

ABSTRAK

Sri Kumalawati, 2019. *Pengaruh Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah (Studi pada Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin)*. Skripsi, Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Pembimbing: (I) Prof. Dr. H. Akh. Fauzi Aseri, M.A. (II) Pati Matu Zahra, S. Ag., MSI.

Kata Kunci: Pengaruh layanan, Kepuasan, Loyalitas Nasabah, Mobile Banking

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pesatnya jaringan internet dan ponsel pintar, hal ini disebabkan karena meningkatnya kebutuhan masyarakat. Salah satu kebutuhan masyarakat akan penggunaan internet yaitu kebutuhan terhadap fasilitas bank yang dapat mempermudah masyarakat dalam bertransaksi. Perkembangan teknologi yang begitu pesat telah memengaruhi perkembangan aktivitas baik ekonomi maupun sosial masyarakat, termasuk aktivitas dan transaksi keuangan baik secara langsung maupun tidak langsung. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pelayanan *mobile banking* terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin.

Penelitian ini merupakan *field research* (penelitian lapangan), bersifat statistik kuantitatif, yaitu *reliability* (kehandalan) (X_1), *Assurance* (jaminan) (X_2), *empathy* (empati) (X_3), *tangible* (bukti fisik) (X_4), *responsiveness* (tanggapan) (X_5), *Efficiency* (efisien) (X_6), dan sejauh mana pengaruhnya terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah pada Bank BNI Syariah kantor cabang di Banjarmasin, dengan pengolahan data menggunakan statistik. Sampel yang diambil dalam penelitian ini sebanyak 100 orang.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwasanya variabel *reliability* (kehandalan) (X_1), *Assurance* (jaminan) (X_2), *empathy* (empati) (X_3), *tangible* (bukti fisik) (X_4), *responsiveness* (tanggapan) (X_5), *Efficiency* (efisien) (X_6) secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah pada Bank BNI Syariah kantor cabang Banjarmasin. Dimana hasil uji $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $149,646 > 2,19$ dan nilai signifikan F sebesar 0,000, dimana nilai ini lebih kecil dari α sebesar 0,05 ($0,000 < 0,05$). Sedangkan secara parsial terdapat tiga variabel yang berpengaruh terhadap kepuasan nasabah yakni *reliability* (kehandalan) (X_1) dengan hasil uji t dimana $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,351 > 1,984$) dengan tingkat signifikansi sebesar $0,0001 < 0,05$, dan *empathy* (empati) (X_3) dengan hasil uji t dimana $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,701 > 1,984$) dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$ dan *responsiveness* (tanggapan) (X_5) dengan hasil uji t dimana $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,938 > 1,984$) dengan tingkat signifikansi $0,04 < 0,05$ maka H_0 dalam tiga variabel ini ditolak. Sedangkan terhadap loyalitas nasabah diantara enam variabel hanya ada satu yang tidak berpengaruh yaitu variabel *tangible* (X_4) dengan hasil uji t dimana $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,332 < 1,984$). Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_a diterima.