

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi di berbagai negara saat ini mengalami kemajuan sangat pesat tidak terkecuali negara Indonesia. Salah satunya adalah teknologi internet. Berbagai macam kemajuan teknologi internet telah merubah kebiasaan atau perilaku masyarakat. Pada tanggal 23 Maret 2022 dilansir dari databoks.katadata.co.id, menurut laporan *We Are Social* penduduk Indonesia yang menggunakan internet mencapai 204,7 juta jiwa per Januari 2022. Kemudahan dan berbagai layanan transaksi menggunakan internet yang di dapat menjadikan banyaknya pengguna internet di Indonesia.

Gambar 1.1

Jumlah Pengguna Internet di Indonesia (2018-2022)



Sumber: [databoks.katadata](http://databoks.katadata.co.id) 2022

Gambar I menunjukkan bahwa pada tahun 2018 sebesar 132,7 Juta pengguna, tahun 2019 sebesar 150 Juta pengguna, tahun 2020 sebesar 175,4 Juta pengguna, tahun 2021 sebesar 202,6 Juta pengguna, dan ada 204,7 juta

pengguna pada tahun 2022. Selama lima tahun terakhir, jumlah orang yang menggunakan internet di Indonesia terus meningkat. Saat ini, ada 54,25% lebih banyak orang yang menggunakan internet secara nasional dibandingkan tahun 2018. Sementara itu tingkat penetrasi internet di Indonesia mencapai 73,7% dari total penduduk pada awal 2022. Tercatat, total penduduk berjumlah 277,7 juta orang pada Januari 2022 (Annur, 2022).

Seiring banyaknya pengguna internet dengan pesatnya perkembangan teknologi, bank semakin meningkatkan layanannya melalui pengenalan perbankan digital. Di industri perbankan, integrasi teknologi informasi yang dimiliki menciptakan perubahan signifikan. Perbankan bersaing erat dan mencoba untuk menarik lebih banyak nasabah dengan memfasilitasi mereka dengan fasilitas yang semakin banyak. *Mobile Banking* sedang booming dan konsumennya tumbuh dengan pesat (Malik dkk, 2021, hlm. 25). Perubahan teknologi telah memungkinkan industri keuangan untuk menyenangkan nasabah dengan solusi instan dalam masalah mereka melalui penggunaan pelayanan sendiri teknologi (Alsmasi dkk, 2022, hlm. 1). Untuk mengurangi interaksi tatap muka dengan staf perbankan, akses ke layanan perbankan digital dapat dilakukan kapan saja dan di mana saja. Dengan tujuan untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi proses operasional serta standar pelayanan yang diberikan kepada nasabah bank. Sejalan dengan itu, dengan berfokus pada tingkat kenyamanan, keamanan, dan kehandalan layanan terkait penyediaan informasi, komunikasi, pendaftaran, pembukaan tabungan, pemrosesan transaksi, dan penutupan tabungan, perbankan memungkinkan

prospek mengembangkan strategi bisnis melalui perbankan digital sehingga dengan adanya perbankan digital ini nasabah dapat bertransaksi dan membuka tabungan secara mandiri (OJK, 2016). Dampak dari perkembangan teknologi itu sendiri adalah berkembangnya e-business dan e-banking. Teknologi sudah maju sehingga aktivitas bank tidak lagi dapat dilakukan secara manual, melainkan beralih menggunakan sistem otomatis dan proses transaksi dapat dilakukan sendiri oleh nasabah dengan cepat dan mudah (IBI, 2012).

Di dunia teknologi dan informasi sudah semakin berkembang diikuti pula dengan semakin mudahnya akses dalam pemanfaatan layanan jasa. Menyikapi pemanfaatan perkembangan teknologi tidak terkecuali dalam bidang ekonomi maka salah satu inovasi yang dikeluarkan oleh penyedia jasa perbankan adalah aplikasi *mobile banking* atau biasa di singkat m-banking. Menurut Riswandi (2005, hlm. 83), *mobile banking* adalah layanan terkini yang disediakan oleh bank yang memungkinkan nasabah melakukan aktivitas transaksi keuangan melalui ponsel. Fasilitas atau layanan keuangan yang menggunakan alat komunikasi seluler, seperti ponsel. Melalui adanya layanan *mobile banking*, nasabah dapat melakukan transaksi layanan perbankan tanpa harus mengunjungi outlet bank, kemudahan tersebut dapat diakses hanya dengan menggunakan ponsel maka nasabah dapat lebih menghemat waktu dan biaya.

Zaman dengan serba kemajuan teknologi, ponsel berkaitan erat dengan kehidupan orang-orang dan perangkat tersebut dilengkapi dengan akses internet sehingga kegiatan yang berkaitan dengan perbankan dengan mudah dapat diakses oleh masyarakat melalui layanan *mobile banking* yang

membolehkan nasabah bisa melakukan transfer antar rekening dan mendapatkan informasi terkait ketersediaan fitur dan *mobile banking* telah muncul sebagai saluran pengiriman layanan nirkabel yang memberikan peningkatan nilai transaksi perbankan nasabah. Namun terlepas dari banyak keuntungannya, penggunaan ponsel dalam layanan perbankan masih dalam tahap awal dan internet tetap menjadi saluran terdepan dalam perbankan elektronik (Laukkanen, 2007, hlm. 789).

Dalam hal ini, Bank Syariah Indonesia memiliki peran penting sebagai perantara dalam seluruh kegiatan ekonomi ekosistem halal. Industri perbankan syariah di Indonesia tumbuh secara signifikan dalam 30 tahun terakhir. Inovasi produk, peningkatan layanan, dan pengembangan jaringan diakui sebagai dinamika positif setiap tahun (BSI, 2021).

Bank Syariah Indonesia resmi beroperasi sejak 1 Februari 2021 sebagai hasil penggabungan tiga bank syariah milik negara yaitu PT Bank Syariah Mandiri, PT Bank BNI Syariah, dan PT Bank BRI Syariah. Bank Syariah Indonesia merupakan perusahaan publik yang terdaftar sebagai emiten di Bursa Efek Indonesia (kode saham: BRIS). Setelah merger, Bank Syariah Indonesia menjadi bank syariah terbesar di Indonesia. Bank Syariah Indonesia memiliki lebih dari 1.241 cabang, sekitar 2.447 jaringan ATM dan lebih dari 20.000 karyawan yang tersebar di seluruh nusantara. Pada tahun 2025, Bank Syariah Indonesia ingin masuk dalam jajaran 10 besar bank syariah terbesar secara global dalam hal kapitalisasi pasar (Ratriani, 2021).

Bertepatan dengan mergernya tiga bank tersebut menjadi Bank Syariah Indonesia maka Bank Syariah Indonesia meluncurkan aplikasi layanan *mobile banking* dengan nama BSI Mobile. Fitur - fitur yang terdapat pada BSI Mobile meliputi transfer, info rekening, pembelian, pembayaran, tarik tunai, e-mas, Qris, favorit, hikmah, al-quran, jadwal sholat, atm cabang, informasi, kotak masuk, info kurs, manajemen kartu, info kurs, media sosial, BSI Mobile keyboard, aktivasi, minta kode aktivasi ulang, pengaturan kata sandi, ubah bahasa, ubah pin, email, tentang aplikasi, donasi online, buka rekening, Bank Syariah Indonesia online (BSI Mobile, 2021). BSI Mobile juga dapat digunakan untuk transaksi kegiatan keagamaan antara lain juz amma, asmaul husna, hikmah, kalkulator qurban, pengingat waktu sholat, lokasi masjid terdekat, arah kiblat, dan layanan pengingat sholat. Hal tersebut merupakan upaya untuk mewujudkan kebutuhan masyarakat mengenai halal *life style*.

Menurut informasi yang dimuat di website Bank Syariah Indonesia per 5 Oktober 2022, terdapat 4,07 juta pengguna aktif aplikasi BSI Mobile, meningkat 81% secara *year of year* pada Juni 2022 (Widyaningsih, dkk, 2022, hlm. 3) lalu pada 27 oktober 2022 mengumumkan lonjakan jumlah pengguna BSI Mobile mencapai 4,44 juta pengguna atau naik sebesar 43% secara yoy. Jumlah pengguna yang semakin meningkat ini dipengaruhi oleh perubahan perilaku masyarakat yang semakin banyak beralih ke e-channel BSI Mobile, ATM maupun *Internet Banking* (Bankbsi.co.id, 2022).

Direktur Utama BSI Hery Gunardi mengatakan 97% profil nasabah BSI, telah beralih menggunakan e-channel untuk aktivitas perbankan hingga

September 2022, BSI Mobile telah menyelesaikan 187,20 juta total transaksi, yang membantu perusahaan memperoleh pendapatan fee sebesar Rp 173 miliar (Bankbsi.co.id, 2022).

Banyak sekali ulasan atau *review* pengguna BSI Mobile yang dilihat melalui aplikasi Google Play Store. Pengguna BSI Mobile melontarkan ulasan yang positif yaitu fitur layanan yang lengkap dan kemudahan dalam pengoperasian (Google Play Store, 2022). Dengan berbagai fitur layanan tersebut, tentunya akan memberikan manfaat tersendiri bagi penggunanya. Kemudahan dan banyaknya manfaat yang diperoleh akan mendorong nasabah Bank Syariah Indonesia untuk menggunakan aplikasi BSI Mobile. Namun, ada banyak keluhan juga termasuk alur transaksi yang rumit, prosedur aktivasi yang canggung, dan seringnya kegagalan pengguna selama transaksi. Pada kenyataannya hal tersebut menunjukkan bahwa kemudahan, manfaat, dan pengetahuan pengguna mengenai fitur layanan tidak selalu menjadi alasan kepuasan nasabah untuk menggunakan aplikasi BSI Mobile.

Bank Syariah Indonesia (BSI) mampu menunjukkan bahwa perbankan syariah dapat bekerja dengan baik di tengah pandemi seperti covid-19. Hal ini menunjukkan potensi dan kemungkinan ekonomi Islam yang sangat besar untuk menyelamatkan ekonomi dari dampak krisis domestik. Perbankan syariah dipandang masyarakat sebagai substitusi jasa keuangan karena lebih terbuka, lebih pro masyarakat, dan tidak memberatkan. Menurut Direktur Utama BSI Hery Gunardi, “perbankan syariah memfasilitasi transaksi sosial

seperti zakat, infak, dan wakaf tanpa memerlukan interaksi langsung antar pihak”.

Adanya pandemi ini menyebabkan perubahan perilaku sosial dan pergerakan masyarakat di sejumlah negara dalam melakukan transaksi keuangan. Hal ini telah mendorong industri perbankan untuk meningkatkan penawaran perbankan digitalnya. Nasabah semakin mengandalkan layanan perbankan digital untuk dapat melakukan transaksi keuangan di tengah wabah pandemi Covid-19 (Panjaitan, dkk, 2020) .

Maraknya transaksi digital di masa wabah Covid-19 dicatat oleh Bank Syariah Indonesia (BSI). Salah satunya per Juni 2020, total transaksi BSI Mobile mencapai 19,50 juta. Jika dibandingkan dengan Juni 2019 yang mencapai 10,6 juta transaksi, angka ini naik 94%. Lonjakan total transaksi di Bank Syariah Indonesia meningkat seiring dengan peningkatan pengguna BSI Mobile yang mencapai 1,25 juta pengguna di Juni 2020 atau meningkat 45% dari periode yang sama tahun sebelumnya. Kebutuhan nasabah akan layanan non-tatap muka semakin populer sebagai akibat dari wabah yang ada saat ini karena dianggap lebih efektif dan efisien dalam melakukan transaksi dan memutus mata rantai penularan Covid-19 (BSI, 2020). Terbukti BSI di era pandemi mengalami peningkatan melalui BSI Mobile, pada tahun 2020 dan 2021 dimana pandemi sangat merajalela sehingga membuat peran digitalisasi transaksi semakin besar, hal ini dikarenakan oleh adanya pembatasan kontak fisik secara langsung oleh pemerintah guna mengurangi penyebaran virus Covid-19 di Indonesia. Untuk tahun 2023, pemberlakuan pembatasan sudah

dilonggarkan tapi tetap mematuhi protokol kesehatan terutama penggunaan masker.

Menurut Fandy (2012, hlm. 14) persaingan bisnis dalam dunia perbankan semakin ketat baik di pasar domestik maupun internasional. Bank yang ingin tumbuh dan mencapai keunggulan kompetitif harus dapat memberikan layanan yang unggul kepada konsumen dibandingkan dengan pesaingnya. Keberhasilan suatu perusahaan dipengaruhi oleh kepercayaan dan kepuasan nasabah.

Menurut Philip (2005, hlm. 70) untuk memenuhi kepuasan nasabah pada industri perbankan, kualitas layanan nasabah sangat penting untuk ditangani dengan benar untuk terus mendapatkan kepercayaan dan kebahagiaan konsumen di sektor perbankan. Rasa senang atau kecewa seseorang yang berkembang setelah mempertentangkan barang atau jasa dari apa yang diyakininya dengan apa yang diharapkannya disebut sebagai kepuasan.

Kepuasan nasabah adalah saat membeli barang atau jasa, harapan dan perasaan seseorang diungkapkan melalui pembelian mereka. Dengan kata lain, kinerja yang diantisipasi nasabah benar-benar disampaikan. Antisipasi dan kenyataan ini menentukan tingkat kepuasan nasabah yang ditawarkan oleh bank, yang memiliki pengaruh signifikan terhadap pertumbuhan keuntungan bank dan kemungkinan nasabah akan tetap bersama bank (Kasmir, Marlius & Putriani, 2020, hlm. 113).

Menurut Gomachab (2018, hlm. 3) kepuasan nasabah adalah ukuran tentang bagaimana layanan yang diberikan atau disediakan oleh suatu organisasi

memenuhi atau melebihi harapan konsumen. Kepuasan nasabah diperoleh melalui terpenuhinya harapan yang dimiliki konsumen terhadap layanan *mobile banking*, jika harapan atas kehandalan, keamanan, kemudahan penggunaan, dan lain-lain terpenuhi oleh layanan tersebut maka kepuasan nasabah akan tinggi (artinya semakin banyak konsumen yang terlibat dalam *mobile banking*) dan jika tidak, akan rendah (artinya lebih banyak konsumen yang tidak akan menggunakan layanan *mobile banking*).

Untuk memastikan kebahagiaan nasabah dengan teknologi terkini, bank-bank kini diantisipasi untuk saling bertarung menguasai sektor perbankan digital. Mentalitas nasabah dan pekerja bank harus berubah akibat pergeseran dari transaksi tradisional ke digital agar mereka terbiasa menggunakan layanan perbankan digital (Savitri Primasari & Mohammad, 2021). Memahami bagaimana memanfaatkan perbankan digital secara efektif sangat penting untuk mengembangkan kebiasaan ini dan menemukan kesenangan dalam melakukannya.

Perbankan syariah harus menyadari bahwa nasabah saat ini tidak hanya mempertimbangkan bank apa saja tempat mereka menabung atau berinvestasi, tidak hanya mempertimbangkan bunga atau keuntungan yang akan didapatkan dalam perbankan tersebut. Namun, nasabah juga menginginkan kecanggihan dan kelengkapan fitur produk perbankan, karena saat ini mereka mencari lebih dari sekedar *value* (nilai) dari penawaran bank tersebut, melainkan kualitas dan kemudahan yang dapat membantu dan memperlancar transaksi nasabah tersebut (Nurdin, 2020).

Jika nasabah selalu merasa bahwa pelayanan yang diberikan bank melebihi harapannya, berarti kecil kemungkinan nasabah akan beralih ke bank lain. Nasabah akan cenderung menggunakan kembali bank yang mampu memberikan pelayanan yang memuaskan dan biasanya akan mempromosikan pelayanan yang diperoleh kepada calon nasabah lainnya. Kepuasan dapat ditentukan dengan membandingkan apa yang nasabah harapkan dengan apa yang mereka dapatkan. Jika hasilnya lebih tinggi dari yang diharapkan, nasabah puas. Dan sebaliknya nasabah akan merasa tidak puas jika kurang dari yang diharapkan. Untuk meningkatkan loyalitas dan jumlah nasabah, setiap perusahaan perlu memperhatikan dan meningkatkan kepuasan nasabah (Yusmaina, 2020). Dikutip Saputra & Sudarsa menurut Hawkins dan Lonney, Indikator kepuasan nasabah terdiri dari : *re-purchase*, menciptakan *word of mouth*, menciptakan citra merek, dan menciptakan keputusan pembelian pada perusahaan yang sama (Suhayati, dkk, 2022, hlm. 1683). Kepuasan nasabah mungkin menguntungkan bagi penyedia layanan (bank) dalam jangka panjang maupun jangka pendek, memberi mereka keunggulan kompetitif. Karena kepuasan nasabah dipengaruhi oleh kualitas layanan dan fitur produk, maka Bank Syariah Indonesia sebagai bagian dari industri perbankan syariah harus terus berupaya untuk meningkatkan produk digital khususnya BSI Mobile.

Masyarakat dengan tingkat pengetahuan yang lebih luas tentang kemajuan teknologi akan dihadapkan dengan pilihan sekaligus solusi untuk lebih memilih menggunakan layanan *mobile banking* dalam melakukan transaksi perbankan. Salah satu golongan masyarakat dengan tingkat literasi yang baik dalam bidang

teknologi adalah mahasiswa (Juditha, 2017). Pemanfaatan *mobile banking* oleh masyarakat terutama golongan mahasiswa didasari oleh faktor kemudahan dan manfaat sehingga tidak perlu bertransaksi di outlet bank cukup melalui ponsel saja, hal ini sangat membantu mahasiswa jika untuk pembayaran UKT, UPB, asrama, dan sebagainya.

Berdasarkan uraian diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang mendalam dan hasilnya akan dituangkan dalam karya ilmiah dengan judul **“Pengaruh Efektivitas dan Fitur Produk terhadap Kepuasan Nasabah Menggunakan BSI Mobile (Studi Kasus pada Mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin)”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka perumusan masalah yang dikaji dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Apakah efektifitas dan fitur produk berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan nasabah (mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin) menggunakan BSI Mobile?
2. Apakah efektifitas dan fitur produk berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan nasabah (mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin) menggunakan BSI Mobile?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian yang ingin dicapai dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui efektifitas dan fitur produk berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan nasabah (mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin) menggunakan BSI Mobile.
2. Untuk mengetahui efektifitas dan fitur produk berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan nasabah (mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin) menggunakan BSI Mobile.

D. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan/manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat dan ilmu pengetahuan mengenai efektivitas dan fitur produk terhadap kepuasan nasabah menggunakan BSI mobile dan juga sebagai sumbangsih pemikiran dan pertimbangan mengenai pengembangan penelitian yang sudah ada.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Perbankan

Penelitian ini diharapkan bermanfaat sebagai bahan masukan bagi perbankan dimasa yang akan datang dan pertimbangan dalam

memperbaiki kinerja perbankan syariah terutama terhadap BSI mobile.

b. Bagi Mahasiswa

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan informasi penelitian lebih lanjut, menambah pengetahuan dan masukan agar penelitian ini dapat lebih difokuskan, lebih kritis, dan lebih baik lagi sehingga menambah referensi mahasiswa lainnya yang tertarik untuk mengembangkan tema yang serupa yang akan datang.

c. Bagi Peneliti dan Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang berkaitan dan dapat memberikan manfaat sebagai bahan referensi bagi peneliti selanjutnya bagi yang berminat untuk memperdalam masalah pengetahuan terhadap BSI mobile.

E. Definisi Operasional

Untuk mempermudah pemahaman terhadap skripsi ini dalam menginterpretasi judul dan permasalahan yang akan diteliti sehingga perlu adanya definisi operasional sebagai berikut:

1. Efektivitas

Menurut Kamus Bahasa Indonesia (2008, hlm. 375) efektivitas adalah keefektifan (keberhasilan) yang mana berasal dari kata efektif yang diartikan dengan : ada efeknya (ada akibatnya, pengaruh, ada kesannya), mujarab atau manjur, berhasil guna (usaha, tindakan), dapat membawa hasil.

2. Fitur Produk

Menurut Kamus Bahasa Indonesia fitur adalah karakteristik sesuatu atau pada suatu alat. Fitur yang dijelaskan pada penelitian yaitu fitur produk. Fitur produk yaitu unsur-unsur yang dipandang penting dan fitur memengaruhi keputusan atau kepuasan konsumen untuk memilih produk tersebut. Produk yaitu barang atau jasa yang dibuat (Kamus Bahasa Indonesia, 2008, hlm. 1215).

3. Kepuasan Nasabah (Mahasiswa)

Menurut Kamus Bahasa Indonesia (2008, hlm. 1221) kepuasan adalah perihal tentang perasaan puas, kelegaan, kesenangan, dan sebagainya. Kepuasan ini berasal dari kata puas yang berarti merasa senang dan lebih dari cukup. Kepuasan yang dimaksud yaitu kepuasan mahasiswa sebagai nasabah di Bank Syariah Indonesia. Mahasiswa adalah orang yang belajar diperguruan tinggi (Kamus Bahasa Indonesia, 2008, hlm. 965). Kepuasan mahasiswa ini merujuk khusus ke mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin yang menggunakan BSI Mobile.

4. BSI Mobile

BSI Mobile adalah salah satu aplikasi yang dimiliki oleh Bank Syariah Indonesia untuk membantu dan mempermudah urusan nasabah dengan menggunakan teknologi 3G/4G/5G dan WIFI melalui smartphone (Google Play Store, 2022). BSI Mobile yang dimaksud dalam hal ini yaitu penggunaan dari mahasiswa sebagai nasabah.

F. Penelitian Terdahulu

Adapun penelitian terdahulu untuk sebagai referensi yang peneliti rasa sangat selaras dan relevan dengan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Feby Widia Putri. (2022). *Pengaruh Efektivitas, Kemudahan Dan Keamanan Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bertransaksi Menggunakan Mobile Banking Bank Syariah Indonesia*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh efektivitas, kemudahan, dan keamanan terhadap kepuasan nasabah bertransaksi menggunakan *mobile banking* BSI. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah yang menggunakan BSI Mobile di wilayah Tangerang Selatan dengan sampel sebanyak 100 responden. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan pendekatan *purposive sampling*, peneliti mengambil sampel dengan teknik penentuan sampel berdasarkan kriteria tertentu. Jenis data yang digunakan adalah data primer yang bersumber langsung dari responden yang disajikan dalam bentuk skala likert. Teknik pengumpulan data yang digunakan dengan menyebarkan kuesioner. Metode statistik data yang digunakan adalah *partial least square (pls)* dengan program *smartpls* versi 3.0. Hasil penelitian ini adalah terdapat pengaruh positif namun tidak signifikan efektivitas terhadap kepuasan, terdapat pengaruh positif namun tidak signifikan kemudahan terhadap kepuasan, terdapat pengaruh positif dan signifikan keamanan terhadap kepuasan.

Adapun persamaan dari penelitian ini dengan penelitian penulis yaitu variabel efektivitas, kepuasan nasabah, dan penggunaan BSI Mobile. Sedangkan perbedaan dari penelitian ini dengan penelitian penulis yaitu

variabel kemudahan, keamanan layanan, dan studi kasus BSI Tangerang Selatan sedangkan penelitian penulis yaitu variabel fitur produk dan studi kasus mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin.

2. Elsandro Yoga Pranantha. (2021). *Pengaruh Kualitas Layanan Dan Fitur Produk BSI Mobile Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia Di Kabupaten Sleman*. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan dan fitur produk BSI Mobile terhadap kepuasan nasabah bank syariah di kabupaten Sleman. Penelitian kuantitatif digunakan sebagai desain utama dengan mengambil sampel sebanyak 100 responden yang berada di kabupaten Sleman dan dianalisis menggunakan regresi linier berganda. Berdasarkan hasil analisis data diketahui bahwa kualitas layanan dan fitur produk BSI Mobile secara parsial dan simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah di kabupaten sleman dengan nilai signifikansi sebesar 0,0000.

Adapun persamaan dari penelitian ini dengan penelitian penulis yaitu variabel fitur produk dan kepuasan nasabah. Sedangkan perbedaan dari penelitian ini dengan penelitian penulis yaitu variabel kualitas layanan dan studi kasus BSI kabupaten Sleman sedangkan penelitian penulis yaitu variabel efektivitas dan studi kasus mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin.

3. Dara Laela Yuhana Nifa. (2021). *Analisis Pengaruh Efektivitas Dan Religious Activity BSI Mobile Terhadap Loyalitas Nasabah Di Masa Pandemi (Studi Kasus Pada Mahasiswa Di Sleman)*. Penelitian ini bertujuan untuk

menganalisis pengaruh efektivitas dan religiusitas pengguna BSI Mobile terhadap loyalitas nasabah (mahasiswa) bank syariah di kabupaten Sleman. Penelitian kuantitatif digunakan sebagai desain utama dengan mengambil sampel sebanyak 200 responden mahasiswa yang berada di kabupaten Sleman dan dianalisis menggunakan regresi linier berganda. Berdasarkan hasil analisis data diketahui bahwa efektivitas dan religiusitas pengguna BSI Mobile secara parsial dan simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah di kabupaten Sleman dengan nilai signifikansi sebesar 0,0000.

Adapun persamaan dari penelitian ini dengan penelitian penulis yaitu variabel efektivitas. Sedangkan perbedaan dari penelitian ini dengan penelitian penulis yaitu variabel fitur *religious activity*, loyalitas nasabah (mahasiswa) Sleman, dan dimasa pandemi sedangkan penelitian penulis yaitu variabel semua fitur produk dan kepuasan nasabah (mahasiswa) UIN Antasari Banjarmasin.

4. Siti Ariska. (2022). *Pengaruh Efektivitas Sistem Layanan Mobile Banking Dan Profit Sharing Terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan Mudharabah Di Era Pandemic Covid-19 Pada Bank Syariah Indonesia KCP Pulo Brayon Medan*. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh efektivitas sistem layanan *mobile banking* dan *profit sharing* terhadap kepuasan nasabah tabungan mudharabah di era pandemic covid-19 pada Bank Syariah Indonesia KCP Pulo Brayon Medan. Jenis penelitian ini adalah penelitian asosiatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner (angket). Penelitian ini menggunakan 86 nasabah tabungan mudharabah pada BSI KCP

Pulo Brayan sebagai sampel. Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Alat bantu yang digunakan adalah perangkat lunak *statistical package for the social sciences 25* (spss 25). Hasil penelitian menunjukkan efektivitas sistem layanan *mobile banking* berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah, *profit sharing* berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Efektivitas sistem layanan *mobile banking* dan *profit sharing* berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Hasil koefisien determinasi menunjukkan pengaruh efektivitas sistem layanan *mobile banking* dan *profit sharing* terhadap kepuasan nasabah adalah sebesar 61,5%.

Adapun persamaan dari penelitian ini dengan penelitian penulis yaitu variabel efektivitas dan kepuasan nasabah. Sedangkan perbedaan dari penelitian ini dengan penelitian penulis yaitu variabel *profit sharing*, tabungan mudharabah, studi kasus BSI KCP Pulo Brayan Medan, dan di era pandemi covid-19 sedangkan penelitian penulis yaitu variabel fitur produk dan studi kasus mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin.

5. Melfi Adela. (2020). *Pengaruh Layanan M-Banking Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Bank BNI Syariah KCP Rajabasa)*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh layanan *mobile banking* yang meliputi kemudahan penggunaan layanan, keamanan sistem m-banking, kredibilitas perusahaan jasa layanan perbankan, dan kecepatan terhadap kepuasan nasabah pada Bank BNI Syariah KCP Rajabasa. Metode penelitian menggunakan penelitian kuantitatif dengan jenis penelitian lapangan. Teknik pengumpulan data menggunakan metode angket dengan sampel sebanyak 95 responden dan

metode dokumentasi. Adapun teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear berganda yaitu untuk mengetahui pengaruh lebih dari satu variabel bebas terhadap satu variabel terikat. Dalam analisis linear berganda, ada beberapa hal yang harus diperhatikan yaitu: Uji t (Parsial), Uji F (Simultan), dan Koefisien Determinasi (R^2). Namun sebelum melakukan analisis regresi, terlebih dahulu data harus memenuhi uji asumsi klasik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel keamanan system *mobile banking* tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dengan diperoleh nilai signifikansi 0,663 diatas 0,05 variabel kemudahan penggunaan layanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dengan nilai signifikansi 0,277 diatas 0,05 variabel kredibilitas perusahaan layanan perbankan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dengan diperoleh nilai signifikansi 0,000 dibawah 0,05, dan variabel kecepatan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dengan diperoleh nilai signifikansi 0,000 dibawah 0,05. Sedangkan secara simultan diketahui bahwa nilai F_{hitung} 22,330 lebih besar dari F_{tabel} 2,471 artinya secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Besarnya pengaruh layanan *mobile banking* terhadap kepuasan nasabah sebesar 49,8%. Hasil analisis regresi linear berganda diperoleh persamaan : $Y = 5,200 + -0,048 X_1 + 0,019 X_2 + 0,430 X_3 + 0,282 X_4 + e$. Dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima, maka dapat dikatakan bahwa variabel layanan *m-banking* yang meliputi kemudahan penggunaan layanan, keamanan sistem m-banking, kredibilitas perusahaan jasa layanan perbankan, dan kecepatan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah. Maka semakin tinggi kualitas

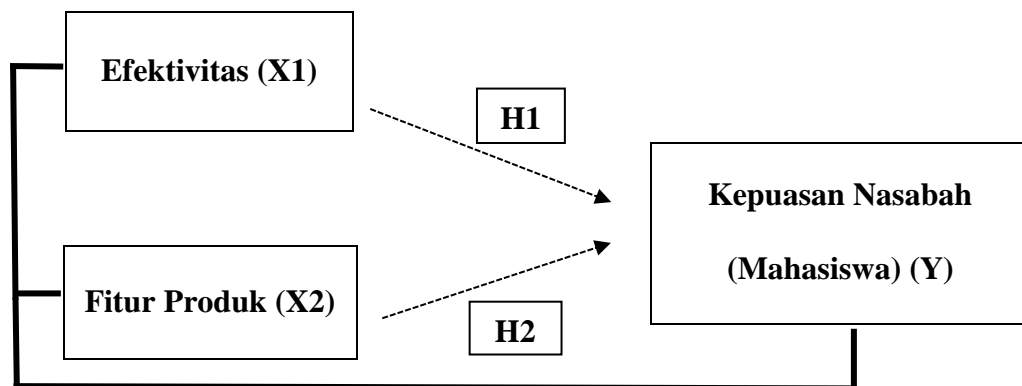
layanan m-banking maka semakin meningkat kepuasan nasabah pada Bank BNI Syariah KCP Rajabasa.

Adapun persamaan dari penelitian ini dengan penelitian penulis yaitu variabel kepuasan nasabah. Sedangkan perbedaan dari penelitian ini dengan penelitian penulis yaitu variabel layanan m-banking dan Studi Kasus BNI Syariah KCP Rajabasa sedangkan penelitian penulis yaitu variabel efektivitas, fitur produk, dan studi kasus mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin.

G. Kerangka Pemikiran

Kerangka berpikir merupakan suatu uraian yang bersifat teoritis dengan menghubungkan dan memperjelas kaitan, pengaruh atau hubungan antar variabel dalam suatu penelitian yang didasari teori relevan maupun pendapat dari para ahli serta penelitian yang mendukung (Sudarmanto, dkk, 2021, Pranantha, 2021, hlm. 29).

Dalam penelitian ini sehingga terdapat dua variabel yaitu variabel bebas/independen (X) dan variabel terikat/dependen (Y). Variabel Efektivitas (X1) dan Fitur Produk (X2) sebagai variabel bebas (*independent variable*), sedangkan yang menjadi variabel terikat (*dependent variable*) yang dilambangkan dengan huruf (Y) yaitu variabel kepuasan nasabah (mahasiswa) (Y). Berdasarkan variabel yang telah disusun maka kerangka berpikir penelitian ini sebagai berikut:



Keterangan:

----- : Pengaruh secara parsial

————— : Pengaruh secara simultan

Sumber : Data Diolah 2023

H. Hipotesis Penelitian

Hipotesis yang diduga atau jawaban sementara dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Hipotesis Parsial

- a. H_0 : efektivitas (X1) tidak berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan nasabah (mahasiswa) (Y).
 H_a : efektivitas (X1) berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan nasabah (mahasiswa) (Y).
- b. H_0 : fitur produk (X2) tidak berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan nasabah (mahasiswa) (Y).

Ha : fitur produk (X2) berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan nasabah (mahasiswa) (Y).

2. Hipotesis Simultan

Ho : efektivitas (X1) dan fitur produk (X2) tidak berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan nasabah (mahasiswa) (Y).

Ha : efektivitas (X1) dan fitur produk (X2) berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan nasabah (mahasiswa) (Y).

I. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan memberikan gambaran singkat tentang isi bab dari bab yang ditulis dalam penelitian ini. Penulisan ini diambil dari referensi-referensi, baik dari buku, jurnal, skripsi, dan internet maupun data-data dari angket (kuesioner) dengan pihak terkait. Adapun sistematika penulisan terdiri dari 5 (lima) bab yang sistematis untuk dapat memberikan kemudahan kepada pembaca dalam memahaminya. Maka sistematika penulisannya sebagai berikut:

Bab I adalah pendahuluan. Pada bab ini berisi tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, definisi operasional, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, hipotesis penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab II adalah landasan teori. Pada bab ini disajikan informasi mengenai beberapa teori yang berkaitan dengan bahasan penelitian, yakni teori tentang kepuasan nasabah (mahasiswa), efektivitas, fitur produk, dan BSI Mobile.

Bab III adalah metode penelitian. Pada bab ini disajikan informasi secara deskriptif tentang bagaimana penelitian dilakukan, uraiannya terdiri dari jenis dan pendekatan penelitian, lokasi penelitian, subjek dan objek penelitian, populasi dan sampel, data dan sumber data, desain pengukuran, instrumen penelitian, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

Bab IV adalah penyajian data dan analisis data. Pada bab ini disajikan penyajian data dan analisis data yang memuat gambaran lokasi penelitian kemudian data-data yang diperoleh dianalisis dan dilakukan dengan menyandingkan hasil penelitian dengan teori.

Bab V adalah penutup. Pada bab ini disajikan hasil kesimpulan dari penelitian yang dilakukan dan saran-saran atas dasar penelitian yang dirasa perlu untuk disampaikan kepada beberapa pihak.