

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di Indonesia, kehidupan masyarakat tidak pernah terlepas dari kegiatan yang bernama transaksi. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia transaksi merupakan perpuasan jual beli (dalam perdagangan) antara dua pihak (Indonesia K. B., 2016). Seiring berkembangnya zaman, kegiatan transaksi bukan hanya melalui pertemuan yang melibatkan dua orang maupun lebih. Perkembangan dunia bisnis pada awal abad 21 seperti sekarang ini amatlah cepat, informasi yang dibutuhkan oleh masyarakat semakin kompleks dan instan.

Sebagai salah satu lembaga yang menjunjung tinggi pelayanan yang profesional, perbankan akan selalu memperhatikan kepuasan nasabahnya, karena kepuasan nasabah adalah hal utama dalam membangun citra perbankan yang baik. Jika kepuasan nasabah adalah target pencapaian utama setiap bank, maka tugas utama setiap bank adalah membuat produk yang akan menghasilkan sesuatu yang bisa menciptakan sifat kepuasan dari diri nasabah itu sendiri.

Dalam prosedur transaksi manual bank yang ada pada bank untuk sebagian masyarakat yang pernah menggunakan jasa di bank pasti mengetahui prosedur yang digunakan oleh bank tersebut, karena pada setiap bank di Indonesia tidak jauh berbeda yang biasanya dimulai dengan penulisan data terlebih dahulu, mengantri, lalu dilanjutkan dengan proses transaksi yang mana terjadilah proses transaksi yang melibatkan kontak fisik antara nasabah dan *teller*. Selama proses tersebut cukup

menyita waktu dan tidak jarang terdengar keluhan masyarakat dikarenakan ketidaknyamanan nasabah untuk mengantri dengan waktu yang cukup lama. Untuk menyiasati hal tersebut, bank menyediakan layanan dengan sistem pembayaran yang saat ini sudah menyentuh teknologi canggih di sektor perbankan yang dipastikan akan mampu mengubah pola bertransaksi.

Kegiatan bank yang mulanya dilakukan secara manual dengan transaksi yang berkaitan dengan uang tunai, penarikan dan penyetoran uang lebih mudah dan cepat tanpa harus nasabah direpotkan dengan mengantri dan menulis data dengan menggunakan teknologi informasi bersifat elektronik yang kemudian disebut *elektronik banking* atau *e-banking* untuk memenuhi kebutuhan melakukan transaksi perbankan selain yang tersedia di kantor cabang dan ATM. Dengan adanya perkembangan sistem teknologi di perbankan masyarakat di mudahkan dalam proses transaksi kapanpun dan dimanapun.

Kombinasi antara teknologi telepon dengan jaringan internet belakangan ini semakin marak dibahas. Penggunaan telepon seluler sudah menjadi kebutuhan sekunder untuk masyarakat yang digunakan untuk mendapatkan informasi serta berbagai layanan yang dibutuhkan. Dengan fenomena diatas, maka semakin maraknya penggunaan teknologi canggih di sektor perbankan maka dapat dipastikan akan mengubah pola transaksi. Baik yang tadinya disibukkan dengan transaksi manual menulis dan datang ke bank terdekat serta membawa uang tunai dan akan menjadi lebih praktis tanpa harus mengantri dan menulis setoran.

Mobile banking adalah salah satu inovasi teknologi *mobile* terkini. Meskipun mesin anjungan tunai mandiri (ATM), telepon, dan *internet banking*

menawarkan saluran distribusi (*delivery channel*) yang efektif untuk produk perbankan tradisional, namun dibandingkan saluran distribusi lain, *mobile banking* di banyak negara maju dan berkembang, cenderung memiliki efek yang signifikan di pasar (Safeena dkk., 2012, hlm. 1021). *Mobile banking* adalah pendorong utama adopsi yang cepat pada perangkat seluler, dan fitur yang disediakan memungkinkan kami untuk memberikan layanan yang efisien kapan saja, di mana saja, bahkan saat bepergian. (Veijalainen dkk., 2003).

Di era digital, masyarakat tidak lagi ragu untuk mencari informasi, menjadi responsif dan interaktif dalam mencari informasi, sangat cerdas dalam menawarkan produk dan jasa, dan tidak mungkin berpikir dua kali. Tujuan konsumen adalah untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan suatu produk atau jasa. Mereka tidak lagi dibatasi oleh merek yang dibuat oleh produsen yang seolah-olah menipu dan mengubah persepsi mereka tentang produk dan layanan. Tujuan utamanya adalah membuat konsumen loyal terhadap produk dan jasanya bukan hanya karena kualitasnya tetapi juga karena pendampingan orang lain (Prisgunanto, 2014, hlm. 175).

Di Indonesia, pengguna dan transaksi *mobile banking* terus meningkat. Peningkatan terlihat dengan semakin banyaknya bank-bank di Indonesia mengadopsi *mobile banking*. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mencatat jumlah nasabah pengguna *e-banking* (*SMS banking*, *phonebanking*, *mobile banking*, dan *internet banking*) meningkat sebesar 270%, dari 13,6 juta nasabah pada tahun 2012 menjadi 50,4 juta nasabah pada tahun 2016. Sementara frekuensi transaksi pengguna *e-banking* meningkat 169%, dari 150,8 juta transaksi pada tahun 2012

menjadi 405,4 juta transaksi pada tahun 2016. Bank Indonesia (BI) juga mencatat nilai transaksi pembayaran digital sepanjang 2018 mencapai Rp47,19 triliun. Angka itu meningkat empat kali lipat dibandingkan nilai transaksi pada 2017 yang sebesar Rp12,37 triliun (*Transaksi Mobile Banking BNI Tumbuh 3 Kali Lipat - Finansial Bisnis.com*, t.t.).

Bahkan, di beberapa bank-bank besar, *mobile banking* menunjukkan dominasinya dibandingkan *SMS banking*, *phonebanking*, dan *internet banking*. Pengguna *internet banking* perseroan sudah 15,46 juta dan *mobile banking* 24,21 juta (*Transaksi mobile dan internet banking di sejumlah bank meningkat tajam - Page all*, t.t.). Selain itu, Laporan McKinsey & Company yang terbaru menyebut, konsumen Indonesia yang aktif menggunakan *mobile banking* lebih banyak melakukan pembelian ketimbang yang tidak menggunakan *mobile banking* (*Riset: Pengguna Mobile Banking Lebih Boros Tetapi Loyal*, t.t.).

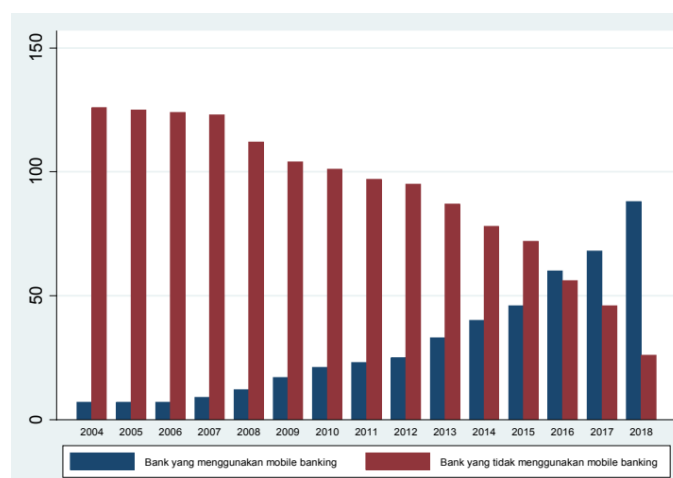
Salah satu unggahan video pada tanggal 22 maret 2021 di akun Instagram BSI Mobile, dua orang wanita yang sedang berbincang disebuah ruangan melonjak gembira kegiaran. Melalui ipad nya, mereka mendapatkan kabar melalui notifikasi bertuliskan “pembayaran berhasil masuk ke rekening”. (Sumber Iklan Visual dari BSI). Sebuah iklan yang telah dijabarkan merupakan sebuah iklan yang memasarkan sebuah fasilitas yang kian hari makin marak digunakan yakni *Mobile Banking*. *Mobile banking* yang mengimplementasikan teknologi informasi terus berkembang seiring dengan banyaknya pengguna telepon seluler.

Di Indonesia, telah banyak dijumpai system *Mobile Banking* khususnya yang beroperasi di wilayah Banjarmasin dengan berbagai macam istilah. Misalnya

untuk BRI Syariah menggunakan BRIS Online, sedangkan BNI Syariah dan Bank Syariah Mandiri tetap menggunakan masing-masing *mobile banking* konvensional karena masih dibawah naungannya. Bank tersebut memberikan sistem pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan dari nasabah serta visi dan misi perusahaan mereka dengan tujuan untuk mencapai kepuasan pelanggan.

Pada 1 februari 2021 yang bertepatan pada 19 Jumadil Akhir 1442 H menjadi penanda sejarah bergabungnya Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah menjadi satu entitas yaitu Bank Syariah Indonesia (BSI). Penggabungan ini akan meyatukan kelebihan dari ketiga Bank Syariah sehingga menghadirkan layanan yang lebih lengkap, jangkauan lebih luas, serta memiliki kapasitas permodalan yang lebih baik. Emiten bank syariah BUMN, PT Bank Syariah Indonesia Tbk (BRIS) atau BSI, mencatat pertumbuhan transaksi *Mobile Banking* 97,4% secara tahunan pada periode Juli 2021 atau sebanyak 46,4 juta transaksi (*Bank Syariah Indonesia, Sejarah Perseroan, 2021*).

Gambar I
Bank Yang Menggunakan Mobile Banking dan Tidak Menggunakan



Sumber: (Otoritas Jasa Keuangan, 2020)

Menurut Kotler dan Keller Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan (Priansa & Juni, 2017, hlm. 196). Apabila harapan tinggi, sementara tingkat kinerjanya atau hasil yang dicapai tidak sesuai maka kepuasan tidak akan tercapai atau bahkan menimbulkan kekecewaan bagi konsumen. Begitu pula sebaliknya, apabila kinerja melebihi dari yang diharapkan kepuasan konsumen akan meningkat, dapat dikatakan bahwa jasa tersebut memiliki kualitas yang baik. Maka dapat diambil kesimpulan bahwa jika nasabah merasa puas atau tidak puas dengan pelayanan berbanding dengan harapannya maka pengalaman nasabah terhadap produk jasa dan kinerja pelayanan akan masuk kedalam ingatan jangka panjang seseorang dan terbentuk sebuah *image* perusahaan. Akankah ia akan mempertimbangkan untuk menggunakan kembali untuk menggunakan jasa yang sama.

Dari uraian masalah di atas, peneliti mencoba mencari perbedaan kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan manual dengan pelayanan elektronik, dengan asumsi bahwa para konsumen dapat membandingkan kepuasan yang diterima dari pelayanan tersebut. Melihat sudah banyaknya penggunaan *elektronik banking* tetapi apakah dapat memenuhi kebutuhan konsumen tersebut atau sebaliknya. Begitu pula dengan pelayanan manual.

Maka muncul sebuah pertanyaan apakah pelayanan yang ditawarkan oleh bank dengan menggunakan beberapa variable yang akan diuji mempunyai kualitas yang baik yang kiranya akan memberikan kepuasan pada nasabah saat bertransaksi dalam pelayanan langsung atau menggunakan produk *Elektronik Banking*.

Untuk itu maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “Tingkat Kepuasan Nasabah terhadap Pelayanan Elektronik dan Pelayanan Manual di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Banjarmasin I”.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana tingkat kepuasan nasabah pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Banjarmasin terhadap pelayanan elektronik.
2. Bagaimana tingkat kepuasan nasabah pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Banjarmasin terhadap pelayanan manual.
3. Bagaimana perbandingan tingkat kepuasan nasabah pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Banjarmasin antara pelayanan elektronik dan pelayanan manual

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk

1. Untuk mengetahui tingkat kepuasan nasabah pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Banjarmasin terhadap pelayanan elektronik.
2. Untuk mengetahui tingkat kepuasan nasabah pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Banjarmasin terhadap pelayanan konvensional.
3. Untuk mengetahui perbandingan tingkat kepuasan nasabah pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Banjarmasin antara pelayanan elektronik dan pelayanan konvensional.

D. Kegunaan Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan bagi pengembangan ilmu pengetahuan tentang kajian perbankan syariah sebagai salah satu bagian dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) UIN Antasari Banjarmasin.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Penulis

- 1) Untuk menambah pengetahuan serta wawasan bagi peneliti mengenai pengaplikasian layanan *electronic channel (e-channel)* di Bank Syariah Indonesia KC Banjarmasin secara riil.
- 2) Dapat dijadikan sebagai media untuk mengaplikasikan ilmu perbankan yang telah diperoleh selama perkuliahan serta menambah pengalaman dalam penelitian

b. Bagi Akademisi

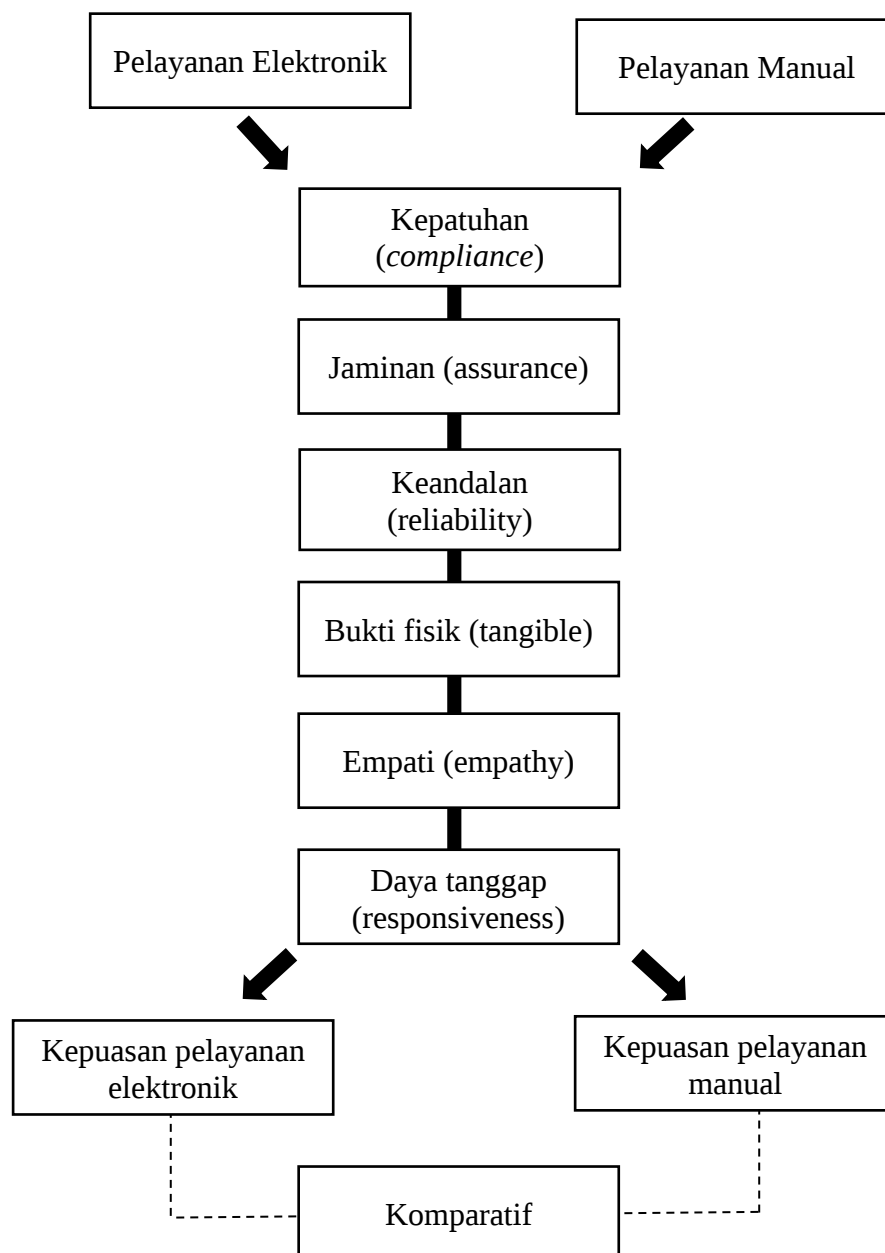
- 1) Hasil penelitian ini dapat menambah literature yang dapat dijadikan sebagai bahan referensi bagi mahasiswa/i UIN Antasari Banjarmasin
- 2) Hasil penelitian ini diharapkan dapat mendukung penelitian selanjutnya yang nantinya akan meneliti permasalahan serupa

c. Bagi Pembaca hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan pengetahuan mengenai pelayanan manual terkhusus *teller* dan *customer service* dan pelayanan elektronik untuk *m-Banking* bagi para pembaca dan

juga bisa dijadikan referensi untuk penelitian selanjutnya mengenai layanan *e-channel*.

E. Kerangka Berfikir

Gambar II
Kerangka Berfikir



Sumber: Data diolah oleh Dewi Anggraheni 2022

F. Definisi Operasional

Definisi operasional adalah definisi yang membuat variabel-variabel yang sedang diteliti menjadi praktis dan operasional sehubungan dengan proses pengukuran variabel-variabel tersebut (Jonathan Sarwono, 2006, hlm. 27). Dalam hal ini, orang selain peneliti dapat melakukan hal yang sama sehingga apa yang peneliti lakukan terbuka untuk diteliti kembali oleh orang lain. Definisi operasional dapat diartikan sebagai pernyataan yang begitu jelas sehingga tidak menimbulkan salah pengertian penafsiran karena perilakunya dapat diamati dan juga diobservasi. Oleh karena itu, peneliti perlu menjelaskan definisi operasional terhadap masing-masing indikator sebagai berikut:

1. Pelayanan

Pelayanan adalah melakukan suatu usaha untuk melayani orang lain. Pelayanan dalam penelitian ini menggunakan model CARTER dengan 5 dimensi yaitu Kepatuhan Syariah (*Shariah Compliance*), Jaminan (*assurance*), Keandalan (*reliability*), Bukti fisik (*tangible*), Empati (*empathy*), dan Daya tanggap (*responsiveness*).

2. Kepuasan

Kepuasan konsumen merupakan hasil bandingan antara kinerja (hasil) produk yang difikirkan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan. Apabila harapan tinggi, sementara tingkat kinerjanya atau hasil yang dicapai tidak sesuai maka kepuasan tidak akan tercapai atau bahkan menimbulkan kekecewaan bagi konsumen. Begitu pula sebaliknya, apabila kinerja melebihi dari yang diharapkan

kepuasan konsumen akan meningkat, dapat dikatakan bahwa jasa tersebut memiliki kualitas yang baik. Indikator kepuasan adalah sebagai berikut:

- a. Kepuasan terhadap produk dan jasa
- b. Merekomendasikan kepada pihak lain
- c. Menggunakan produk atau jasa kembali

3. Jenis Pelayanan Jasa

- a. Pelayanan jasa secara manual

Sistem transaksi pelayanan jasa manual menggunakan sistem secara langsung (tatap muka) yang melibatkan dua orang yaitu pegawai bank dan nasabah yang secara langsung menyampaikan keluhan atau keperluannya karena telah datang ke bank tersebut. Maka dari itu, setelah nasabah menyampaikan keperluannya kepada pegawai bank maka akan diproseslah sesuai prosedur pengerjaan sesuai kebutuhan. Pelayanan *front liner* terhadap kepuasan nasabah dibatasi pada *Customer Service* dan *Teller*.

- b. Pelayanan jasa secara elektronik (*mobile banking*)

Mobile Banking merupakan produk perbankan yang menerapkan teknologi informasi dimana cara penggunaan produk perbankan ini cukup mudah. Nasabah hanya harus mempunyai pelayanan *Mobile Banking* di telepon selular maka semua transaksi akan terlayani secara praktis dan efisien tanpa harus bertatap muka secara langsung. Pelayanan *Electronic Banking* dibatasi pada *Mobile Banking* dengan fitur info rekening, transfer, tarik tunai, pembayaran, pembelian, QRIS, buka rekening, serta infaq dan zakat.

4. Bank Syariah Indonesia

Bank Syariah Indonesia didirikan pada 1 Februari 2021. Bank Syariah Indonesia adalah lembaga dengan menyediakan jasa layanan untuk masyarakat dalam membantu kegiatan keuangan. Di Indonesia, regulasi mengenai bank syariah terdapat pada UU No.21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah. Menurut UU No.21 Th. 2008 pasal 1 ayat 7 bahwasanya Bank Syariah adalah Bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan Prinsip Syariah. Bank Syariah Indonesia memperoleh izin dari OJK No.: SR-3/PB.1/2021 pada tanggal 27 Januari 2021. Lokasi yang diambil pada penelitian ini adalah Bank Syariah Indonesia, Tbk Kantor Cabang Banjarmasin A Yani 1 di Jl. Jend. Ahmad Yani Km. 4 No. 385, Banjarmasin 70235, Kalimantan Selatan, Indonesia.

G. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yaitu untuk menjelaskan perbedaan atau memperkuat hasil penelitian tersebut dengan penelitian yang telah ada. Pengkajian terhadap hasil penelitian orang lain yang relevan, lebih berfungsi sebagai perbandingan dari kesimpulan berfikir peneliti. Adapun penelitian terdahulu yang peneliti rasa sangat relevan dengan penelitian ini adalah

1. Hidayati (2019). Judul: *Perbandingan Minat Dosen dan Karyawan UIN Antasari Banjarmasin dalam menggunakan E-Banking dan Manual Banking*. Penelitian ini tentang perbandingan minat dosen dan karyawan UIN Antasari Banjarmasin antara menggunakan *E-Banking* dan *Manual Banking* serta mengetahui ada atau tidak ada perbedaan minat dosen dan karyawan antara

menggunakan *E-Banking* maupun *Manual Banking*, skripsi ini menyimpulkan bahwa ada perbedaan yang signifikan antara minat dosen dan karyawan antara menggunakan *E-Banking* dan *Manual Banking*. Adapun penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*) dengan menggunakan pendekatan kuantitatif dan pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner. Jika dilihat dari variabel yang diteliti cenderung memiliki kesamaan antara skripsi ini dengan yang akan penulis lakukan baik dari metode pengumpulan data sampai rumus yang akan digunakan. Untuk perbedaan dilihat dari aspek yang akan diteliti oleh penulis tentu berbeda dengan skripsi ini. Karena yang akan diteliti oleh penulis adalah perbandingan kepuasan pada pelayanan bank dalam menggunakan pelayanan elektronik dan pelayanan konvensional, sedangkan yang diteliti dari skripsi ini adalah perbandingan minat dosen dan karyawan.

2. Ahmad Riza (2018). Judul: *Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Kepuasan Nasabah Pengguna e-Banking pada PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin*. Penelitian ini membahas tentang menganalisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Kepuasan Nasabah Pengguna e-Banking pada PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin secara simultan dan parsial. Penelitian ini adalah penelitian lapangan bersifat kuantitatif. Penelitian ini menggunakan metode *accidental sampling* dan teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Dalam penelitian ini diarahkan untuk memperoleh data yang diperlukan dari objek penelitian yang sebenarnya tentang analisis faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan nasabah pengguna e-banking.

Yang mana dengan skripsi ini peneliti terbantu dengan adanya jenis-jenis faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah. Adapun perbedaannya adalah peneliti melakukan penelitian menggunakan *purposive sampling* dan melakukan penelitian tentang perbedaan kepuasan nasabah terhadap pelayanan manual dan pelayanan elektronik.

3. Bunga Nur Inda Sari (2018). Judul: *Perbandingan Pelayanan Langsung Dan Pelayanan Digital Dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah Di PT Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Bengkulu*. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui kualitas pelayanan langsung dan pelayanan digital yang ada di PT Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Bengkulu dan untuk mengetahui faktor penyebab pelayanan digital tidak dapat membantu pelayanan langsung secara optimal. Untuk mengungkap masalah tersebut secara mendalam dan menyeluruh, peneliti menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara dan dokumentasi. Informan dalam penelitian ini adalah nasabah PT Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Bengkulu sebanyak 15 orang. Teknik analisis data yang digunakan adalah reduksi data (*data reduction*), penyajian data (*data display*), dan *conclusion drawing/verification*. Hasil dari penelitian ini dapat diketahui bahwa pertama, kualitas pelayanan langsung yang ada di PT Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Bengkulu sudah bagus, dan nasabah sudah puas memakai pelayanan teller. Kedua, kualitas pelayanan digital yang ada di PT Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Bengkulu sudah bagus, dan nasabah sudah puas memakai pelayanan teller. Ketiga, faktor yang

menyebabkan nasabah lebih sering menggunakan pelayanan teller daripada pelayanan ATM adalah karena kebutuhan, kurangnya pemahaman nasabah dalam menggunakan ATM, rasa tidak aman saat menggunakan ATM, dan nasabah merasa lebih nyaman menggunakan pelayanan teller. Adapun perbedaannya adalah peneliti melakukan penelitian pendekatan kuantitatif menggunakan uji-uji untuk menunjukkan kevalidan beserta data dari kuesioner.

H. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah fakta sementara untuk rumusan masalah penelitian, artinya hipotesis adalah fakta sementara yang harus diperiksa kebenarannya. Hipotesis berfungsi sebagai kemungkinan untuk menguji kebenaran teori. Jika hipotesis diuji dan terbukti kebenarannya, hipotesis menjadi teori. Hipotesis tersebut diturunkan dari teori yang ada, kemudian diperiksa kebenarannya dan pada akhirnya mengarah pada suatu teori. Maka peneliti dapat merumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut:

H0 = Tidak Terdapat perbedaan kepuasan nasabah antara pelayanan elektronik dan pelayanan manual di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Banjarmasin

1.

H1 = Terdapat perbedaan kepuasan nasabah antara pelayanan elektronik dan pelayanan manual di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Banjarmasin

1

I. Sistematika Pembahasan

Sistematika penulisan berisi uraian singkat tentang isi bab demi bab yang tersusun secara sistematis. Tiap- tiap bab membahas pembahasan yang berbeda, tetapi masih dalam satu kestauan yang saling berhubungan. Secara sistematika skripsi ini terbagi menjadi:

BAB I : Pendahuluan. Pada bab ini berisi judul “Analisis Komparatif Mengenai Kepuasan Nasabah Terhadap Pelayanan Elektronik Dan Pelayanan Konvensional Pelayanan Elektronik Kantor Cabang Banjarmasin”, latar belakang, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi operasional, metode penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : Landasan Teori. Pada bab ini disajikan informasi mengenai beberapa teori yang berkaitan dengan bahasan penelitian, yakni teori kualitas pelayanan, pelayanan terhadap nasabah, ciri-ciri pelayanan yang baik, pelayanan konvensional, pelayanan digital, pengertian kepuasan nasabah, tingkat kepuasan nasabah, pengukuran kepuasan nasabah, faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah, tentang produk dan perbankan syariah, dan perbandingan pelayanan manual dan pelayanan elektronik.

BAB III : Metode Penelitian. Pada bab ini disajikan informasi secara deskriptif tentang bagaimana penelitian dilaksanakan, variable penelitian dan metode analisis.

BAB IV : Penyajian Data dan Analisis. Pada bab ini disajikan hasil penelitian yang telah dilakukan berupa kepuasan nasabah terhadap pelayanan konvensional dan pelayanan elektronik di Pelayanan Elektronik kantor cabang Banjarmasin.

BAB V : Penutup. Dalam bab ini mengungkapkan kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan, dan saran-saran dari peneliti atas dasar penelitian