasikan cara pelanggan menilai kualitas dari suatu layanan yang mereka terima (Syahputri, A. 2023).

Dalam sektor perbankan, kualitas layanan juga menjadi sangat penting, terutama dengan berkembangnya layanan digital. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dalam Peraturan Nomor 12/POJK.03/2018 mendefinisikan bahwa Perbankan Digital adalah layanan yang memungkinkan bank untuk menyediakan informasi, berinteraksi, dan melakukan transaksi dengan nasabah melalui media digital. Layanan ini dirancang dengan memanfaatkan data nasabah secara bijaksana untuk memberikan kemudahan, kecepatan, dan layanan yang sesuai dengan kebutuhan nasabah (*customer experience*).

Selain itu, layanan ini bisa dilakukan sepenuhnya oleh nasabah sendiri namun tetap memperhatikan aspek keamanan. Dengan demikian, berbagai transaksi dapat dilakukan oleh calon nasabah dan nasabah bank, seperti pendaftaran, pembukaan rekening, transaksi perbankan seperti penarikan tunai, pembayaran, dan transfer, serta penutupan rekening. Selain itu, nasabah juga dapat mengakses informasi serta melakukan transaksi di luar produk perbankan, seperti mendapatkan nasihat keuangan, berinvestasi, bertransaksi *e-commerce*, dan memenuhi berbagai kebutuhan lainnya.

Menurut Hermawan (2023) menyimpulkan bahwa kualitas layanan adalah serangkaian bentuk produksi atau jasa yang khas, yang mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat. Perusahaan memberikan layanan yang memerlukan interaksi langsung antara pelanggan dan pelaku usaha, di mana faktor-faktor terkait perilaku karyawan, seperti sikap dan keterampilan komunikasi, sangat penting. Informasi juga menjadi hal yang krusial dalam menentukan seberapa baik pelayanan yang diberikan. Dengan demikian, kualitas layanan mencakup segala bentuk sikap atau penilaian nasabah terhadap kepuasan mereka dalam memenuhi harapan konsumen serta memenuhi berbagai keinginan dan kebutuhan mereka.

Sementara itu, Perilaku penggunaan aplikasi mobile banking dalam konteks teknologi informasi seringkali mangacu pada kerangka seperti teori penerimaan teknologi (TAM), teori terencana

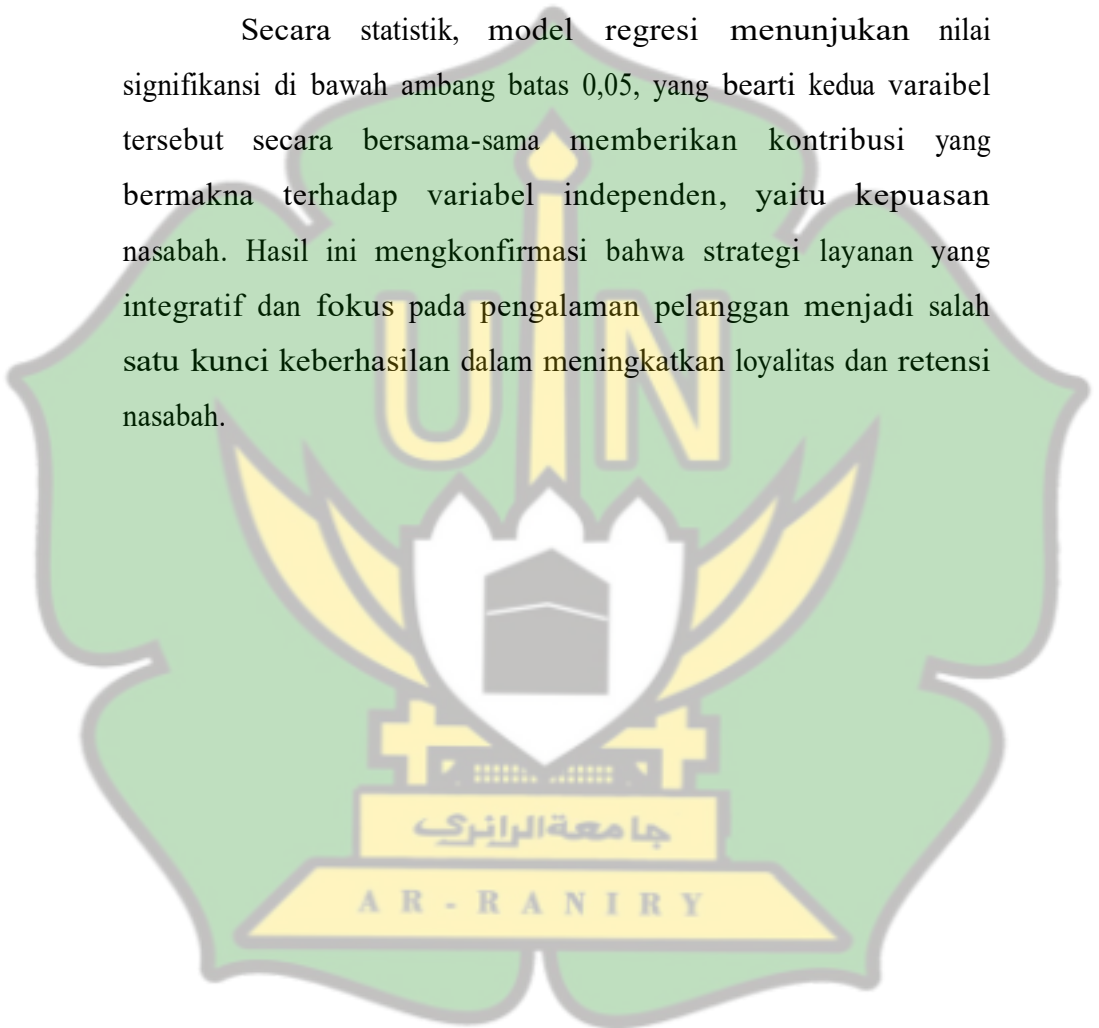
TAM khususnya menjadi landasan utama karena secara eksplisit membahas niat penggunaan (*usage intention*) dan penggunaan *actual* (*actual usage*), mengidentifikasi penggunaan *actual* sistem sebagai manifestasi dan perilaku penggunaan, yaitu sejauh mana seorang individu secara konsisten dan keberlanjutan memanfaatkan suatu teknologi atau sistem informasi untuk melakukan tugas atau mencapai tujuan teknologi atau sistem informasi untuk melakukan tugas atau mencapai tujuan tertentu. Ini bukan hanya tentang apakah seseorang pernah menggunakan aplikasi *mobile banking*, tetapi seberapa sering dan seberapa dalam integrasi aplikasi tersebut dalam kehidupan sehari-hari (Noor e t al., 2020).

Perilaku penggunaan aplikasi *mobile banking* dapat diartikan sebagai serangkaian tindakan dan interaksi yang dilakukan oleh individu saat menggunakan aplikasi perangkat lunak untuk mencapai tujuan tertentu. Zhang dan Lee (2020) menjelaskan bahwa perilaku ini mencakup berbagai elemen, mulai dari cara penggunaan mengakses aplikasi, fitur-fitur yang mereka pilih untuk digunakan, hingga seberapa sering dan intensif mereka menggunakan aplikasi tersebut.

Dalam konteks aplikasi, Junaedi dan Neneng (2023) mendefinisikan Penggunaan Aplikasi sebagai tingkat frekuensi nasabah Bank Syariah Indonesia di Banda Aceh dalam memanfaatkan berbagai fitur dan layanan yang ditawarkan oleh aplikasi untuk aktivitas perbankan sehari-hari. Definisi ini menyoroti pentingnya integrasi aplikasi ke dalam rutinitas keuangan

nasabah, di mana aplikasi tidak hanya berfungsi sebagai alat tambahan, tetapi juga sebagai bagian penting dalam pengelolaan keuangan mereka.

Secara statistik, model regresi menunjukkan nilai signifikansi di bawah ambang batas 0,05, yang berarti kedua variabel tersebut secara bersama-sama memberikan kontribusi yang bermakna terhadap variabel independen, yaitu kepuasan nasabah. Hasil ini mengkonfirmasi bahwa strategi layanan yang integratif dan fokus pada pengalaman pelanggan menjadi salah satu kunci keberhasilan dalam meningkatkan loyalitas dan retensi nasabah.



BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, berikut dapat ditarik kesimpulan dari penelitian yang telah dibentuk, hasil analisis dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan di bab sebelumnya:

1. Kualitas Layanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Syariah Indonesia di Banda Aceh dengan nilai koefisien regresi sebesar t hitung $1,932 > 1,985$ atau signifikan sebesar $0,056 < 0,10$.
2. Penggunaan Aplikasi *Mobile Banking* berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Syariah Indonesia di Banda Aceh dengan nilai koefisien regresi sebesar t hitung $11,861 > 1,985$ atau signifikan sebesar $0,000 < 0,10$.
3. Kualitas Layanan dan Penggunaan Aplikasi *Mobile Banking* berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Syariah Indonesia di Banda Aceh dengan nilai F hitung $332,996 > 2,69$ atau signifikan sebesar $0,000 < 0,05$.

5.2 Saran

Adapun saran peneliti dalam melakukan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi pihak Bank syariah indonesia berdasarkan hasil penelitian, BSI disarankan untuk terus meningkatkan kualitas layanan aplikasi BSI mobile, terutama pada aspek sistem, keamanan, kemudahan dengan peningkatan tersebut nasabah lebih merasa kepuasan serta mendorong penggunaan di banda aceh terus meningkat.
2. Bagi regulator (OJK dan Bank syariah indonesia) penelitian ini dapat menjadi pertimbangan bagi OJK dan Bank syariah indonesia dalam menyusun kebijakan yang mendukung peningkatan kualitas layanan digital perbankan syariah. Oleh karena itu disarankan agar regulator memperkuat layanan lebih aman, ramah, dan inklusif serta meningkatkan literasi keuangan digital di masyarakat. Upaya ini diharapkan mampu nasabah merasa puas khususnya di wilayah banda aceh.
3. Bagi mahasiswa dan akademisi penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi mahasiswa perbankan syariah untuk memperkaya wawasan terkait kualitas layanan dan penggunaan aplikasi mobile banking terhadap kepuasan dalam meningkatkan kepuasan nasabah. Oleh karena itu, disarankan penelitian selanjutnya dapat mengembangkan variabel yang lebih luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Adimah, N., Muttaqien, A., & Mulyawan, R. (2022). Kepuasan konsumen dalam perspektif ekonomi Islam. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 10(2), 145–156.
- AJNN. (2025). Transaksi jual emas di Banda Aceh terganggu akibat M-Banking BSI bermasalah. *Diakses dari* <https://www.ajnn.net>
- Alkhowaiter, W. (2020). Digital banking adoption: A systematic literature review. *International Journal of Information Management*, 53, 102118.
- Arisandi, R. (2022). Metodologi penelitian kuantitatif untuk manajemen. Jakarta: Prenadamedia.
- Astuti, D., dkk. (2020). Kualitas layanan perbankan digital dan kepuasan nasabah. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 9(1), 55–66.
- Bithe.co. (2025). Layanan mobile banking kembali gangguan, masyarakat keluhkan transaksi terhambat. *Diakses dari* <https://www.bithe.co>
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340.
- Dialeksis.com. (2024). Pelaku usaha keluhkan gangguan layanan mobile banking di Banda Aceh. *Diakses dari* <https://www.dialeksis.com>
- Dwitya, R. (2018). Pengaruh mobile banking terhadap kepuasan nasabah perbankan. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 5(2), 110–119.
- Firmansyah, A., & Pradana, A. P. (2023). Pengaruh kualitas pengalaman pengguna dan kepercayaan terhadap keputusan penggunaan mobile banking syariah. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 15(1), 22–35.
- Hermawan, H. (2023). Kualitas layanan dalam pemasaran jasa.

- Bandung: Alfabeta. Ismayani, D. (2020). Metode penelitian kuantitatif. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Junaedi, D., & Neneng, N. (2023). Penggunaan aplikasi mobile banking BSI di Banda Aceh. *Jurnal Ekonomi Islam*, 14(1), 44–56.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2024). *Marketing management* (16th ed.). Pearson Education.
- Kurniawati, D., Hidayat, T., & Fadilah, R. (2017). Pengaruh penggunaan mobile banking terhadap kepuasan nasabah. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 49(2), 112–120.
- Listiani, E. (2023). Teknik pengumpulan data dalam penelitian kuantitatif. Jakarta: Rajawali Pers.
- Lukiana, R., dkk. (2024). Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah perbankan. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 12(1), 33–47.
- Mardiana, S., & Sari, R. (2021). Analisis pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah pada bank syariah. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 9(2), 201–212.
- Muntaha, A., & Aulia, R. (2021). Kualitas layanan perbankan digital terhadap kepuasan nasabah. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi Islam*, 13(1), 56–68.
- Nurhadi, A. (2020). Kualitas pelayanan dalam perspektif Islam. *Jurnal Ekonomi Islam Indonesia*, 8(1), 77–85.
- Noor, M., dkk. (2020). Pengaruh TAM terhadap perilaku penggunaan mobile banking. *Jurnal Sistem Informasi*, 16(2), 145–156.
- Nukilan.id. (2024). Unjuk rasa terkait gangguan mobile banking BSI di Banda Aceh. [Diakses dari https://www.nukilan.id](https://www.nukilan.id)
- Otoritas Jasa Keuangan. (2020). Roadmap pengembangan perbankan syariah Indonesia 2020–2025. Jakarta: OJK.

- Otoritas Jasa Keuangan. (2023). Laporan tahunan perbankan syariah 2023. Jakarta: OJK.
- Pandhika, D. A., & Stiawati, T. (2024). Optimasi kepuasan pengguna melalui kualitas layanan digital di era Society 5.0. *Jurnal Manajemen Digital*, 6(1), 88–101.
- Pratama, A., & Ariyanti, D. (2022). Efisiensi layanan mobile banking terhadap kepuasan nasabah. *Jurnal Ilmu Ekonomi*, 14(2), 55–67.
- Prawiyogi, A. G., dkk. (2021). Metode penelitian pendidikan kuantitatif. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Rahim, A. K., M. F., & Karina, N. A. (2022). Pengaruh kualitas layanan dalam perspektif Islam terhadap kepuasan nasabah pada mobile banking BSI. *Jurnal Ekonomi Islam*, 10(2), 189–201.
- Rahmawati, N., & Suharyono, S. (2020). Indikator penggunaan mobile banking. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Digital*, 7(1), 33–41.
- Ramdhan, M. (2021). Metodologi penelitian kuantitatif. Bandung: Alfabeta.
- Raza, S., dkk. (2020). Impact of digital banking services on customer satisfaction. *Journal of Financial Services Marketing*, 25(4), 115–127.
- Republika.co.id. (2023). DPR Aceh desak BSI perbaiki sistem mobile banking. <http://go.microsoft.com/fwlink/p/?LinkId=255141>
- Roza, A., dkk. (2020). Analisis regresi linier berganda dalam penelitian ekonomi. *Jurnal Statistika dan Ekonomi*, 5(2), 101–112.
- Sri Lestari, S., dkk. (2022). Tujuan kualitas layanan dalam pemasaran jasa. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 9(2), 66–78.
- Sugiyono. (2019). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2020). *Statistika untuk penelitian*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2021).

Metode penelitian pendidikan. Bandung: Alfabeta.

Suyono, E. (2018). Analisis regresi berganda dalam penelitian sosial. *Jurnal Statistika*, 4(1), 22–33.

Syahputri, A. (2023). Kualitas layanan digital perbankan di Indonesia. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 11(1), 88–97.

Viera Valencia, M., & Garcia Giraldo, A. (2019). Customer satisfaction measurement. *Journal of Consumer Studies*, 23(1), 44–59.

Yanti Febrini, S., dkk. (2019). Kepuasan nasabah perbankan: sebuah kajian empiris. *Jurnal Ilmu Ekonomi*, 7(2), 112–125.

Zhang, Y., & Lee, J. (2020). User behavior in mobile banking applications. *Journal of Information Systems*, 34(3), 233–249.

Zhou, T., Lu, Y., & Wang, B. (2021). Integrating user experience into mobile banking adoption. *Electronic Commerce Research*, 21(4), 885–904.

جامعة الرانري

AR - RANIRY

Lampiran 1 Kuisioner Penelitian

Assalamu 'alaikum wr.wb.

Dengan Hormat, Bapak/Ibu/Saudara/I yang saya hormati sehubungan dengan penyelesaian Tugas Akhir Skripsi, yang berjudul “Pengaruh Kualitas Layanan dan Penggunaan Aplikasi *Mobile Banking* terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Syariah Indonesia di Banda Aceh”, saya:

Nama : Elsa Elvira

NIM : 210603040

Fakultas/Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah

Universitas : Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh

Bermaksud untuk memohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/I dalam mengisi angket ini menjadi bantuan yang sangat berarti bagi saya untuk menyelesaikan penelitian skripsi ini.

<https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLScP2A5T9HjZDgOTgyRwXLSExhPxgdFVSZigRD64I15hjC9Uyw/viewform?usp=sharing&oid=116680980800905174701>

Saya menjamin kerahasiaan jawaban Bapak/Ibu/Saudara/I berikan dan hasilnya akan digunakan untuk kepentingan penelitian. Atas kesediaan waktunya dari Bapak/Ibu/Saudara/I dalam mengisi angket ini saya ucapkan terimakasih banyak.

Wassalamu 'alaikum wr.wb.

Hormat Saya,



— Elsa Elvira —

NIM: 210603040

A. IDENTITAS RESPONDEN

Adapun kriteria yang harus dipenuhi oleh para responden yaitu nasabah BSI di Kota Banda Aceh yang menggunakan aplikasi *Mobile Banking* Bank Syariah Indonesia.

Masyarakat Banda Aceh:

Nasabah BSI Penggunaan Aplikasi Mobile Banking :

Nama :

Kecamatan :

- Baiturrahman
- Kuta Alam
- Meuraxa
- Syiah Kuala
- Ulee Kareng
- Banda Raya
- Jaya Baru
- Lueng Bata
- Kuta Raja

Jenis Kelamin :

- Laki-laki
- Perempuan

Usia :

- 18 – 25 tahun
- 26 – 35 tahun

- 36 – 45 tahun
- 46 – 55 tahun
- 56 tahun ke atas

Pendidikan Terakhir

- SD/SMP
- SMA/SMK
- Diploma
- Sarjana (S1)
- Pascasarjana (S2 dan seterusnya)

Lama Menjadi Nasabah BSI:

- Kurang dari 1 tahun
- 1-3 Tahun
- 4-5 Tahun
- Lebih dari 5 tahun

Lama Penggunaan Aplikasi Mobile Banking:

- Kurang dari 6 Bulan
- 6 Bulan - 1 tahun
- 1 - 2 tahun
- Lebih dari 2 tahun

Frekuensi Penggunaan Aplikasi Mobile Banking

- Harian
- Mingguan
- Bulanan
- Jarang

Tujuan Utama Penggunaan Aplikasi Mobile Banking

- Transfer Antar Rekening
- Pembayaran Tagihan/Pembelian
- Pengecekan Saldo/Mutasi
- Top-Up e- Wallet
- Lainnya

○ Apakah Anda Puas Dengan Pelayanan Mobile Banking?

- Ya
- Tidak



B. PETUNJUK PENGISIAN

- Berilah tanda centang (√) pada kolom pilihan jawaban yang tersedia pada setiap pernyataan
- yang telah disediakan. Keterangan dan nilai untuk jawaban dalam kuesioner, yaitu:
 - Sangat Setuju (SS) : 5
 - Setuju (S) : 4
 - Kurang Setuju: 3
 - Tidak Setuju (TS) : 2
 - Sangat Tidak Setuju (STS) :

A. Kualitas Layanan (X1)

| No. | Pertanyaan | SS | S | R | TS | STS |
|--------------------------------------|--|----|---|---|----|-----|
| Kualitas Layanan | | | | | | |
| <i>Reliability</i> (Keandalan) | | | | | | |
| 1 | Saya merasa aplikasi BSI <i>mobile banking</i> memberikan informasi transaksi dengan akurat. | | | | | |
| 2 | Aplikasi jarang mengalami gangguan atau error saat digunakan. | | | | | |
| <i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap) | | | | | | |

| | | | | | | |
|----------------------------|---|--|--|--|--|--|
| 1 | Fitur layanan pada aplikasi BSI <i>mobile banking</i> cepat merespons kebutuhan pengguna. | | | | | |
| 2 | Pihak bank tanggap terhadap keluhan yang disampaikan melalui aplikasi. | | | | | |
| <i>Assurance (Jaminan)</i> | | | | | | |
| 1 | Saya merasa aman bertransaksi menggunakan aplikasi BSI <i>mobile banking</i> . | | | | | |
| 2 | Informasi pribadi saya terlindungi dengan baik saat menggunakan aplikasi. | | | | | |

جامعة الرانري

AR - RANIRY

| <i>Empathy</i> (Empati) | | | | | | |
|--------------------------------|--|--|--|--|--|--|
| 1 | Aplikasi BSI <i>mobile banking</i> memberikan kemudahan bagi nasabah untuk menyampaikan keluhan. | | | | | |
| 2 | Pihak bank menunjukkan perhatian terhadap kebutuhan nasabah melalui layanan digitalnya. | | | | | |
| <i>Tangibles</i> (Bukti Fisik) | | | | | | |
| 1 | Tampilan antarmuka aplikasi BSI <i>mobile banking</i> menarik dan mudah digunakan. | | | | | |
| 2 | Fitur-fitur dalam aplikasi disusun dengan rapi dan mudah ditemukan oleh pengguna. | | | | | |

B. Penggunaan Aplikasi *Mobile Banking* (X2)

| No. | Pertanyaan | SS | S | R | TS | STS |
|----------------------|--|----|---|---|----|-----|
| Frekuensi Penggunaan | | | | | | |
| 1 | Saya sering menggunakan aplikasi BSI <i>mobile banking</i> dalam melakukan transaksi. | | | | | |
| 2 | Saya lebih memilih menggunakan aplikasi daripada datang langsung ke bank. | | | | | |
| 3 | Saya menggunakan aplikasi BSI <i>mobile banking</i> hampir setiap minggu. | | | | | |
| 4 | Aplikasi BSI <i>mobile banking</i> menjadi sarana utama saya dalam melakukan transaksi keuangan. | | | | | |
| 5 | Saya merasa lebih efisien menggunakan aplikasi dari pada layanan manual. | | | | | |
| Fitur yang Digunakan | | | | | | |
| 1 | Saya menggunakan berbagai fitur dalam aplikasi seperti transfer, pembayaran, dan cek saldo. | | | | | |
| 2 | Fitur yang tersedia pada aplikasi memudahkan saya melakukan aktivitas perbankan sehari-hari. | | | | | |

| | | | | | | |
|-------------------------|---|--|--|--|--|--|
| 3 | Saya merasa fitur-fitur yang ada di aplikasi lengkap dan sesuai kebutuhan. | | | | | |
| 4 | Fitur keamanan dalam aplikasi mudah dipahami dan digunakan. | | | | | |
| 5 | Saya memanfaatkan fitur notifikasi untuk memantau aktivitas keuangan saya. | | | | | |
| Minat Menggunakan Ulang | | | | | | |
| 1 | Saya berencana tetap menggunakan aplikasi BSI <i>mobile banking</i> di masa mendatang. | | | | | |
| 2 | Saya tertarik untuk mencoba fitur baru yang akan dirilis oleh BSI <i>mobile banking</i> . | | | | | |
| 3 | Saya akan menggunakan kembali aplikasi BSI <i>mobile banking</i> karena kemudahannya. | | | | | |
| 4 | Saya merasa puas sehingga tidak beralih ke aplikasi bank lain. | | | | | |

| | | | | | | |
|---|---|--|--|--|--|--|
| 5 | Saya ingin terus menggunakan aplikasi BSI <i>mobile banking</i> untuk aktivitas finansial saya. | | | | | |
|---|---|--|--|--|--|--|

C. Kepuasan Nasabah (Y)

| No. | Pertanyaan | SS | S | R | TS | STS |
|----------------------|--|----|---|---|----|-----|
| Kesesuaian Harapan | | | | | | |
| 1 | Aplikasi BSI mobile banking sesuai dengan harapan saya sebagai pengguna. | | | | | |
| 2 | Fitur dan layanan yang tersedia sesuai dengan kebutuhan saya. | | | | | |
| 3 | Kualitas pelayanan digital sesuai dengan yang saya bayangkan sebelumnya. | | | | | |
| Kepuasan Keseluruhan | | | | | | |
| 1 | Saya merasa puas menggunakan aplikasi BSI mobile banking secara keseluruhan. | | | | | |

| | | | | | | |
|----------------------------|--|--|--|--|--|--|
| 2 | Aplikasi memberikan pengalaman transaksi yang menyenangkan. | | | | | |
| 3 | Aplikasi sudah memenuhi kebutuhan saya sebagai nasabah. | | | | | |
| 4 | Saya merasa puas dengan keandalan dan keamanan aplikasi dalam setiap transaksi. | | | | | |
| Kesediaan Merekomendasikan | | | | | | |
| 1 | Saya bersedia menceritakan pengalaman positif saya kepada orang lain. | | | | | |
| 2 | Saya menilai aplikasi BSI mobile banking layak untuk direkomendasikan. | | | | | |
| 3 | Saya merasa orang lain juga akan puas jika menggunakan aplikasi ini. | | | | | |
| 4 | Saya akan merekomendasikan BSI mobile banking kepada siapa pun yang membutuhkan layanan perbankan digital. | | | | | |

| | | | | | | |
|---|---|--|--|--|--|--|
| 5 | Saya yakin aplikasi BSI mobile banking dapat menjadi pilihan utama bagi pengguna layanan perbankan digital. | | | | | |
| 6 | Saya merasa keputusan saya menggunakan aplikasi ini merupakan pilihan yang tepat sebagai nasabah. | | | | | |
| 7 | Saya akan terus menggunakan dan merekomendasikan aplikasi ini kepada teman dan keluarga. | | | | | |
| 8 | Saya puas dengan layanan digital yang diberikan oleh aplikasi BSI mobile banking. | | | | | |

| | | | | | | | | | | | |
|-------|---------------------|--------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|--------|
| X1.7 | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .763 | .005 | .015 | .000 | | .000 | .000 | .000 |
| | N | 97 | 97 | 97 | 97 | 97 | 97 | 97 | 97 | 97 | 97 |
| | Pearson Correlation | .730** | .777* | -.068 | .342* | .234* | .535* | .780* | 1 | .574* | .705** |
| X1.8 | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .505 | .001 | .021 | .000 | .000 | | .000 | .000 |
| | N | 97 | 97 | 97 | 97 | 97 | 97 | 97 | 97 | 97 | 97 |
| | Pearson Correlation | .548** | .670* | -.002 | .231* | .085 | .431* | .532* | .574* | 1 | .592** |
| X1.9 | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .983 | .023 | .410 | .000 | .000 | .000 | | .000 |
| | N | 97 | 97 | 97 | 97 | 97 | 97 | 97 | 97 | 97 | 97 |
| | Pearson Correlation | .641** | .774* | -.092 | .405* | .262* | .410* | .668* | .705* | .592* | 1 |
| X1.10 | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .372 | .000 | .009 | .000 | .000 | .000 | .000 | |
| | N | 97 | 97 | 97 | 97 | 97 | 97 | 97 | 97 | 97 | 97 |

. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

جامعة الرانري

AR - RANIRY

| | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|---------------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| 4 | X2. n | | | | | | | | | | | | | | | |
| | Sig. (2-tailed) | .00 | .00 | .00 | .00 | .00 | .00 | .00 | .00 | .00 | .00 | .00 | .00 | .00 | .00 | |
| | N | 97 | 97 | 97 | 97 | 97 | 97 | 97 | 97 | 97 | 97 | 97 | 97 | 97 | 97 | |
| | Pearson Correlation | .69 | .69 | .69 | .55 | 1 | .68 | .64 | .55 | .50 | .63 | .63 | .52 | .69 | .55 | .69 |
| | | 5** | 4** | 2** | 0** | | 3** | 5** | 8** | 2** | 7** | 9** | 3** | 9** | 3** | 6** |
| 5 | X2. n | | | | | | | | | | | | | | | |
| | Sig. (2-tailed) | .00 | .00 | .00 | .00 | .00 | .00 | .00 | .00 | .00 | .00 | .00 | .00 | .00 | .00 | |
| | N | 97 | 97 | 97 | 97 | 97 | 97 | 97 | 97 | 97 | 97 | 97 | 97 | 97 | 97 | |
| | Pearson Correlation | .74 | .72 | .67 | .70 | .68 | 1 | .68 | .71 | .63 | .71 | .61 | .63 | .79 | .48 | .73 |

| | | | | | | | | | | | | | | | | |
|-----|-----------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| | Pearson | .66 | .70 | .60 | .65 | .55 | .71 | .69 | 1 | .65 | .72 | .65 | .61 | .71 | .54 | .70 |
| | Correlatio | 4** | 3** | 2** | 3** | 8** | 7** | 0** | | 5** | 3** | 8** | 5** | 4** | 4** | 7** |
| X2. | Pearson | .71 | .74 | 1 | .55 | .69 | .67 | .70 | .60 | .51 | .58 | .60 | .59 | .65 | .49 | .67 |
| 3 | Correlat | 3** | 8** | | 8** | 2** | 9** | 6** | 2** | 3** | 9** | 3** | 2** | 6** | 1** | 4** |
| | Sig. (2-tailed) | .00 | .00 | | .00 | .00 | .00 | .00 | .00 | .00 | .00 | .00 | .00 | .00 | .00 | .00 |
| | N | 97 | 97 | 97 | 97 | 97 | 97 | 97 | 97 | 97 | 97 | 97 | 97 | 97 | 97 | 97 |
| X2. | Pearson | .57 | .64 | .55 | 1 | .55 | .70 | .60 | .65 | .57 | .64 | .59 | .58 | .74 | .54 | .63 |
| 4 | Correlatio | 2** | 5** | 8** | | 0** | 4** | 1** | 3** | 8** | 6** | 2** | 3** | 3** | 1** | 4** |
| | Sig. (2-tailed) | .00 | .00 | .00 | | .00 | .00 | .00 | .00 | .00 | .00 | .00 | .00 | .00 | .00 | .00 |
| | N | 97 | 97 | 97 | 97 | 97 | 97 | 97 | 97 | 97 | 97 | 97 | 97 | 97 | 97 | 97 |
| X2. | Pearson | .69 | .69 | .69 | .55 | 1 | .68 | .64 | .55 | .50 | .63 | .63 | .52 | .69 | .55 | .69 |
| 5 | Correlatio | 5** | 4** | 2** | 0** | | 3** | 5** | 8** | 2** | 7** | 9** | 3** | 9** | 3** | 6** |
| | Sig. (2-tailed) | .00 | .00 | .00 | .00 | | .00 | .00 | .00 | .00 | .00 | .00 | .00 | .00 | .00 | .00 |
| | N | 97 | 97 | 97 | 97 | 97 | 97 | 97 | 97 | 97 | 97 | 97 | 97 | 97 | 97 | 97 |
| X2. | Pearson | .74 | .72 | .67 | .70 | .68 | 1 | .68 | .71 | .63 | .71 | .61 | .63 | .79 | .48 | .73 |
| 6 | Correlatio | 6** | 9** | 9** | 4** | 3** | | 8** | 7** | 6** | 4** | 4** | 0** | 7** | 0** | 3** |
| | Sig. (2-tailed) | .00 | .00 | .00 | .00 | .00 | | .00 | .00 | .00 | .00 | .00 | .00 | .00 | .00 | .00 |
| | N | 97 | 97 | 97 | 97 | 97 | 97 | 97 | 97 | 97 | 97 | 97 | 97 | 97 | 97 | 97 |
| X2. | Pearson | .70 | .68 | .70 | .60 | .64 | .68 | 1 | .69 | .67 | .66 | .65 | .55 | .69 | .40 | .60 |
| | Correlatio | 4** | 0** | 6** | 1** | 5** | 8** | | 0** | 9** | 8** | 6** | 5** | 7** | 2** | 5** |

| | | | | | | | | | | | | | | | |
|-----------|---------------------|--------|--------|-------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|-------|--------|--------|--------|-------|
| X2. 14 | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| | N | 97 | 97 | 97 | 97 | 97 | 97 | 97 | 97 | 97 | 97 | 97 | 97 | 97 | 97 |
| | Pearson Correlation | .488** | .587** | .491* | .541** | .553** | .480** | .402** | .544** | .440** | .554* | .645** | .662** | .632** | 1.000 |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| | N | 97 | 97 | 97 | 97 | 97 | 97 | 97 | 97 | 97 | 97 | 97 | 97 | 97 | 97 |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| | N | 97 | 97 | 97 | 97 | 97 | 97 | 97 | 97 | 97 | 97 | 97 | 97 | 97 | 97 |

Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).



| | | | | | | | | | | | | | | | |
|--------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| Pearson | .57 | .68 | .61 | .50 | .58 | .72 | .78 | .66 | .76 | .70 | .72 | .57 | .80 | .64 | 1 |
| Correlatio | 9** | 4** | 2** | 3** | 3** | 4** | 2** | 2** | 2** | 9** | 5** | 0** | 9** | 9** | |
| n | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 5 Sig. (2- | .00 | .00 | .00 | .00 | .00 | .00 | .00 | .00 | .00 | .00 | .00 | .00 | .00 | .00 | .00 |
| tailed) | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| N | 97 | 97 | 97 | 97 | 97 | 97 | 97 | 97 | 97 | 97 | 97 | 97 | 97 | 97 | 97 |



57

Tabel R-Hitung (lanjutan)

| DF = n-2 | 0,1 | 0,05 | 0,02 | 0,01 | 0,001 |
|----------|---------|--------|---------|--------|---------|
| | r 0,005 | r 0,05 | r 0,025 | r 0,01 | r 0,001 |
| 80 | 0,1829 | 0,2172 | 0,2565 | 0,2830 | 0,3568 |
| 81 | 0,1818 | 0,2159 | 0,2550 | 0,2813 | 0,3547 |
| 82 | 0,1807 | 0,2146 | 0,2535 | 0,2796 | 0,3527 |
| 83 | 0,1796 | 0,2133 | 0,2520 | 0,2780 | 0,3507 |
| 84 | 0,1786 | 0,2120 | 0,2505 | 0,2764 | 0,3487 |
| 85 | 0,1775 | 0,2108 | 0,2491 | 0,2748 | 0,3468 |
| 86 | 0,1765 | 0,2096 | 0,2477 | 0,2732 | 0,3449 |
| 87 | 0,1755 | 0,2084 | 0,2463 | 0,2717 | 0,3430 |
| 88 | 0,1745 | 0,2072 | 0,2449 | 0,2702 | 0,3412 |
| 89 | 0,1735 | 0,2061 | 0,2435 | 0,2687 | 0,3393 |
| 90 | 0,1726 | 0,2050 | 0,2422 | 0,2673 | 0,3375 |
| 91 | 0,1716 | 0,2039 | 0,2409 | 0,2659 | 0,3358 |
| 92 | 0,1707 | 0,2028 | 0,2396 | 0,2645 | 0,3341 |
| 93 | 0,1698 | 0,2017 | 0,2384 | 0,2631 | 0,3323 |
| 94 | 0,1689 | 0,2006 | 0,2371 | 0,2617 | 0,3307 |
| 95 | 0,1680 | 0,1996 | 0,2359 | 0,2604 | 0,3290 |
| 96 | 0,1671 | 0,1985 | 0,2347 | 0,2591 | 0,3274 |
| 97 | 0,1663 | 0,1975 | 0,2335 | 0,2578 | 0,3258 |
| 98 | 0,1654 | 0,1965 | 0,2324 | 0,2565 | 0,3242 |
| 99 | 0,1646 | 0,1956 | 0,2312 | 0,2552 | 0,3226 |
| 100 | 0,1638 | 0,1946 | 0,2301 | 0,2540 | 0,3211 |
| 101 | 0,1630 | 0,1937 | 0,2290 | 0,2528 | 0,3196 |
| 102 | 0,1622 | 0,1927 | 0,2279 | 0,2515 | 0,3181 |
| 103 | 0,1614 | 0,1918 | 0,2268 | 0,2504 | 0,3166 |
| 104 | 0,1606 | 0,1909 | 0,2257 | 0,2492 | 0,3152 |
| 105 | 0,1599 | 0,1900 | 0,2247 | 0,2480 | 0,3137 |
| 106 | 0,1591 | 0,1891 | 0,2236 | 0,2469 | 0,3123 |
| 107 | 0,1584 | 0,1882 | 0,2226 | 0,2458 | 0,3109 |
| 108 | 0,1576 | 0,1874 | 0,2216 | 0,2446 | 0,3095 |
| 109 | 0,1569 | 0,1865 | 0,2206 | 0,2436 | 0,3082 |
| 110 | 0,1562 | 0,1857 | 0,2196 | 0,2425 | 0,3068 |
| 111 | 0,1555 | 0,1848 | 0,2186 | 0,2414 | 0,3055 |
| 112 | 0,1548 | 0,1840 | 0,2177 | 0,2403 | 0,3042 |
| 113 | 0,1541 | 0,1832 | 0,2167 | 0,2393 | 0,3029 |
| 114 | 0,1535 | 0,1824 | 0,2158 | 0,2383 | 0,3016 |
| 115 | 0,1528 | 0,1816 | 0,2149 | 0,2373 | 0,3004 |
| 116 | 0,1522 | 0,1809 | 0,2139 | 0,2363 | 0,2991 |
| 117 | 0,1515 | 0,1801 | 0,2131 | 0,2353 | 0,2979 |
| 118 | 0,1509 | 0,1793 | 0,2122 | 0,2343 | 0,2967 |
| 119 | 0,1502 | 0,1786 | 0,2113 | 0,2333 | 0,2955 |
| 120 | 0,1496 | 0,1779 | 0,2104 | 0,2324 | 0,2943 |

Lampiran 3 hasil Uji Reabilitas

Uji Reabilitas Variabel (X1)

Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| .849 | 10 |

Uji Reabilitas Variabel (X2)

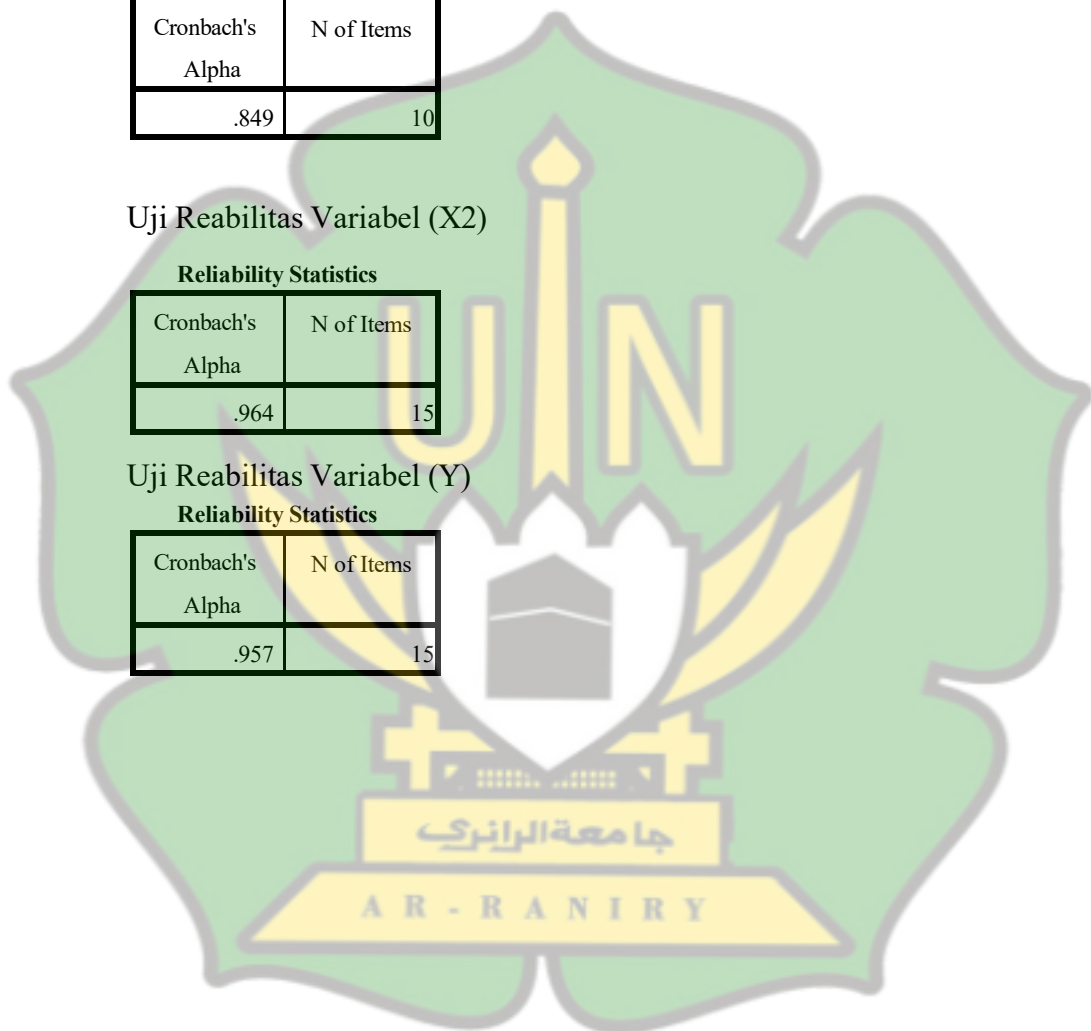
Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| .964 | 15 |

Uji Reabilitas Variabel (Y)

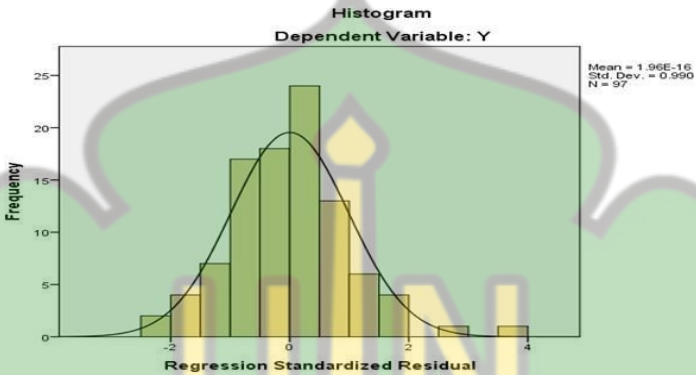
Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| .957 | 15 |

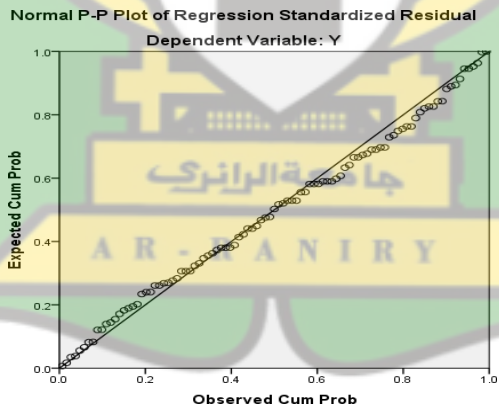


Lampiran 4 Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas



Gambar 4.14 Hasil Uji Normalitas



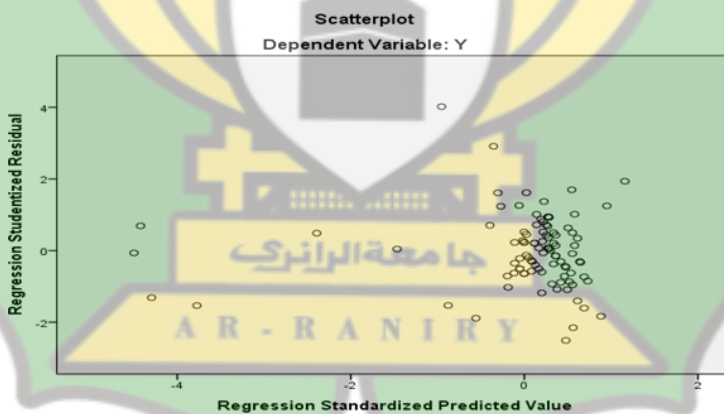
Sumber: Data Primer diolah dengan SPSS (2025)

Uji Multikolinearitas

| Coefficientsa | | | | | | | | |
|---------------|------------------------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|-------------------------|-------|
| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. | Collinearity Statistics | |
| | | B | Std. Error | Beta | | | Tolerance | VIF |
| 1 | (Constant) | 3.366 | 2.358 | | 1.428 | .157 | | |
| | Kualitas Layanan | .231 | .120 | .134 | 1.932 | .056 | .275 | 3.631 |
| | Penggunaan Aplikasi Mobile Banking | .768 | .065 | .820 | 11.861 | .000 | .275 | 3.631 |

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Hasil Uji Heteroskedastisitas



Lampiran 5 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Uji Regresi Linear Berganda

| Coefficientsa | | | | | | | | |
|---|------------------------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|-------------------------|-------|
| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. | Collinearity Statistics | |
| | | B | Std. Error | Beta | | | Tolerance | VIF |
| 1 | (Constant) | 3.366 | 2.358 | | 1.428 | .157 | | |
| | Kualitas Layanan | .231 | .120 | .134 | 1.932 | .056 | .275 | 3.631 |
| | Penggunaan Aplikasi Mobile Banking | .768 | .065 | .820 | 11.861 | .000 | .275 | 3.631 |
| a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah | | | | | | | | |

Lampiran 6 Hasil Uji Hipotesis

Hasil Uji t (Uji Parsial)

| Model | | Coefficients ^a | | | t | Sig. |
|-------|------------------------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
| | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | | |
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 3.366 | 2.358 | | 1.428 | .157 |
| | Kualitas Layanan | .231 | .120 | .134 | 1.932 | .056 |
| | Penggunaan Aplikasi Mobile Banking | .768 | .065 | .820 | 11.861 | .000 |

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Tabel Nilai t

| d.f | $t_{0.10}$ | $t_{0.05}$ | $t_{0.025}$ | $t_{0.01}$ | $t_{0.005}$ | d.f |
|------|------------|------------|-------------|------------|-------------|------|
| 79 | 1,292 | 1,664 | 1,990 | 2,374 | 2,640 | 79 |
| 80 | 1,292 | 1,664 | 1,990 | 2,374 | 2,639 | 80 |
| 81 | 1,292 | 1,664 | 1,990 | 2,373 | 2,638 | 81 |
| 82 | 1,292 | 1,664 | 1,989 | 2,373 | 2,637 | 82 |
| 83 | 1,292 | 1,663 | 1,989 | 2,372 | 2,636 | 83 |
| 84 | 1,292 | 1,663 | 1,989 | 2,372 | 2,636 | 84 |
| 85 | 1,292 | 1,663 | 1,988 | 2,371 | 2,635 | 85 |
| 86 | 1,291 | 1,663 | 1,988 | 2,370 | 2,634 | 86 |
| 87 | 1,291 | 1,663 | 1,988 | 2,370 | 2,634 | 87 |
| 88 | 1,291 | 1,662 | 1,987 | 2,369 | 2,633 | 88 |
| 89 | 1,291 | 1,662 | 1,987 | 2,369 | 2,632 | 89 |
| 90 | 1,291 | 1,662 | 1,987 | 2,368 | 2,632 | 90 |
| 91 | 1,291 | 1,662 | 1,986 | 2,368 | 2,631 | 91 |
| 92 | 1,291 | 1,662 | 1,986 | 2,368 | 2,630 | 92 |
| 93 | 1,291 | 1,661 | 1,986 | 2,367 | 2,630 | 93 |
| 94 | 1,291 | 1,661 | 1,986 | 2,367 | 2,629 | 94 |
| 95 | 1,291 | 1,661 | 1,985 | 2,366 | 2,629 | 95 |
| 96 | 1,290 | 1,661 | 1,985 | 2,366 | 2,628 | 96 |
| 97 | 1,290 | 1,661 | 1,985 | 2,365 | 2,627 | 97 |
| 98 | 1,290 | 1,661 | 1,984 | 2,365 | 2,627 | 98 |
| 99 | 1,290 | 1,660 | 1,984 | 2,365 | 2,626 | 99 |
| Inf. | 1,290 | 1,660 | 1,984 | 2,364 | 2,626 | Inf. |

Sumber: Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS (Dr. Imam Ghozali)

Uji F (Uji Simultan)

| ANOVA ^a | | | | | | |
|--|------------|----------------|----|-------------|---------|-------|
| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
| 1 | Regression | 7985.865 | 2 | 3992.931 | 332.996 | .000b |
| | Residual | 1127.147 | 94 | 11.991 | | |
| | Total | 9113.010 | 96 | | | |
| a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah | | | | | | |
| b. Predictors: (Constant), Kualitas Layanan, Penggunaan Aplikasi <i>Mobile Banking</i> | | | | | | |



Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilitas = 0,05

To exit full screen, press **Esc**

| df untuk penyebut (d2) | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 |
|------------------------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| 91 | 3.95 | 3.10 | 2.70 | 2.47 | 2.31 | 2.20 | 2.11 | 2.04 | 1.98 | 1.94 | 1.90 | 1.86 | 1.83 | 1.80 | 1.78 |
| 92 | 3.94 | 3.10 | 2.70 | 2.47 | 2.31 | 2.20 | 2.11 | 2.04 | 1.98 | 1.94 | 1.89 | 1.86 | 1.83 | 1.80 | 1.78 |
| 93 | 3.94 | 3.09 | 2.70 | 2.47 | 2.31 | 2.20 | 2.11 | 2.04 | 1.98 | 1.93 | 1.89 | 1.86 | 1.83 | 1.80 | 1.78 |
| 94 | 3.94 | 3.09 | 2.70 | 2.47 | 2.31 | 2.20 | 2.11 | 2.04 | 1.98 | 1.93 | 1.89 | 1.86 | 1.83 | 1.80 | 1.77 |
| 95 | 3.94 | 3.09 | 2.70 | 2.47 | 2.31 | 2.20 | 2.11 | 2.04 | 1.98 | 1.93 | 1.89 | 1.86 | 1.82 | 1.80 | 1.77 |
| 96 | 3.94 | 3.09 | 2.70 | 2.47 | 2.31 | 2.19 | 2.11 | 2.04 | 1.98 | 1.93 | 1.89 | 1.85 | 1.82 | 1.80 | 1.77 |
| 97 | 3.94 | 3.09 | 2.70 | 2.47 | 2.31 | 2.19 | 2.11 | 2.04 | 1.98 | 1.93 | 1.89 | 1.85 | 1.82 | 1.80 | 1.77 |
| 98 | 3.94 | 3.09 | 2.70 | 2.46 | 2.31 | 2.19 | 2.10 | 2.03 | 1.98 | 1.93 | 1.89 | 1.85 | 1.82 | 1.79 | 1.77 |
| 99 | 3.94 | 3.09 | 2.70 | 2.46 | 2.31 | 2.19 | 2.10 | 2.03 | 1.98 | 1.93 | 1.89 | 1.85 | 1.82 | 1.79 | 1.77 |
| 100 | 3.94 | 3.09 | 2.70 | 2.46 | 2.31 | 2.19 | 2.10 | 2.03 | 1.97 | 1.93 | 1.89 | 1.85 | 1.82 | 1.79 | 1.77 |
| 101 | 3.94 | 3.09 | 2.69 | 2.46 | 2.30 | 2.19 | 2.10 | 2.03 | 1.97 | 1.93 | 1.88 | 1.85 | 1.82 | 1.79 | 1.77 |
| 102 | 3.93 | 3.09 | 2.69 | 2.46 | 2.30 | 2.19 | 2.10 | 2.03 | 1.97 | 1.92 | 1.88 | 1.85 | 1.82 | 1.79 | 1.77 |
| 103 | 3.93 | 3.08 | 2.69 | 2.46 | 2.30 | 2.19 | 2.10 | 2.03 | 1.97 | 1.92 | 1.88 | 1.85 | 1.82 | 1.79 | 1.76 |
| 104 | 3.93 | 3.08 | 2.69 | 2.46 | 2.30 | 2.19 | 2.10 | 2.03 | 1.97 | 1.92 | 1.88 | 1.85 | 1.82 | 1.79 | 1.76 |
| 105 | 3.93 | 3.08 | 2.69 | 2.46 | 2.30 | 2.19 | 2.10 | 2.03 | 1.97 | 1.92 | 1.88 | 1.85 | 1.81 | 1.79 | 1.76 |
| 106 | 3.93 | 3.08 | 2.69 | 2.46 | 2.30 | 2.19 | 2.10 | 2.03 | 1.97 | 1.92 | 1.88 | 1.84 | 1.81 | 1.79 | 1.76 |
| 107 | 3.93 | 3.08 | 2.69 | 2.46 | 2.30 | 2.18 | 2.10 | 2.03 | 1.97 | 1.92 | 1.88 | 1.84 | 1.81 | 1.79 | 1.76 |
| 108 | 3.93 | 3.08 | 2.69 | 2.46 | 2.30 | 2.18 | 2.10 | 2.03 | 1.97 | 1.92 | 1.88 | 1.84 | 1.81 | 1.78 | 1.76 |
| 109 | 3.93 | 3.08 | 2.69 | 2.45 | 2.30 | 2.18 | 2.09 | 2.02 | 1.97 | 1.92 | 1.88 | 1.84 | 1.81 | 1.78 | 1.76 |
| 110 | 3.93 | 3.08 | 2.69 | 2.45 | 2.30 | 2.18 | 2.09 | 2.02 | 1.97 | 1.92 | 1.88 | 1.84 | 1.81 | 1.78 | 1.76 |
| 111 | 3.93 | 3.08 | 2.69 | 2.45 | 2.30 | 2.18 | 2.09 | 2.02 | 1.97 | 1.92 | 1.88 | 1.84 | 1.81 | 1.78 | 1.76 |
| 112 | 3.93 | 3.08 | 2.69 | 2.45 | 2.30 | 2.18 | 2.09 | 2.02 | 1.96 | 1.92 | 1.88 | 1.84 | 1.81 | 1.78 | 1.76 |
| 113 | 3.93 | 3.08 | 2.68 | 2.45 | 2.29 | 2.18 | 2.09 | 2.02 | 1.96 | 1.92 | 1.87 | 1.84 | 1.81 | 1.78 | 1.76 |
| 114 | 3.92 | 3.08 | 2.68 | 2.45 | 2.29 | 2.18 | 2.09 | 2.02 | 1.96 | 1.91 | 1.87 | 1.84 | 1.81 | 1.78 | 1.75 |
| 115 | 3.92 | 3.08 | 2.68 | 2.45 | 2.29 | 2.18 | 2.09 | 2.02 | 1.96 | 1.91 | 1.87 | 1.84 | 1.81 | 1.78 | 1.75 |
| 116 | 3.92 | 3.07 | 2.68 | 2.45 | 2.29 | 2.18 | 2.09 | 2.02 | 1.96 | 1.91 | 1.87 | 1.84 | 1.81 | 1.78 | 1.75 |
| 117 | 3.92 | 3.07 | 2.68 | 2.45 | 2.29 | 2.18 | 2.09 | 2.02 | 1.96 | 1.91 | 1.87 | 1.84 | 1.80 | 1.78 | 1.75 |
| 118 | 3.92 | 3.07 | 2.68 | 2.45 | 2.29 | 2.18 | 2.09 | 2.02 | 1.96 | 1.91 | 1.87 | 1.84 | 1.80 | 1.78 | 1.75 |
| 119 | 3.92 | 3.07 | 2.68 | 2.45 | 2.29 | 2.18 | 2.09 | 2.02 | 1.96 | 1.91 | 1.87 | 1.83 | 1.80 | 1.78 | 1.75 |
| 120 | 3.92 | 3.07 | 2.68 | 2.45 | 2.29 | 2.18 | 2.09 | 2.02 | 1.96 | 1.91 | 1.87 | 1.83 | 1.80 | 1.78 | 1.75 |
| 121 | 3.92 | 3.07 | 2.68 | 2.45 | 2.29 | 2.17 | 2.09 | 2.02 | 1.96 | 1.91 | 1.87 | 1.83 | 1.80 | 1.77 | 1.75 |
| 122 | 3.92 | 3.07 | 2.68 | 2.45 | 2.29 | 2.17 | 2.09 | 2.02 | 1.96 | 1.91 | 1.87 | 1.83 | 1.80 | 1.77 | 1.75 |
| 123 | 3.92 | 3.07 | 2.68 | 2.45 | 2.29 | 2.17 | 2.08 | 2.01 | 1.96 | 1.91 | 1.87 | 1.83 | 1.80 | 1.77 | 1.75 |
| 124 | 3.92 | 3.07 | 2.68 | 2.44 | 2.29 | 2.17 | 2.08 | 2.01 | 1.96 | 1.91 | 1.87 | 1.83 | 1.80 | 1.77 | 1.75 |
| 125 | 3.92 | 3.07 | 2.68 | 2.44 | 2.29 | 2.17 | 2.08 | 2.01 | 1.96 | 1.91 | 1.87 | 1.83 | 1.80 | 1.77 | 1.75 |
| 126 | 3.92 | 3.07 | 2.68 | 2.44 | 2.29 | 2.17 | 2.08 | 2.01 | 1.95 | 1.91 | 1.87 | 1.83 | 1.80 | 1.77 | 1.75 |
| 127 | 3.92 | 3.07 | 2.68 | 2.44 | 2.29 | 2.17 | 2.08 | 2.01 | 1.95 | 1.91 | 1.86 | 1.83 | 1.80 | 1.77 | 1.75 |
| 128 | 3.92 | 3.07 | 2.68 | 2.44 | 2.29 | 2.17 | 2.08 | 2.01 | 1.95 | 1.91 | 1.86 | 1.83 | 1.80 | 1.77 | 1.75 |
| 129 | 3.91 | 3.07 | 2.67 | 2.44 | 2.28 | 2.17 | 2.08 | 2.01 | 1.95 | 1.90 | 1.86 | 1.83 | 1.80 | 1.77 | 1.74 |
| 130 | 3.91 | 3.07 | 2.67 | 2.44 | 2.28 | 2.17 | 2.08 | 2.01 | 1.95 | 1.90 | 1.86 | 1.83 | 1.80 | 1.77 | 1.74 |
| 131 | 3.91 | 3.07 | 2.67 | 2.44 | 2.28 | 2.17 | 2.08 | 2.01 | 1.95 | 1.90 | 1.86 | 1.83 | 1.80 | 1.77 | 1.74 |
| 132 | 3.91 | 3.06 | 2.67 | 2.44 | 2.28 | 2.17 | 2.08 | 2.01 | 1.95 | 1.90 | 1.86 | 1.83 | 1.79 | 1.77 | 1.74 |
| 133 | 3.91 | 3.06 | 2.67 | 2.44 | 2.28 | 2.17 | 2.08 | 2.01 | 1.95 | 1.90 | 1.86 | 1.83 | 1.79 | 1.77 | 1.74 |
| 134 | 3.91 | 3.06 | 2.67 | 2.44 | 2.28 | 2.17 | 2.08 | 2.01 | 1.95 | 1.90 | 1.86 | 1.83 | 1.79 | 1.77 | 1.74 |
| 135 | 3.91 | 3.06 | 2.67 | 2.44 | 2.28 | 2.17 | 2.08 | 2.01 | 1.95 | 1.90 | 1.86 | 1.82 | 1.79 | 1.77 | 1.74 |

Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary^b

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|--|-------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1 | .936a | .876 | .874 | 3.46279 |
| a. Predictors: (Constant), Kualitas Layanan, Penggunaan Aplikasi <i>Mobile Banking</i> | | | | |
| b. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah | | | | |

Lampiran 7 Riwayat Hidup

RIWAYAT HIDUP

Nama Lengkap : Elsa Elvira
NIM : 210603040
Tempat/Tgl. Lahir : Sukarami/ 16 Desember 2003
Status : Belum Menikah
Alamat : Serbajadi, Kec. Darul Makmur, Kab. Nagan Raya
No Hp : 082262167406
Email : 210603040@student.ar-raniry.ac.id

Riwayat Pendidikan

1. SD : Lulus Tahun 2015
2. SMP : Lulus Tahun 2018
3. SMA : Lulus Tahun 2021
4. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN AR-RANIRY Banda Aceh

Data Orang Tua

Nama Ayah : Aan Efendi
Pekerjaan : Wira Swasta
Nama Ibu : Ardayani
Pekerjaan : PNS
Alamat Orang Tua : Serbajadi, Kec. Darul Makmur, Kab. Nagan Raya