

**PENGARUH KOMITMEN AGAMA, KEPERCAYAAN DAN KUALITAS LAYANAN
TERHADAP KEPUASAN NASABAH DI PERBANKAN SYARIAH**

**(Studi kasus Mahasiswa UIN Walisongo Semarang
Pengguna Mobile Banking BSI Mobile)**

SKRIPSI

Disusun Untuk Memenuhi Tugas Dan Melengkapi Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata S.1
Dalam Ilmu Perbankan Syariah



Disusun Oleh:

ARDHEA REGITA FITRIANA

(1705036133)

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG**

2021



PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp : 4 (empat eks)
Hal : Naskah Skripsi
An. Sdr. Ardhea Regita Fitriana

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Walisongo Semarang

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah saya meneliti dan mengadakan perbaikan seperlunya, bersama ini saya kirim naskah skripsi saudara:

Nama : Ardhea Regita Fitriana

Nomor Induk : 1705036133

Judul : Pengaruh komitmen agama, kepercayaan dan kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah di perbankan syariah (studi kasus Mahasiswa UIN Walisongo Semarang pengguna Mobile Banking BSI Mobile)

Dengan ini saya mohon kiranya skripsi saudara tersebut dapat segera dimunaqosyahkan.

Demikian harap menjadikan maklum.

Wa'alaikumussalam Wr. Wb.

Semarang, 10 juni 2021

Pembimbing I

Prof. Dr. Hj. Siti Mujibatun, M.Ag
NIP. 19590413 198703 2 001

Pembimbing II

Arif Affendi, SE, M.Sc
NIP. 19850526 201503 1 002



PENGESAHAN

Nama : Ardhea Regita Fitriana

NIM : 1705036133

Jurusan : S1 Perbankan Syariah

Judul Skripsi : Pengaruh komitmen agama, kepercayaan dan kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah di perbankan syariah (studi kasus Mahasiswa UIN Walisongo Semarang pengguna Mobile Banking BSI Mobile)

Telah dimunaqasahkan oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang pada tanggal 28 Juni 2021 dan dinyatakan LULUS dengan predikat cumlaude/baik/cukup serta dapat diterima untuk pelengkap ujian akhir guna memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi Islam.

Semarang, 28 Juni 2021

Ketua Sidang

Henv Yuningrum, SE., M.Si.
NIP. 19810609 200710 2005



Sekretaris Sidang

Prof. Dr. Hj. Siti Mujiбатun, M.Ag.
NIP. 19590413 198703 2 001

Penguji Utama I

Dr. H. Imam Yahya, M.Ag.
NIP. 19700321 199603 1 001

Penguji Utama II

Rahman El-Junusi, S.E., M.M.
NIP. 19691118 200003 1 001

Pembimbing I

Prof. Dr. Hj. Siti Mujiбатun, M.Ag.
NIP. 19590413 198703 2 001

Pembimbing II

Arif Affendi, SE, M.Sc
NIP. 19850526 201503 1 002

MOTTO

يَا مَعْشَرَ الْجِنِّ وَالْإِنْسِ إِنِ اسْتَطَعْتُمْ أَنْ تَنْفُذُوا مِنْ أَقْطَارِ السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضِ فَانفُذُوا لَا تَنْفُذُونَ إِلَّا بِسُلْطَانٍ

Artinya: “Hai golongan jin dan manusia, jika kamu sanggup menembus (melintasi) penjuru langit dan bumi, maka lintasilah, kamu tidak dapat menembusnya melainkan dengan kekuatan.” (QS. Ar-Rahman:33)

وَعَلَّمْنَاهُ صَنْعَةَ لَبُوسٍ لَكُمْ لِتُحْصِنَكُمْ مِنْ بَأْسِكُمْ فَهَلْ أَنْتُمْ شَاكِرُونَ

وَلَسَلِّمِنَ الرِّيحِ عَاصِفَةً تَجْرِي بِأَمْرِ إِلَى الْأَرْضِ الَّتِي بَرَكْنَا فِيهَا وَكُنَّا بِكُلِّ شَيْءٍ عَالِمِينَ

Artinya : “Dan telah Kami ajarkan kepada Daud membuat baju besi untuk kamu, guna memelihara kamu dalam peperanganmu; Maka hendaklah kamu bersyukur (kepada Allah). dan (telah Kami tundukkan) untuk Sulaiman angin yang sangat kencang tiupannya yang berhembus dengan perintahnya ke negeri yang Kami telah memberkatinya. dan adalah Kami Maha mengetahui segala sesuatu.” (QS. Al-Anbiya 81-80)

Satu mesin dapat melakukan pekerjaan lima puluh orang biasa. Tapi tidak ada mesin yang dapat melakukan pekerjaan satu orang yang luar biasa.

- Elbert Hubbard

PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirabil alamin, segala puji syukur saya ucapkan kepadamu Wahai Tuhanku yang maha baik Allah SWT, atas segala rahmat, hidayah, serta inayahMu terhadap diriku ini. Sholawat serta salam selalu tercurah kepada junjungan kita Nabi Agung Muhammad SAW yang mana kita nantikan syafaatnya dihari akhir nanti. Dengan segala niat, usaha, doa serta dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, saya dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

Dengan bangga dan rasa ketulusan hati karya saya ku persembahkan kepada :

1. Kedua orang tua saya (bapak Zaenal Arifin & ibu Muniri Suraya Dewi), yang tentunya seseorang yang paling aku cintai dan sayangi. Terimakasih yang selama ini telah mengizinkan, membiayai, memberi dukungan serta doa disetiap langkahku sehingga saya dapat melanjutkan pendidikan saya di UIN Walisongo Semarang hingga selesai gelar S.E. Tidak ada kata yang bisa aku uraikan selain hanya kata TERIMAKASIH .
2. Kakak dan adek saya (Erma Arifiana & Muhammad Arfiansyah Ilham), terimakasih atas segala dukungan serta doa yang telah diberikan selama ini kepada saya.
3. Kedua dosen pembimbing saya yang sangat luar biasa baiknya, baik Ibu Prof. Dr. Hj. Siti Mujibatun, M,Ag dan bapak Arif Affendi,S.E, M.Sc yang dengan sabar telah membimbing saya, mengusahakan dan selalu memberi yang terbaik untuk saya, Semoga Allah SWT membalas semua jasa Ibu dengan pahala yang berlipat ganda.
4. Sahabat-sahabatku, baik teman seperjuangan maupun tidak, yaitu Matsna Ainul Hikmah, Dewi Nimatuz Zahro, Efa Silfiyana, Novi Indah Lestari, Hilma Khoirunnisa, Siti Fila Maghfiroh, Lailatul Fuziyah, Duwi Ine Zulaikhah, Isna Oktavia. Terimakasih telah menjadi orang baik dalam hidup saya, guru terbaik untuk saya dan sudah mewarnai hidup saya, dan masih berjalan disamping saya hingga sampai saat ini. Kalian luar biasa.
5. Teman seperjuangan saya S1 Perbankan Syariah 2017, khususnya kelas tercinta PBAS-D yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu.
6. Diri saya sendiri yang mau dan mampu berjuang, berusaha sekuat yang saya bisa, tidak menyerah walau banyak godaan yang datang untuk berhenti. Terimakasih karena sudah tetap kuat dan bertahan dengan prosesmu.
7. Yang terakhir untuk semua pihak yang tidak saya tulis sebut satu persatu yang telah membantu berpartisipasi dalam penyusunan penulisan skripsi ini.

DEKLARASI

Penulis dengan ini menyatakan bahwa hasil karya ilmiah yang berupa skripsi ini ditulis dengan penuh kejujuran dan rasa tanggung jawab. Skripsi ini asli dan belum pernah ditulis atau diterbitkan oleh siapapun. Informasi dan hasil skripsi ini juga berasal dari pemikiran penulis, terkecuali mengenai informasi yang terdapat pada referensi yang menjadi bahan rujukan.

Semarang, 10 Juni 2021



Deklarator

Handwritten signature of Ardhea Regita Fitriana.

Ardhea Regita Fitriana
NIM. 1705036133

PEDOMAN TRANSLITERASI

Transliterasi merupakan suatu pengalihan antara jenis huruf ke jenis huruf lainnya. Pada umumnya terdapat banyak istilah Arab dalam skripsi, baik berupa nama orang, jenis buku, nama lembaga dan berbagai istilah lainnya yang tertulis menggunakan huruf Arab dan kemudian diterjemahkan dengan huruf latin. Oleh karena itu, dalam skripsi ini diperlukan adanya Transliterasi yang menjadikan hal penting dalam penulisan. Berikut pedoman transliterasi yang menjadikan konsisten dalam penulisan :

A. Konsonan

ء	a	ز	z	ق	q
ب	b	س	s	ك	k
ت	t	ش	sy	ل	l
ث	ts	ص	sh	م	m
ج	j	ض	dl	ن	n
ح	h	ط	th	و	w
خ	kh	ظ	zh	ه	h
د	d	ع	‘	ي	y
ذ	dz	غ	gh		
ر	r	ف	f		

B. Bacaan Mad

ā = a panjang

ī = i panjang

ū = u panjang

C. Diftong

a = وَا

ai = يَا

iy = يَا

D. Syaddah

Syaddah melambangkan huruf konsonan yang dobel, contohnya الطَّبّ *al-thib*.

E. Ta' Marbutah

Setiap ta' Marbutah dituliskan "h", contohnya المعيشة الطبيعية = *al-ma'isyah al-thabi'iyah*.

F. Kata sandang (...ال)

Kata sandang (...ال) ditulis al-...contohnya الصناعة = *al-shina'ah*. kata al ditulis dengan huruf kecil kecuali jika terletak pada awal kalimat.

ABSTRACT

The purpose of this study was to examine the effect of religious commitment, belief and service quality on customer satisfaction. The type used in this research is quantitative research. Meanwhile, the data used in this study are primary and secondary data with the method of collecting it using a questionnaire (questionnaire) using a Likert measurement scale. In this study, the sample studied was 100 respondents. The sampling technique was carried out using a non-probability sampling method. In analyzing the author uses multiple linear regression analysis using the SPSS version 22 program.

The results of the research analysis obtained indicate that religious commitment (X1) has a positive and significant effect on customer satisfaction as seen from the t-test with a significance of $0.002 < 0.05$, with a t-count value of 3.261. The trust variable (X2) has a positive and significant effect on customer satisfaction as seen from the t-test with a significance of $0.028 < 0.05$, while the t-count value is 2.229. and . The service quality variable (X3) has a positive and significant effect on customer satisfaction as seen from the t-test with a significance of $0.000 < 0.05$, while the t-count value is 3.928. And together, it shows that religious commitment, belief and service quality have a positive and significant effect on customer satisfaction.

Keywords: Religious Commitment, Trust, Service Quality, Customer Satisfaction

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh komitmen agama, kepercayaan dan kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah. Jenis yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Sementara itu, data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer dan sekunder dengan metode pengumpulannya menggunakan metode kuesioner (angket) dengan menggunakan skala pengukuran likert. Pada penelitian ini Sampel yang diteliti sebanyak 100 responden. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan metode *non probability sampling*. Dalam penulisan penelitian ini digunakan analisis regresi linier berganda dengan menggunakan program SPSS versi 22.

Hasil dari analisis penelitian yang diperoleh menunjukkan bahwa komitmen agama (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah dilihat dari uji t dengan signifikansi $0,002 < 0,05$, dengan nilai t hitung sebesar 3,261. Variabel kepercayaan (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah dilihat dari uji t dengan signifikansi $0,028 < 0,05$, sedangkan nilai t hitung yaitu sebesar 2,229. Dan . Variabel kualitas layanan (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah dilihat dari uji t dengan signifikansi $0,000 < 0,05$, sedangkan nilai t hitung yaitu sebesar 3,928. Dan secara bersama-sama menunjukkan bahwa komitmen agama, kepercayaan dan kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Kata kunci : Komitmen Agama, Kepercayaan, Kualitas Layanan, Kepuasan Nasabah

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Alhamdulillah tercurah segala puji syukur atas segala nikmat yang telah Allah SWT berikan kepada saya. Tiada kekuatan kecuali yang berasal dari-Nya. Sehingga penulis dapat menyelesaikan karya ilmiah yang berupa skripsi ini dengan judul “Pengaruh komitmen agama, kepercayaan dan kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah (studi kasus Mahasiswa UIN Walisongo Semarang pengguna Mobile banking BSI Mobile)”Sholawat serta salam senantiasa selalu kita curahkan kepada Nabi Agung Muhammad SAW yang kita tunggu dan senantiasa kita harapkan safaatnya didunia maupun di yaumul kiamah.

Karya ilmiah yang berupa skripsi ini diajukan guna memenuhi tugas dan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana dalam ilmu Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang. Penulis sangat menyadari bahwa dalam proses penyelesaian skripsi ini tiada dukungan, bantuan, arahan serta doa dari berbagai pihak yang menjadi bagian dalam penyusunan skripsi ini pasti tidak akan berhasil. Oleh karena itu, sudah sepantasnya dalam kesempatan kali ini penulis dengan kerendahan hati dan rasa hormat mengucapkan rasa terimakasih sedalam-dalamnya kepada :

1. Prof. Dr. H. Imam Taufiq, M. Ag. Selaku Rektor Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
2. Dr. H. Muhammad Saifullah, M. Ag. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Henny Yuningrum, S.E., M.Si. selaku ketua Jurusan S1 Perbankan Syariah dan Muyassarah, M.Si., selaku Sekretaris Jurusan S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
4. Prof. Dr. Hj. Siti Mujibatun, M,Ag sebagai dosen wali sekaligus pembimbing I dan Arif Affendi,SE,M.Sc. selaku Dosen pembimbing II yang dengan penuh keikhlasan dan memberi arahan, serta masukan yang amat berguna hingga terselesaikan skripsi ini.
5. Bapak dan Ibu Dosen program S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, yang telah memberikan ilmunya kepada penulis selama masa perkuliahan sebagai bekal untuk masa depan.
6. Kedua orang tua saya (bapak Zaenal Arifin & ibu Muniri Suraya Dewi), yang tentunya seseorang yang paling aku cintai dan sayangi. Kakak dan adek saya (Erma

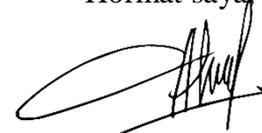
Arifiana & Muhammad Arfiansyah Ilham), terimakasih atas segala dukungan serta doa yang telah diberikan selama ini kepada saya

7. Keluarga Besar, Saudara-saudaraku saya yang selalu mendoakan dan memberikan semangat kepada penulis.
8. Sahabat-sahabat semua dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, yang telah memberikan partisipasi, dukungan dan doanya.
9. Keluargaku di Semarang Terimakasih telah memberikan kasih sayang, nasihat, selama belajar di Semarang.
10. Teman-teman KKN Desa Pegunungan Kab Kudus. Semoga tali silaturahmi kita tetap terjaga.
11. Teman-teman KMKS (Keluarga Mahasiswa Kudus Semarang). Semoga tali silaturahmi tetap terjaga. Aamiin...
12. Serta semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, yang telah membantu, memberikan dukungan dan saran hingga terselesaikannya skripsi ini.

Semoga Allah SWT dapat membalas dengan kebaikan dan pahala yang berlipat ganda. Penulis sadar bahwa dalam penulisan karya ilmiah berupa skripsi ini tentunya jauh dari kata sempurna baik dari segi bahasa, penulisan, isi maupun analisisnya, oleh sebab itu, penulis meminta maaf atas segala kekurangan tersebut. Penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca.

Kudus, 10 juni 2021

Hormat saya,



Ardhea Regita Fitriana

NIM : 1705036133

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN PEMBIMBING	i
PENGESAHAN	ii
MOTTO	iii
PERSEMBAHAN	iv
DEKLARASI	v
PEDOMAN TRANSLITERASI	vi
ABSTRACT	viii
ABSTRAK	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Manfaat dan Tujuan Penelitian	7
1.4 Sistematika Penulisan	8
BAB II	10
KERANGKA TEORI	10
2.1 Mobile Banking	10
2.2 Komitmen agama	11
2.3 Kepercayaan	14
2.5 Kepuasan Nasabah	24
2.6 Penelitian Terdahulu	29

2.7 Kerangka konseptual	31
2.8 Hipotesis.....	31
BAB III	33
METODOLOGI PENELITIAN	33
3.1 Jenis dan Sumber penelitian	33
3.2 Populasi dan Sampel	34
3.3 Metode Pengumpulan Data.....	35
3.4 Variable Penelitian dan Pengukuran.....	36
3.5 Teknik Analisi Data.....	41
BAB IV	46
PEMBAHASAN	46
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	46
4.2. Deskripsi Responden	47
4.3. Analisis Data	50
4.4. Analisis Statistik deskriptif	53
4.5. Hasil uji asumsi klasik.....	54
4.6. Hasil uji hipotesis.....	59
4.7. Pembahasan	63
BAB V	66
KESIMPULAN	66
5.1. Kesimpulan	66
5.2. Saran.....	66
DAFTAR PUSTAKA	68
LAMPIRAN- LAMPIRAN	72
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	87

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar Bank Syariah Terbaik 2020	4
Tabel 3.1 Tabel skor skala likert	37
Tabel 3.2 Tabel operasional Variable	37
Tabel 4.1 Jenis Kelamin	47
Tabel 4.2 Angkatan	48
Tabel 4.3 Fakultas	49
Tabel 4.4 hasil uji validitas variable komitmen agama	50
Tabel 4.5 Hasil uji validitas variable kepercayaan	51
Tabel 4.6 Hasil uji validitas variable kualitas layanan.....	51
Tabel 4.7 Hasil uji validitas variable kepuasan nasabah.....	52
Tabel 4.8 Hasil Uji realiabilitas	53
Tabel 4.9 Hasil Uji statistik deskriptif	53
Tabel 4.10 Hasil Uji One-Sammple Kolmogorov Smirnov	54
Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinieritas	57
Tabel 4.12 Hasil Uji heteroskedastisitas	58
Tabel 4.13 Hasil autokorelasi	59
Tabel 4.14 Hasil analisis regresi linier berganda	60
Tabel 4.15 Hasil Uji koefisien determinan (R^2)	61
Tabel 4.16 Hasil Uji Hipotesis (Uji t)	62
Tabel 4.17 Hasil Uji simultan (F)	63

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 hasil uji validitas
- Lampiran 2 hasil uji reliabilitas
- Lampiran 3 hasil statistik deskriptif
- Lampiran 4 hasil uji asumsi klasik
- Lampiran 5 hasil uji regresi linier berganda
- Lampiran 6 kuesioner penelitian
- Lampiran 7 data penelitian

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Hasil Uji <i>Normal P-P Plot Of Regression Standarized Residual</i>	56
Gambar 4.2 Grafik Scatterplot.....	58

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Islam adalah salah satu agama yang terbesar yang dianut oleh umat islam didunia saat ini. Salah satu ajarannya, bahwa agama islam menjamin kebahagiaan hidup dunia dan akhirat bagi siapa saja pemeluk-Nya yang senantiasa berusaha mengerjakan segala yang diperintahkan-Nya dan meninggalkan larangan-Nya. Untuk itu islam mempunyai peranan penting dalam mengatur mengenai semua dimensi kehidupan manusia yang paling utama adalah bidang ekonomi.¹

Bank merupakan lembaga keuangan yang mengumpulkan dana dan menyalurkan dana pada masyarakat yang memerlukan dana. Bank memiliki peran dominan bagi perniagaan yang semakin hari tumbuh berbarengan dengan perkembangan teknologi yang menanjak pesat dan juga bertambahnya kebutuhan masyarakat yang semakin naik. Banyaknya pengguna *internet* yang terdapat Indonesia tak dapat disanggah akan mendorong dunia bisnis untuk lebih *competitive*. *Internet* adalah media untuk menjalankan berbagai transaksi pemasaran maupun penerimaan, teknologi ini memacu industri perbankan akan ikut andil dalam memanfaatkan internet dengan cara membuat aplikasi berupa *Mobile Banking*.

Bank syariah ialah lembaga keuangan yang didirikan berdasarkan hukum syariah. Bank Syariah adalah lembaga yang memiliki misi memberikan layanan pembayaran syariah dan peredaran uang yang syariah dan hukum Islam yang sesuai saat ini. Penerapan prinsip-prinsip hukum syariah bertujuan untuk mendukung keberhasilan pembentukan Negara untuk sampai dan memupuk keadilan kesejahteraan social, persatuan dan kesetaraan, dalam Undang – Undang Nomor 10 Tahun 1998 amandemen Undang – undang Nomor 1. Pernyataan industri perbankan pada tanggal 7 Juli 1992, Bank Syariah yaitu bank umum yang melayani kegiatan usahanya sesuai prinsip hukum syari dalam menyediakan jasa pembayaran dalam kegiatannya.²

¹ Kartika Marella Vanni, Riska Wijayanti, *Comparative of Development and Performance Evaluation Sharia Microfinance Institutions in Indonesia. Al-ARBAH : Journal Of Islamic Fianace And Banking Vol.1.No2,2020, (Semarang : Walisongo Stat Islamic University,2020),2.*

² Muhammad.*Bank Syariah, Problem dan Praktek Perkembangan di Indonesia (Yogyakarta:Graha ilmu 2005),78.*

Bank syariah atau bank yang memiliki lambang “iB” adalah lembaga keuangan yang dalam praktek usahanya menjunjung tinggi prinsip keadilan serta keseimbangan, dimana bank syariah beroperasi sesuai dengan prinsip syariah. Bank yang memiliki kata syariah merupakan bagian dari ekonomi Islam, karena bank syariah bukan hanya fokus pada kesuksesan didunia melainkan juga akhirat. Oleh karena itu, prinsip yang digunakan berdasarkan pada Al-Quran dan Al-Hadist.³

mobile banking adalah perkembangan antara 2 bentuk inovasi perbankan, sebelumnya ialah SMS banking dan *internet banking*. Ada beberapa kesamaan fungsi antara perbankan online dan perbankan seluler. Bentuk dari kedua teknologi informasi ini didasarkan pada *internet* dan layanan perbankan seluler yang dapat digunakan dengan perangkat *telephone* pintar seperti *apple*, *android* dan *windows*.⁴ Untuk menjalankannya nasabah harus menginstal aplikasi BSI Mobile di *Play Store* ataupun *Appstore*.

Berkembangnya teknologi zaman yang serba canggih ini membuat transaksi di dunia perbankan menjadi sangat mudah, apalagi dengan adanya aplikasi *mobile banking* yang memberikan keringanan dalam melakukan pembayaran online yang dapat dikerjakan kapan dan dimana saja tanpa mengunjungi bank cukup menggunakan satu perangkat pintar yaitu *smartphone* yang sangat mudah diakses dan juga tanpa harus datang langsung ke tempat. Kemajuan teknologi informasi memberikan berbagai manfaat apalagi di dunia bisnis jual beli online yang di setiap transaksinya harus dilakukan secara online, mereka tidak perlu pergi kebank ataupun ATM cukup memanfaatkan layanan *mobile banking* untuk melayani transaksi yang tidak memerlukan waktu yang lama dan sudah di fasilitasi dengan berbagai tampilan yang dapat diakses 24 jam non stop dengan memberikan kemudahan dan kepraktisan serta keamanan pada saat melakukan transaksi.

Dalam dunia perbankan layanan *mobile banking* dimanfaatkan oleh sektor perbankan untuk menyediakan laporan keuangan kita tanpa harus pergi ke bank. Layanan *mobile banking* juga sangat menguntungkan bagi pihak nasabah

³Nurudin, khoiril Anwar, Hidayaturrosyida, *Analisis Of The Effect Of Islamic Product Attributes, Servicescape, And Interpersonal Communications On Customer Satisfaction Bank BTN Syariah KCPS Semarang. AL-ARBAH : journal of slamic finance and banking, Vol.2.No2,2020*, (Semarang : Walisongo Stat Islamic University,2020),2.

⁴Muammar Arafar Yusmad, *Aspek Hukum Perbankan Syariah dari Teori ke Praktik* (Yogyakarta :Deepublish,2018) ,79.

yang sering melakukan transaksi keuangan, seperti jual beli berbagai barang maupun jasa. Dengan kondisi yang canggih ini semua jenis transaksi dapat dilakukan tanpa harus pergi ke bank atau ATM mereka dapat membayar keperluan mereka dengan mengakses aplikasi *mobile banking* dan dapat dilakukan kapan saja asal terhubung dengan jaringan internet.

Terdapat beberapa faktor penentu dalam pemasaran BSI Mobile agar para nasabah dapat terpuaskan dengan adanya layanan *mobile banking*, diantaranya : komitmen agama. Komitmen agama ialah mewujudkan sebuah aturan yang terdapat pada kehidupan yang tidak ada unsur yang meluruh lantaran kedua belah pihak, walaupun beda suku agama atau jenis kelamin.⁵ Beberapa unsur yang mempengaruhi komitmen agama yaitu Keyakinan (*Religious Belief*) adanya Tuhan untuk seorang muslim dan keyakinan sebuah nilai serta keyakinan adanya hal gaib untuk non muslim, Ritual (*Religious Practice*) sebuah peraturan praktik keagamaan, Penghayatan (*Religious Feeling*) merasa bersyukur dan khusyuk saat beribadah, Pengetahuan (*Religious Knowledge*) tentang agamanya dan yang terakhir Pengaruh (*Religious Effect*) rasa nyaman berkumpul dengan teman dalam aktifitas organisasi keagamaan.

Faktor berikutnya ialah Kepercayaan. Kepercayaan merupakan sumber kekuatan utama bagi setiap perusahaan yang bergerak dalam berbagai aktivitas.⁶ unsur yang terdapat pada kepercayaan yaitu kemampuan dalam memberikan layanan serta melindungi keamanan transaksi nasabah, kemampuan untuk meninggalkan kepuasan yang saling menguntungkan bank dan nasabah, ketulusan bank dalam memberikan janji dan tindakan kepada nasabah.

Selain komitmen agama dan kepercayaan terdapat faktor lainnya yang tidak kalah penting yaitu kualitas layanan. Kualitas layanan merupakan kunci dari sebuah layanan yang menjadi strategi dalam berbisnis, dikarenakan meningkatnya profitabilitas dan menjadi unggulan dalam alat untuk bersaing.⁷ Unsur yang terdapat pada kualitas layanan ialah keandalan dalam untuk melaksanakan layanan secara hati-hati dan bertanggung jawab sesuai yang dijanjikan kepada nasabah,

⁵ Sari, Armida. 2011. *Pengaruh Atribut Produk Islam, Komitmen Agama, Kualitas Jasa dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah PT. BPRS Puduarta Insani Tembung*. Tesis. Program Pascasarjana IAIN Sumatera Utara, Medan

⁶ Chatra, Emeraldy dan Rulli Nasrullah. *Public Relations Strategi Kehumasan Dalam Menghadapi Krisis*. (Bandung: PT Salamadani Pustaka Semesta, 2008) 26

⁷ Freedy Rangkuti, *Customer Service Satisfaction & Call Center berdasarkan Iso 9001*. (Jakarta : Gramedia pustaka utama, 2013), 44.

responsif memberikan layanan secara cepat dan tepat, memberikan rasa percaya dari risiko yang dapat diberikan kepada nasabah, memberikan perhatian secara tulus, dan mewujudkan eksistensinya kepada pihak eksternal.

Faktor selanjutnya yang dapat mempengaruhi eksistensi perbankan syariah dalam penggunaan *mobile banking* ialah kepuasan nasabah yang menjadi simbol yang akan digunakan nasabah untuk merangkum suatu aksi dan perbuatan terlihat berkaitan dalam suatu produk dan jasa. Menurut (*Consuegra et al,2007*) Kepuasan nasabah merupakan analisis setelah memakai, dimana jalan keluar yang dipilih memenuhi atau bahkan melampaui harapan dan kepuasan nasabah yang merupakan hasil dari berbagai upaya perusahaan demi memikat nasabah.⁸

Bank Syariah Indonesia (BSI) merupakan gabungan dari ketiga bank yang mempunyai predikat TOP 3 dalam TOP BRAND Award 2020 bank syariah terbesar yang merupakan hasil merger anak perusahaan BUMN dalam bidang perbankan yaitu Bank Syariah Mandiri (BSM), Bank Rakyat Indonesia Syariah (BRISyariah), dan Bank Negara indonesia Syariah (BNI Syariah).

Table 1.1

Daftar Bank syariah terbaik 2020

Merek	TBI
Bank BRI Syariah	29,5%
Bank Syariah MANDIRI	20,3%
Bank BNI Syariah	19,6%
Bank BCA Syariah	11,2%
Bank MUAMALAT	3,3%

Sumber : Top Brand Award 2020

Bank BSI diresmikan pada tanggal 1 februari 2021, penggabungan ini menyatukan kelebihan dari ke 3 bank syariah sehingga memberikan layanan yang lebih lengkap dan jangkauan lebih luas serta memiliki kapasitas permodalan yang lebih baik. BSI Mobile memberikan kemudahan bagi nasabah agar dapat bertransaksi kapanpun dan dimanapun secara praktis. BSI Mobile juga menyediakan layanan isi ulang uang elektronik, bayar tagihan listik, isi ulang

⁸ Ibid.,138.

pulsa, beli barang di pasar digital dan bayar SPP bagi lembaga pendidikan yang bekerjasama dengan Bank Syariah Indonesia.⁹

Di Indonesia, transaksi dan pengguna *mobile banking* tumbuh setiap tahunnya. Pertumbuhan ini terlihat dari keseluruhan bank yang menggunakan produk *mobile banking* di Indonesia. Otoritas jasa keuangan (OJK) mengatakan bahwa pengguna *electronic banking* seperti *SMS banking*, *Phonebanking*, *mobile banking* dan *internet banking* meningkat sebesar 270% dari 13,6 juta pada 2012 menjadi 50,4 juta pada 2016.

Sementara itu, frekuensi transaksi pengguna *electronic-banking* meningkat 150,8 juta pada 2012 menjadi 405,4 juta pada 2016 atau meningkat sebesar 169%. Bank Indonesia (BI) juga mencatat total volume transaksi 112,37 triliun pada 2017, angka ini meningkat 4 kali lipat dibandingkan dengan transaksi lainnya. Beberapa bank-bank besar didominasi dengan *mobile banking* dari pada *e-banking* lainnya. Pengguna *mobile banking* adalah 24,21 juta dan *internet banking* perseroan mencapai 15,46 juta.¹⁰

Narasumber dalam penelitian ini ialah Mahasiswa Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, karena Universitas ini berlandaskan nilai-nilai Islami yang membuat proses pembelajaran mengandung unsur pendidikan Islam yaitu al-Quran dan Sunnah termasuk nilai-nilai Islam dalam materi perkuliahan. Hal ini berpengaruh pada tingkat komitmen agama dan kepercayaan pada bank syariah sehingga mahasiswa dapat menentukan bank yang sinkron dengan prinsip syariah.

Bersumber hasil survei awal dari beberapa Mahasiswa UIN Walisongo Semarang mengenai keputusan nasabah untuk menggunakan *mobile banking* BSI Mobile berdasarkan kepuasan dalam komitmen agama, kepercayaan dan kualitas layanan pada BSI Mobile. Beberapa Mahasiswa memilih *mobile banking* BSI Mobile karena dari pihak kampus menyediakan rekening bank syariah indonesia (BSI) kepada para Mahasiswa, dan mereka memanfaatkannya dengan mendaftarkan pada aplikasi *mobile banking* untuk keperluan transaksi online seperti berbelanja online, pembayaran uang kuliah tunggal (UKT) atau sekedar cek saldo rekening tanpa perlu pergi ke ATM.

⁹ www.bankbsi.co.id (dikutip pada tanggal 26 februari 2021 pukul 08:00 WIB)

¹⁰ Otoritas jasa keuangan, *buletin riset kebijakan perbankan*, vol.2, No.1, Oktober 2020, 4-5

Penelitian (Nawangsari & Widiastuti, 2018) yang berjudul “analisis pengaruh kualitas layanan, kepercayaan dan layanan mobile banking terhadap kepuasan nasabah bank (studi kasus pada PT Bank DKI-Depok)” mengatakan bahwa kualitas layanan & kepercayaan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Kualitas layanan memiliki pengaruh bagi kepuasan nasabah, apabila kualitas layanan semakin baik maka nasabah akan merasa puas kepada pihak bank. Kepercayaan berpengaruh penting terhadap kepuasan nasabah, jika tingkat kepercayaan positif maka kepuasan nasabah akan cepat meningkat. Kepercayaan dan kualitas layanan memberikan pengaruh penting terbukti dengan peningkatan kecepatan transaksi yang semakin efektif. Variable yang paling mempengaruhi kepuasan nasabah yaitu *mobile banking*.

Penelitian yang dilakukan (Nora Dery Sofya , Dedy Heriwibowo, 2020) “pengaruh kualitas layanan mobile banking dan tingkat kepercayaan terhadap kepuasan nasabah Bank NTB Syariah Cabang Sumbawa” kualitas layanan serta tingkat kepercayaan nasabah secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Begitu juga penelitian yang dilakukan (Febrianta & Indrawati, 2016) tentang “pengaruh kualitas layanan mobile banking terhadap kepuasan nasabah bank BCA di kota Bandung” menyimpulkan kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Penelitian (Sungkawa, 2014) “Pengaruh Komitmen Agama Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Dan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening Pada Nasabah Tabungan Bank Syariah Mandiri KCP Painan”. Hasil penelitian mengatakan komitmen agama dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Tetapi tidak sejalan pada penelitian yang diteliti oleh (Thalia Claudia Mawey, Altje L. Tumbel, 2018) “pengaruh kepercayaan dan kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah PT Bank SulutGo” Menyimpulkan kepercayaan secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah, dan kualitas layanan dan kepercayaan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

(Nurdin et al., 2020) berjudul “pengaruh pelayanan mobile banking terhadap kepuasan nasabah (studi kasus pada Mahasiswa perbankan IAIN Palu)”

menyimpulkan variable kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Berdasarkan uraian diatas maka ditemukan *Reserch gap* yaitu pengaruh komitmen agama, kepercayaan dan kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah. Dalam penelitian ini, komitmen agama, kepercayaan dan kepercayaan dan kualitas layanan sebagai variable independen dan kepuasan nasabah sebagai variable dependen. Penulis juga melakukan penelitian dengan menitikberatkan pada pengaruh komitmen agama, kepercayaan dan kualitas layanan dengan kepuasan mahasiswa dalam menggunakan *mobile banking* BSI Mobile dalam setiap transaksi yang dilakukannya. Judul penelitian tersebut yaitu "**Pengaruh Komitmen Agama, Kepercayaan dan kualitas layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Di Perbankan Syariah**" (Studi Kasus Mahasiswa UIN Walisongo Pengguna Mobile Banking BSI Mobile).

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah Komitmen agama berpengaruh terhadap kepuasan nasabah?
2. Apakah Kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah?
3. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah?

1.3 Manfaat dan Tujuan Penelitian

1.3.1. Tujuan penelitian

Berdasarkan pertanyaan diatas maka tujuan dari penelitian ini yaitu :

1. Untuk menguji pengaruh Komitmen agama nasabah terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) dikalangan Mahasiswa.
2. Untuk menguji pengaruh kepercayaan nasabah terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) dikalangan Mahasiswa
3. Untuk menguji pengaruh Kualitas Layanan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) dikalangan Mahasiswa.

1.3.2 Manfaat penelitian

Diharapkan penelitian ini berguna dan bermanfaat dalam teoritis dan praktis :

1. Secara teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan, pengetahuan, dalam pengembangan ilmu ekonomi saya guna mendalami masalah yang berkaitan dengan dunia perbankan syariah dan seberapa pengaruh pengguna *mobile banking* terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia.

2. Secara praktis.

Dalam penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat pada sektor perbankan syariah untuk menyusun strategi dalam meningkatkan kepuasan pengguna *mobile banking* dan dapat memberikan masukan yang berguna dalam menentukan langkah yang tepat dalam mengembangkan perbankan syariah ke arah yang lebih baik, khususnya sebagai bahan evaluasi atas kinerja bank syariah selama ini dalam menghadapi kompetisi dalam dunia perbankan nasional.

1.4 Sistematika Penulisan

Dalam penulisan penelitian ini dipaparkan dengan tujuan agar mempermudah peneliti dalam merancang penelitiannya yang akan dilakukan. Sistematika pembahasan ini terbagi menjadi 5 Bab yaitu :

BAB I : "Pendahuluan" pada bab ini akan dijelaskan mengenai Latar belakang masalah sebagai cikal bakal penelitian, rumusan masalah dalam fokus penelitian, tujuan penelitian serta manfaat penelitian dalam memaparkan pentingnya penelitian ini dan sistematika penulisan untuk memudahkan dalam pembuatan penelitian ini.

BAB II : "Landasan Teori" bab ini menjelaskan mengenai teori-teori dasar mengenai *mobile banking*, pengertian komitmen agama, Kepercayaan dan Kualitas Layanan serta kepuasan nasabah dan faktor yang mempengaruhinya.

BAB III : "Metode Penelitian" Bab ini membahas metodologi penelitian yang berisi jenis dan sumber data, populasi dan sampel, metode pengumpulan data, variable penelitian dan pengukuran serta teknik analisis data yang akan digunakan dalam penelitian ini.

BAB IV : "Hasil Penelitian dan Pembahasan" Bab ini menjelaskan faktor- faktor apa saja yang menyebabkan nasabah menggunakan aplikasi *mobile banking*, dan pembahasan akhir mengenai seberapa Pengaruh nasabah atas komitmen agama, Kepercayaan dan kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI).

BAB V : "Penutup" Bab ini adalah Bab Terakhir dan membahas mengenai kesimpulan atau jawaban ringkas hasil permasalahan dan diakhiri saran dalam penelitian.

BAB II

KERANGKA TEORI

2.1 *Mobile Banking*

2.1.1 *Pengertian mobile banking*

mobile banking adalah perkembangan antara 2 bentuk inovasi perbankan, sebelumnya ialah SMS banking dan *internet banking*. Ada beberapa kesamaan fungsi antara perbankan online dan perbankan seluler. Bentuk dari kedua teknologi informasi ini didasarkan pada *internet* dan layanan perbankan seluler yang dapat digunakan dengan perangkat telephone pintar seperti *apple*, *android* dan *windows*.¹¹

BSI Mobile adalah brand untuk aplikasi mobile banking Bank syariah indonesia (BSI). BSI Mobile merupakan layanan yang dimiliki Bank Syariah Indonesia (BSI) guna mengakses rekening nasabah dengan menggunakan smartphone. Nasabah dapat menggunakan layanan BSI Mobile untuk mendapatkan informasi dan dapat melakukan transaksi perbankan yang telah ditentukan oleh pihak perbankan.¹²

2.1.2 *Fitur Mobile Banking BSI Mobile*

Mobile banking memiliki fitur-fitur didalamnya antara lain yaitu:¹³

1. Layanan informasi (pengecekan saldo, mutasi, tagihan kartu kredit dan pendeteksi lokasi cabang/ ATM terdekat).
2. Layanan transaksi (transfer, pembayaran tagihan (akademik, BPJS, zakat, aqiqah, asuransi)).
3. Pembukaan rekening secara online.
4. Tarik tunai tanpa kartu.
5. BSI Keyborad.
6. Transaksi berkala.
7. Melakukan akses sesuai yang diinginkan.
8. Penyimpan data transaksi yang diinginkan.
9. Update aktivitas ke sosial media.

¹¹Muammar Arafar Yusmad, *Aspek Hukum Perbankan Syariah dari Teori ke Praktik* (Yogyakarta :Deepublish,2018),79.

¹² www.bankbsi.co.id (dikutip pada tanggal 10 Maret 2021 pukul 08:00 WIB)

¹³ www.bankbsi.co.id (dikutip pada tanggal 26 februari 2021 pukul 08:00 WIB)

10. Terdapat Jadwal sholat serta kalimat motivasi.
11. Update akses sosial media Bank Syariah Indonesia dan lainnya.

2.1.3 Cara registasi BSI Mobile

1) Proses registrasi

- a. Nasabah mendaftarkan melalui BSI Mobile melalui kantor bank terdekat, ATM atau dengan Bank Syariah Indonesia call.
- b. Ikuti langkah-langkah yang disarankan, setelah itu nasabah akan menerima SMS yang berisi kode aktivasi.

2) Proses download

Nasabah diharapkan sudah mempunyai aplikasi BSI Mobile di smartphone atau bisa di download melalui Google Playstore dan App Store, pastikan aplikasi BSI Mobile by PT Bank Syariah Indonesia, Tbk.

3) Proses aktivasi

Nasabah menginput nomor ponsel dan kode aktivasi yang didapatkan dari SMS Bank BSI.¹⁴

2.2 Komitmen agama

2.2.1 Pengertian komitmen agama

Komitmen adalah kepatuhan seseorang terhadap peraturan dan kebijakan sedangkan agama memuat segala sesuatu yang terbaik yang diperlukan dalam menentukan tujuan hidup. Agama memberikan harapan kebaikan serta kesejahteraan, serta keadilan dan apa saja yang dibutuhkan manusia dalam interaksi mereka.¹⁵

komitmen agama merupakan sebuah tatanan kehidupan yang menciptakan sebuah aturan yang terdapat pada kehidupan yang tidak ada unsur yang meluruh lantaran kedua belah pihak, walaupun beda suku agama atau jenis kelamin.¹⁶

¹⁴ Ibid...,

¹⁵ Arif Affandi, 'Laporan Hasil Penelitian Individu Spiritual Well-Being Dan Komitmen Agama Di Perbankan Syariah : Analisis Terhadap Tingkat Kepuasan Dan', 2020

¹⁶ Sari, Armida. 2011. *Pengaruh Atribut Produk Islam, Komitmen Agama, Kualitas Jasa dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah PT. BPRS Puduarta Insani Tembung*. Tesis. Program Pascasarjana IAIN Sumatera Utara, Medan

2.2.2 Indikator komitmen agama

Menurut (El Sandra Dan Efriyuzal,2013) Dan (Worthington, Wade & Hight 2003) terdapat 5 Indikator yang digunakan untuk menilai suatu komitmen agama nasabah yaitu sebagai berikut:¹⁷

1) Keyakinan

Keyakinan berkaitan dengan apa diyakini sebagai dari sebuah komitmen dalam beragama, serta keyakinan tersebut dipegang teguh dengan kuat sebagai dasar kehidupan seseorang. Contohnya yaitu meyakini adanya Tuhan sebagai bentuk keimanan, meyakini dimensi yang paling utama dalam beragama.

2) Ritual

Ritual adalah seperangkat perilaku yang diharapkan seseorang dalam meyakini agamanya. Ritual mempengaruhi kehidupan non religius, tetapi lebih kepada suatu perbuatan dalam agamanya. Contohnya, sembahyang, berdoa, pengakuan dosa, berpuasa dan sebagainya.

3) Penghayatan

Penghayatan yaitu sebagai bagian dari mental yang terdapat pada diri dan emosional seseorang. Penghayatan agama disebut juga “pengalaman religius”. Penghayatan merupakan sebuah variasi fungsi dalam kehidupan beragama. Salah satu fungsinya sebagai motivasi, penghayatan seseorang dapat tercapai jika dia paham dengan agamanya sendiri.

4) Pengetahuan

Pengetahuan tentang informasi yang dimiliki seseorang tentang agamanya, seperti asal-usul suatu agama dan sejarah tentang agama. Dalam dimensi ini dapat bervariasi tingkat kepentingannya. Seseorang bisa saja berkomitmen terhadap agamanya, namun mereka tidak paham dengan pengetahuan tentang agamanya sendiri.

5) Pengaruh

Pengaruh merupakan sebuah bentuk perilaku, tetapi yang bukan bagian dalam ritual agama. Tetapi lebih kepada pengaruh agama seseorang terhadap segi non religius dalam kehidupan seseorang. Keyakinan

¹⁷ Paloutzian, R.F. (1996). *Invitation to the Psychology of Religion*. Massachusetts: Allyn and Bacon

beragama bisa saja diarahkan pada pola dari perilaku moral seseorang atau kebiasaan. Contohnya, mengajari seseorang untuk melakukan tindakan secara moral.

2.2.3 Dimensi komitmen beragama dalam Islam

Agama Islam dapat dilihat dari berbagai dimensi sebagai keyakinan, ajaran dan aturan.¹⁸ Islam merupakan agama yang mengatur semua aspek kehidupan yang sejalan dengan perintah Allah SWT, didalam surah al-baqarah ayat 208.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا ادْخُلُوا فِي السِّلْمِ كَآفَّةً وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوٰتِ الشَّيْطٰنِ ۚ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ

Artinya : “Wahai orang-orang yang beriman!. Masuklah ke dalam Islam secara keseluruhan dan janganlah kamu ikuti langkah-langkah setan. Sungguh, ia musuh yang nyata bagimu.”

Suatu komitmen agama sangat diperlukan dalam mengatur setiap kehidupan seseorang. Pemahaman dianjurkan dengan komitmen agama agar terjangkau keagamanya. Pendapat yang lain menyebutkan, kelima dimensi komitmen agama dapat menjadikan pedoman dalam hidup seseorang dengan menggunakan aspek-aspek sebagai berikut:¹⁹

1) Iman

Aspek iman berkesinambungan dengan keyakinan dan kepercayaan yang tergambar dengan rukun iman.

2) Islam

Aspek ini berhubungan dengan pelaksanaan ibadah yang sudah diatur dalam Islam, seperti shalat, zakat, haji dan berpuasa.

3) Ihsan

Aspek ini berhubungan dengan penghayatan yang dimiliki seseorang dalam memahami agama serta keberadaan Allah SWT sehingga dalam melaksanakan ibadah diharapkan dapat melaksanakannya dengan khusyuk.

¹⁸ Mubarak, A. *Mengaji Islam: Dari Rasional Hingga Spiritual*.(Jakarta: Bina Rena Prawira,2004)

¹⁹ Istiqomah, N. *Hubungan antara Religiusitas dan Kesiapan Untuk Memaafkan Pada Mahasiswa yang beragama islam*. (Depok : Universitas Indonesia,2004)

4) Ilmu

Aspek ini berhubungan dengan pengetahuan tentang agamanya. Sumber pengetahuan ini berasal dari al-quran dan al-hadist.

5) Amal

Aspek ini berhubungan dengan perilaku seseorang dalam kehidupan kesehariannya dalam kehidupan sosial sebagai wujud dari keimanannya.

2.2.4 Faktor- faktor yang mempengaruhi komitmen agama

Faktor- faktor yang mempengaruhi komitmen agama diantaranya:²⁰

1. Faktor internal

- a) Hereditas
- b) Usia
- c) Kepribadian
- d) Kondisi kejiwaan

2. Faktor eksternal

- a) Keluarga
- b) Lingkungan institusional
- c) Lingkungan masyarakat

2.3 Kepercayaan

2.3.1 Pengertian kepercayaan

Kepercayaan ialah kesediaan perusahaan untuk mengandalkan mitra bisnisnya. Kepuasan mencerminkan evaluasi orang tentang kinerja produk yang dirasakan (hasil) terkait dengan harapan. Dan harapan bahwa suatu kinerja tidak sesuai maka seorang nasabah akan merasa tidak puas dan kecewa.²¹

Kepercayaan terhadap sesuatu yang dirasakan oleh pemakai teknologi informasi dalam melakukan kegiatan organisasi maupun perusahaan dengan meningkatkan kinerja individu. Konsep kepuasan nasabah dapat di tanamkan untuk mempertahankan hubungan antara nasabah dengan pihak bank yang di gunakan. Di era *mobil banking*, suatu pihak bank harus mempunyai seorang nasabah yang loyal dengan mempercayai eksekusi jasa online. Bisnis dan komunikasi bergantung pada kepercayaan yang mana seorang nasabah yang

²⁰ Jalaludin H, *Psikologi Agama*, (Jakarta :PT Rajagrafindo Persada 2015)

²¹ Kolter, Philip Dan Kevin L Keller, *Manajemen Pemasaran. Ed 12 jilid 1*. (Jakarta : PT Indeks, 2009),219.

tidak percaya akan produk mengakibatkan tidak bergunanya suatu produk yang di pakai oleh seorang nasabah. Setiap komunikasi di dasari pada kepercayaan. Kepercayaan dapat dibentuk melalui tujuh aturan kepercayaan (trust and virtual organization).yaitu:²²

1. Kepercayaan tidak buta

Berdasarkan pemahaman diatas, kepercayaan membutuhkan proses dan bukti untuk membuktikan bahwa suatu produk yang dipercaya pembeli memang berkualitas.

2. Kepercayaan membutuhkan batasan

Kepercayaan tanpa akhir itu tidak realistis. Perusahaan memiliki unsur komitmen dan unsur kapabilitas. Secara tidak langsung, berarti penjual mendesain suatu produk yang dapat menuju pada menentukan kinerja tertentu, sehingga persepsi yang tertanam dibenak konsumen justru mengarah pada pembentukan gambar kristal, bukan gambar dengan batasan yang tidak jelas.

3. Kepercayaan membutuhkan pembelajaran

Kepercayaan adalah proses pembelajaran untuk menjadi pihak yang terpercaya dan perlu dilakukan proses pembelajaran. Hal tersebut terkait dengan sulitnya mencapai apa yang diinginkan konsumen dan unsur kepercayaan itu sendiri. Dalam kaitannya, pembelajaran yang berkelanjutan akan menciptakan nilai tambah yang berkelanjutan.

4. Percaya itu sulit

Kepercayaan itu tidak mudah. Butuh banyak upaya untuk mendapatkan dan mempertahankan kepercayaan. Perusahaan harus hati-hati membentuk desain yang andal. Jika tidak memenuhi harapan nasabah, maka resiko produk dikeluarkan dari masyarakat.

5. Kepercayaan perlu digabungkan.

Kepercayaan terdapat ikatan emosional dalam iman. Hubungan ini membutuhkan perhatian khusus. Setiap tujuan dalam kelompok harus saling mendukung. Seperti, kelompok kecil sebaiknya tidak mengawasi kelompok besar.

6. Kepercayaan membutuhkan kontak

²² Oetomo, Budi S. D. *Perencanaan dan Pengembangan Sistem Informasi*. Ed 2. (Yogyakarta : Andi,2006)

Kepercayaan membutuhkan sentuhan pribadi. Perhatian atau kontak dalam membentuk komunikasi yang baik dan penengah untuk membangun kepercayaan.

7. Kepercayaan membutuhkan pemimpin

Kepercayaan membutuhkan pemimpin. Peran pemimpin melakukan sesuatu yang bisa dipercaya sangatlah penting. Pemimpin ini berperan dalam merancang dan berupaya mengembangkan keimanan itu sendiri.

2.3.2 Membangun Kepercayaan Nasabah

Kepercayaan merupakan sumber kekuatan utama bagi setiap perusahaan yang bergerak dalam berbagai aktivitas. Dengan kata lain, bank syariah dapat berkembang dan maju dengan mempercayai kepercayaan dari nasabah.²³

Kepercayaan merupakan kunci utama berkembang atau tidaknya bank syariah yang artinya tanpa adanya kepercayaan nasabah maka bank syariah tidak akan dapat menjalankan usaha.²⁴ Kepercayaan menunjukkan bahwa dapat dipercaya bank syariah akan terus berkarya untuk kepentingan bersama, dan bank syariah tidak hanya akan mengejar kepentingan komersial (*profit oriented*), tetapi juga memperhatikan kebutuhan dan kepuasan nasabah²⁵

Kepercayaan menunjukkan bahwa jika seseorang percaya bahwa motivasi tindakannya tulus atau dapat dipercaya, dia akan mempercayai orang atau pihak lain. Kepercayaan dapat dilakukan secara transparan dan simpatik.²⁶ Kepercayaan memiliki peran penting dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, untuk meyakinkan nasabah bank syariah, nasabah harus merasakan kualitas layanan yang diberikan bank syariah. Nantinya akan tercipta pengalaman yang merupakan awal dari membangun kepercayaan agar nasabah setia kepada bank syariah.²⁷

²³ Chatra, Emeraldy dan Rulli Nasrullah. *Public Relations Strategi Kehumasan Dalam Menghadapi Krisis*. (Bandung: PT Salamadani Pustaka Semesta, 2008) 26

²⁴ Hermansyah. *Hukum Perbankan Nasional Indonesia*. Edisi 2. (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013), 19.

²⁵ Kriyantono, Rachmat. *Public Relations Writing*. (Jakarta: Kencana, 2008), 9.

²⁶ Bell, Chip R dan Bilijack R. Bell, *Magnetic Service 7 Rahasia Menciptakan Pelanggan Setia*. (Bandung: Kaifa PT Mizan Pustaka, 2004) 54

²⁷ Samuel, Hatane. 2012. "Customer Relationship Marketing Pengaruhnya terhadap Kepercayaan dan Loyalitas Perbankan Nasional". *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol.7, No.1, April 2012, Hal.33-41.

2.3.3 Indikator kepercayaan nasabah

Menurut Bhattacharejee Terdapat 3 Indikator yang digunakan untuk menilai suatu kepercayaan nasabah yaitu sebagai berikut :²⁸

a) Kemampuan

Kompetensi adalah seperangkat ketrampilan, kemampuan dan karakteristik yang memungkinkan satu pihak memiliki keahlian tertentu. Kompetensi bukan hanya kemampuan memberikan layanan kepada individu, tetapi juga mencakup semua aspek bagaimana menjalankan bisnis. Dalam hal ini, kemampuan tersebut merupakan kemampuan bank syariah untuk memberikan, melayani dan melindungi transaksi dari gangguan pihak lain, sehingga meningkatkan kepuasan nasabah setelah bertransaksi. Contohnya bank Syariah yang memberikan produk maupun layanan secara berkualitas. Hal tersebut, menjadi salah satu kepercayaan seorang nasabah dalam penggunaan produk maupun layanan di perbankan.

b) Kebaikan (kidness)

Kebaikan adalah sejauh mana harapan bank untuk mencapai dan memberikan layanan yang terbaik kepada nasabah. Kebaikan akan menghasilkan interaksi positif antar individu. Kesiediaan bank syariah memberikan kepuasan dengan saling menguntungkan antara bank syariah dan nasabah. Misalnya pegawai bank syariah akan mengutamakan kepentingan nasabah saat bertransaksi, satpam akan menyambut nasabah yang berkunjung dan bank syariah akan memberikan tenggang waktu bagi nasabah yang masih memiliki pemberi pinjaman.

c) Integritas

Integritas adalah yang mana sebuah bank Syariah dengan mematuhi prinsip-prinsip yang telah diberikan kepada nasabah, Dikatakan atau dijanjikan bank syariah terhadap nasabah harus sama dalam tindakan yang dilaksanakan oleh bank untuk memeberikan informasi kepada nasabah. Bank syariah memiliki outlet ATM yang dapat digunakan nasabah dengan mudah.

²⁸ Anol Bhattacharejee,(2002) *Individual Trust in online firms : scale development and intitial test*, journal of mangement information systems, 19:1, 211-241.

2.3.4 Kepercayaan Dalam Perspektif Islam

Kepercayaan menurut pandangan islam telah dijelaskan dalam Al Quran surat An- nisa ayat 58 dan Al Baqarah ayat 283 yang berbunyi :

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ ۗ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ ۗ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا

Artinya : *“Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Mendengar lagi Maha Melihat”*.

وَإِنْ كُنْتُمْ عَلَىٰ سَفَرٍ وَلَمْ تَجِدُوا كَاتِبًا فَرِهَانٌ مَّقْبُوضَةٌ ۖ فَإِنْ أَمِنَ بَعْضُكُم بَعْضًا فَلْيُؤَدِّ الَّذِي أُؤْتِمِنَ أَمَانَتَهُ ۚ وَلْيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ ۗ وَلَا تَكْنُتُوا الشَّهَادَةَ ۗ وَمَنْ يَكْنُتْهَا فَإِنَّهُ آتِمٌ قَلْبُهُ ۗ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ عَلِيمٌ

Artinya : *“Jika kamu dalam perjalanan (dan bermu'amalah tidak secara tunai) sedang kamu tidak memperoleh seorang penulis, maka hendaklah ada barang tanggungan yang dipegang (oleh yang berpiutang). Akan tetapi jika sebagian kamu mempercayai sebagian yang lain, maka hendaklah yang dipercayai itu menunaikan amanatnya (hutangnya) dan hendaklah ia bertakwa kepada Allah Tuhannya; dan janganlah kamu (para saksi) menyembunyikan persaksian. Dan barangsiapa yang menyembunyikannya, maka sesungguhnya ia adalah orang yang berdosa hatinya; dan Allah Maha Mengetahui apa yang kamu”*

Ayat ini bermakna Amanah yang dapat dartikan sebagai kepercayaan. Dalam berbisnis atau bertransaksi, kepercayaan menjadi kunci utama dalam berbisnis, kepercayaan dilandasi dengan melalui proses ijab qabul dan terdapat materai agar tidak terjadi konflik dikemudian hari.²⁹

2.4 Kualitas Layanan

2.4.1 Pengertian Kualitas Layanan

Kualitas layanan (*Quality of Service*) adalah perbandingan layanan antara bukti yang diterima dengan yang lebih diinginkan, maka layanan

²⁹ Muhammad, *Etika Bisnis Islam*, (yogyakarta : unit penerbit dan percetakan akademi manajemen perusahaan YKPN,2004),224.

dikatakan baik, jika pelanggan merasa puas, jika nasabah kurang adanya bukti kenyataan yang diinginkan, layanan tersebut dikatakan tidak baik atau tidak bermutu dan nasabah merasa tidak puas dan kecewa.³⁰

Quality of Service (kualitas layanan) merupakan kunci dari sebuah layanan yang menjadi strategi dalam berbisnis, dikarenakan meningkatnya profitabilitas dan menjadi unggulan dalam persaingan. Kualitas layanan bisa menciptakan pembelian berulang, *positif word of mouth* diferensi produk yang kompetitif dan loyalitas pelanggan.³¹ Berdasarkan pengertian diatas kualitas layanan bergantung pada kemampuan suatu perusahaan dalam memenuhi kebutuhan serta keinginan pelanggannya.

2.4.2 Dasar- dasar etika dalam Layanan

Direksi, karyawan dan manajer serta pihak lain harus dapat bekerja sama untuk memberikan layanan yang berkualitas, maka setiap pegawai bank syariah harus memiliki pengetahuan mengenai dunia perbankan dan tentunya harus mempunyai etika yang baik. Maka dari itu, setiap pegawai bank syariah wajib mematuhi etika perbankan seperti :³²

- 1) Transaksi harus dilakukan secara cepat, akurat dan tepat. Cepat artinya waktu layanan tidak terlalu lama dan pelanggan tidak diperkenankan mengantri terlalu lama untuk memberikan pelayanan, kehati-hatian artinya layanan yang diberikan harus teliti dan tidak boleh ada konten yang tidak memenuhi standar layanan. Akurat berarti layanan yang diberikan sesuai dengan kebutuhan pelanggan.
- 2) Karyawan harus selalu memperhatikan keinginan dan kebutuhan pelanggan.
- 3) Pegawai bank syariah wajib menguasai sistem dan prosedur pelayanan.
- 4) Jika terdapat pengaduan nasabah maka staff Bank Syariah harus merespon dengan cepat untuk mengatasi masalah tersebut.
- 5) Menjalin hubungan yang baik diantara pihak pimpinan dengan pegawai bank syariah dan antar nasabah.

³⁰ M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah* (Bandung : Allfabeta,2010),213.

³¹ Freedy Rangkuti, *Customer Service Satifisfaction & Call Center berdasarkan Iso 9001*. (Jakarta : Gramedia pustaka utama,2013),44.

³² M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah* (Bandung: Allfabeta,2010),169.

- 6) Diharapkan pegawai bank syariah harus sopan, ramah dan selalu waspada mambantu nasabah.
- 7) Emosi harus dijaga agar nasabah akan merasa tenang dan nyaman serta aman saat bertransaksi di Bank syariah, sehingga bank syariah dapat memenangkan kepercayaan nasabah.
- 8) Pegawai bank syariah harus selalu menunjukkan sikap bahagia terhadap nasabah.
- 9) Atur ruangan, peralatan dan lingkungan kantor yang memenuhi persyaratan.

Dalam melayani nasabah, etika pegawai bank syariah harus memenuhi prosedur, sehingga pada saat nasabah datang ke bank syariah nasabah akan dihargai dan dihormati, sehingga dapat berinteraksi dengan nasabah. Membentuk suasana keintiman dan harmonis antara pegawai bank dan nasabah. Pegawai bank syariah harus siap mengedepankan pelayanan yang berkualitas untuk nasabah dengan standar etika layanan yaitu :³³

- 1) Menyapa saat bertemu nasabah. Dengan mengucapkan Assalamualaikum, Selamat Pagi atau Selamat Siang.
- 2) Mempersilahkan tamu. Setelah menyapa, segera ajak pelanggan untuk duduk dan beri tahu nasabah untuk menunggu dengan sabar gilirannya.
- 3) Menanyakan kepada nasabah tentang kebutuhan mereka. Menanyakan dengan cara yang ramah, sopan dan lembut dan kembangkan kebiasaan mengatakan “tolong” dan “maaf” ketika meminta tolong nasabah untuk pengisian formulir atau meminta menunggu untuk jangka waktu tertentu.
- 4) Pada saat urusan selesai. Ucapkan kata “Terimakasih” kepada nasabah yang telah menyelesaikan masalahnya atau urusannya sudah selesai dilayani.

2.4.3 Klasifikasi layanan.

Klasifikasi pelayanan dibedakan menjadi tiga kategori, yaitu: ³⁴

- 1) Layanan pemeliharaan

³³ Kasmir, *customer service excellent teori dan praktik*, (Depok : Raja Grafindo Persada, 2017), 117-119.

³⁴ M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah* (Bandung: Allfabeta, 2010), 213

Produk utama yang diberikan kepada nasabah. Misalnya produk utama perbankan digunakan dalam sarana penyimpanan dana nasabah.

2) Kenyamanan layanan

Fasilitas layanan tambahan bagi nasabah. Layanan tambahan disediakan untuk menghemat bagi hasil nasabah.

3) Layanan Tambahan

Layanan tambahan (*support*) untuk meningkatkan nilai layanan atau membedakannya dengan layanan “pesaing”. Misalnya fasilitas *mobile banking* dan *internet banking*.

2.4.4 Hubungan kualitas layanan dengan kepuasan nasabah

Kualitas layanan dirasakan adanya kepuasan dari nasabah yang mana layanan diterima ataupun dirasakan sesuai dengan apa yang diharapkan, maka dapat disimpulkan bahwa layanan tersebut baik dan memuaskan nasabah. Kualitas layanan yang diberikan oleh pihak bank disesuaikan dengan harapan nasabah.³⁵

Kualitas harus dimulai dengan permintaan pelanggan dan persepsi mereka. Yang menilai apakah layanan itu berkualitas adalah pelanggannya, para pelanggan yang menikmati layanan perusahaan. Dengan tetap kompetitif harus dapat terus memberikan layanan yang berkualitas.³⁶

Beberapa aspek yang ada pada kualitas layanan antara lain :³⁷

1. Keandalan

Mampu menjalankan layanan yang dijanjikan dengan benar dan andal. Keandalan menunjukkan suatu kemampuan organisasi dalam memberikan layanan akurat, andal, serta bertanggung jawab.

2. Responsivitas

Aspek ini membantu nasabah dalam memberikan layanan lebih cepat serta tepat waktu. Sangat sensitif terhadap pelanggan dan perlu mengambil tindakan tepat berdasarkan kebutuhan.

3. Berwujud

³⁵ Thomas S.Kaihatu,Achmad Daengs, dan Agoes Tinus Lis Indrianto, *Manajemen Komplain* (Yogyakarta:Andi, 2015),40.

³⁶ Fandi tjiptono, *Manajemen Jasa* (yogyakarta:Andi,2006),61

³⁷ Lovelock,Wright, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta: indeks, 2007),98-99.

Kemampuan organisasi untuk mencapai kehadirannya dengan pihak luar, kinerja dan kapabilitas sarana dan prasarana organisasi dimana kondisi lingkungan di sekitar dapat bergantung hal tersebut menjadi bukti nyata dari layanan yang diberikan penyedia layanan.

4. Jaminan

Pengetahuan serta kesopanan pegawai dapat menghasilkan kepercayaan dan keyakinan, serta bisa dibuktikan dengan pengetahuan, kesopanan, keamanan, kepercayaan, dan kebebasan dari bahaya dan risiko yang mungkin ditimbulkan oleh pegawai dengan nasabah.

5. Empati

Berikan pandangan tulus kepada pelanggan dengan mencoba memahami semua kebutuhan mereka. Pemahaman dan pengetahuan organisasi tentang pelanggan dan ada tempat untuk jam kerja pelanggan.

2.4.5 Indikator pengukuran kualitas layanan

Menurut (Pasuraman,1988)kualitas layanan terdapat 5 indikator untuk menilai kualitas layanan yaitu³⁸

1. *Realibility* (keandalan)

Realibility merupakan kemampuan dalam memberikan layanan yang baik serta bertanggung jawab sesuai dengan apa yang dijanjikan.

2. *Responsiveness* (Daya Tanggap)

Tingkat kepekaan yang tinggi terhadap nasabahdengan cara memberikan pelayanan secara tepat dan cepat.

3. *Assurance* (jaminan)

Pengetahuan dan kesopanan pegawai adalah salah satu yang menimbulkan kepercayaan dan keyakinan dengan dilihat melalui kesopanan, rasa aman dan percaya bebas risiko yang dapat dirasakan nasabah.

4. *Empaty* (welas Asih)

Pemberian perhatian yang tulus dan pribadi kepada nasabah sebagai upaya memahami segala keinginan nasabah. Bank memiliki

³⁸ Rambat Lupiyadi dan A Hamdana, *Manajemen Pemasaran Jasa*,(Jakarta : Salemba Empat,2009),182.

pengertian tentang masalah nasabah secara spesifik, dan memiliki waktu pengoprasian bagi nasabah.

5. Tangibles (Bukti nyata/berwujud)

Kemampuan yang mewujudkan eksistensi pihak eksternal. Lembaga yang di andalkan dalam lingkungan menjadi bukti nyata pelayanan dalam memberikan sebuah pelayanan terhadap pemberian jasa.

2.4.6 Layanan elektronik (*Electronic Service*)

Layanan elektronik adalah Penyediaan layanan melalui internet, yang mana layanan elektronik bisa juga dikatakan layanan *online* (non komersial).³⁹ Penggunaan perangkat elektronik memiliki pengaruh yang sangat besar, bisa membantu perangkat elektronik dengan layanan yang lebih cepat, efektif, efisien serta tepat. Layanan elektronik ini telah lama diterapkan pada layanan perbankan dengan *sms banking*, *internet banking* dan *mobile banking*.⁴⁰

Electronic banking merupakan layanan untuk nasabah bank memperoleh berbagai informasi melalui media elektronik, berkomunikasi serta melakukan berbagai transaksi diperbankan. Bank menyediakan layanan perbankan elektronik atau *electronic banking* yang terkenal untuk tampil.

Selain transaksi bank yang dilakukan di cabang dan ATM, transaksi bank juga diperlukan. Dapat menggunakan *electronic banking*, nasabah tidak perlu membuang waktu dengan antri dibank atau ATM. Banyaknya transaksi perbankan yang dapat dengan mudah dan praktis dilakukan dimanapun dan kapanpun dengan jaringan elektronik seperti internet, handphone dan telephone. Misalnya transfer dana antar rekening, pembayaran tagihan dan pembelian isi ulang kredit atau giro perubahan dan saldo.⁴¹

2.4.7 Kualitas Layanan Perspektif Islam

Kualitas layanan dalam pandangan islam telah dijelaskan dalam al-quran surat al-baqarah ayat 267 dan yang berbunyi :

³⁹ Ratminto, Fidyah Shabrina, Rima Ranintya Yusuf, Lutfi Untung Angga Laksana, Sri Wahyuni, Susi Apriyanti, *pelayanan prima : pedoman penerapan Momen Kritis Pelayanan A sampai Z* (Yogyakarta: UGM Press, 2018), 62.

⁴⁰ Ibid., 61.

⁴¹ Ikatan Bankir Indonesia, *Mengelola Kualitas Layanan Perbankan*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2014), 113-114.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِآخِذِيهِ إِلَّا أَنْ تُغْمِضُوا فِيهِ ۚ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ حَمِيدٌ

Artinya : “Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (di jalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untuk kamu. Dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu menafkahkan daripadanya, padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memincingkan mata terhadapnya. Dan ketahuilah, bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji”.

Bahwa kualitas layanan adalah memberikan suatu jasa dan pelayanan kepada nasabah. Layanan menjadi cara mudah diberikan kepada nasabah. Sebagaimana dijelaskan dalam al baqarah ayat 267 yang menjelaskan bahwa pentingnya layanan yang berkualitas ditimbulkan layanan yang tidak sebatas dengan mengantarkan dan melayani saja. Layanan artinya memberikan, mengerti, memahami dan merasakan sehingga penyampaiannya akan menjadi nilai tambah kepada nasabah dan akhirnya memperkuat posisi produk maupun jasa yang diperoleh nasabah. Dengan adanya hal tersebut yang tertanam maka kepuasan seseorang nasabah pada produk dan usaha bank tidak diragukan lagi.

2.5 Kepuasan Nasabah

2.5.1 Pengertian kepuasan nasabah

Kata Kepuasan dari bahasa latin “satis” artinya cukup dan factio (membuat). Kepuasan dapat berarti suatu perusahaan mencapai atau mencukupi sesuatu. Kepuasan nasabah adalah kondisi yang dicapai ketika suatu produk memenuhi kebutuhan atau harapan nasabah dan tidak cacat. Secara konseptual, kepuasan adalah hasil pembelian dan penggunaan dengan membandingkan pembeli dengan hasil yang diharapkan.⁴²

Pengertian kepuasan nasabah atau ketidakpuasan nasabah secara umum yaitu adalah perbedaan antara (*ekpectations*) harapan dan kinerja yang dirasakan (*perceived performance*). Kepuasan nasabah merupakan kinerja suatu jasa yang sama dengan apa yang diinginkan nasabah⁴³. Nilai ini dapat berasal dari sistem layanan dan produk. Dari definisi tersebut dapat disimpulkan

⁴² Fandi tjiptono, *Service, Quality, Satifcation Edisi 3* (yogyakarta:Andi,2011)

⁴³ Freedy Rangkuti, *Customer Service Satifsfaction & Call Center berdasarkan Iso 9001*. (Jakarta : Gramedia pustaka utama,2013),138.

penyedia jasa memahami kepuasan nasabah yang mana kondisi nasabah merasa puas terhadap produk dan jasa bank, kinerja yang dihasilkan telah memenuhi bahkan melebihi harapan. Dimana sesuai ekspektasi realistis kita, sehingga masyarakat puas terhadap kinerja yang diperoleh.

2.5.2 Faktor- faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah

Kepuasan nasabah dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu:⁴⁴

1. Kualitas pelayanan, apabila nasabah mendapatkan pelayanan yang baik serta memenuhi harapan maka mereka akan puas
2. Kualitas produk, merupakan hasil analisis nasabah yang menunjukkan bahwa kualitas suatu produk yang digunakan baik maka nasabah akan puas.
3. Harga, yaitu memberikan produk dengan kualitas baik serta harga yang terjangkau akan memberikan suatu nilai yang cukup baik kepada nasabah.
4. Faktor kontekstual, adalah lingkungan yang dirasakan nasabah.
5. Faktor pribadi, merupakan karakteristik nasabah termasuk kebutuhan pribadi.

2.5.3 Model kepuasan nasabah

Secara garis besar, penelitian kepuasan nasabah terdapat 3 kategori yaitu:⁴⁵

- a) Teori perbandingan, dengan asumsi bahwa pelanggan membandingkan suatu kinerja produk yang aktual dengan ekspektasi sebelum membeli. Jika kinerja sebenarnya besar maka nasabah merasa puas, begitu pula sebaliknya.
- b) Teori asimilasi menunjukkan evaluasi pasca pembelian adalah analisis pembeli sebelum melakukan pembelian suatu produk. Persepsi pelanggan cenderung berbeda antara ekspektasi dan kinerja ke arah ekspektasi awal, karena konfirmasi yang sulit dicapai. Implikasi lainnya adalah nasabah yang bersangkutan dapat menerima penyimpangan dari ekspektasi.

⁴⁴ Ibid.,8.

⁴⁵ Ujang Sumarwan, Ahmad Jauzi, Asep Mulyana, Bagjo Nugraha Karno, Ponti Kurniawan Mawardi, dan Wahyu Nugroho, Riset Pemasaran dan Konsumen, seri 1 (Bogor: IPB Press, 2013), 143.

- c) Teori kontras asimilasi, menegaskan efek asimilasi adalah fungsi dari tingkat perbedaan antara kinerja yang diharapkan dan kinerja yang sebenarnya. Jika gapnya besar, maka nasabah akan memperlebar gapnya. Namun, jika celahnya tidak terlalu besar, maka asimilasi teori - teori populer.

2.5.4 Indikator kepuasan nasabah

Menurut (*Consuegra et al,2007*) terdapat 5 indikator kepuasan nasabah yaitu :⁴⁶

1. Kesesuaian harapan
2. Persepsi kinerja.
3. Penilaian pelanggan.
4. Kualitas layanan.
5. Kualitas produk.

2.5.5 Strategi kepuasan nasabah

Ada tiga strategi dalam meningkatkan kepuasan nasabah yaitu :⁴⁷

1. Strategi pemasaran hubungan, membangun hubungan jangka panjang dalam mencapai kepuasan nasabah melalui kerja sama.
2. Strategi layanan nasabah yang sangat baik, memberikan layanan yang lebih baik dari pesaing.
3. Jaminan tidak bersyarat atau jaminan in konvensional dapat memberikan kepuasan nasabah dan pada akhirnya menjadi pendorong untuk meningkatkan kualitas produk atau layanan dan kinerja perusahaan.

Selama dibarengi dengan upaya dan upaya bersama seluruh personil yang terlibat dalam pengembangan perusahaan, maka setiap strategi dan metode yang digunakan akan membawa manfaat bagi masing - masing perusahaan, karena selain melihat peran nasabah perusahaan dapat berhasil, itu juga memperhatikan kinerja perusahaan.

⁴⁶ Fandy Tjiptono, *persepektif Manajemen dan Pemasaran Kontemporer* (Yogyakarta : Andi,2000),101.

⁴⁷ Donni juni priansa, *Perilaku Konsumen dalam Pesaingan Bisnis kontemporer*, (Bandung : Alfabeta,2016),203.

2.5.6 Penilaian atau pengukuran kepuasan nasabah

Empat metode dalam mengukur kepuasan nasabah pada setiap perusahaan yaitu dengan:⁴⁸

1) Sistem pengaduan dan saran

Organisasi berpusat pada pembeli yang diberikan kesempatan yang nyaman dalam melakukan pengaduan. Dengan cara sebagai berikut :

a) Menempatkan kotak saran di lokasi kunci (mudah diakses dan sering dilewati nasabah)

b) Khusus saluran telephone bebas pulsa. Situs web, dll

2) Pembeli hantu (*ghost shopper*)

Salah satu cara untuk memahami nasabah yaitu dengan menyewa beberapa pembeli bayangan. Biasanya pembeli bayangan diminta untuk mengamati secara cermat, mengevaluasi bagaimana perusahaan dan pesaingnya memenuhi persyaratan pelanggan tertentu, menanggapi persyaratan nasabah dan menangani keluhan apapun.

3) Analisis kehilangan nasabah

Perusahaan akan berusaha sebaik mungkin untuk menghubungi nasabah yang telah mengundurkan diri atau pindah ke bank lain untuk memahami alasan situasi ini dan mengambil perbaikan atau kebijakan perbaikan lebih lanjut.

4) Survei kepuasan nasabah

Hal paling umum digunakan untuk menentukan tingkat kepuasan nasabah dalam wawancara telephone pribadi. Menurut beberapa metode pengukuran dan memantau kepuasan nasabah yang dibawa dengan menggunakan jasa yang diberikan oleh perusahaan.

2.5.7 Manfaat kepuasan nasabah

Kepuasan nasabah bank syariah akan berpengaruh pada profitabilitas, selain itu kepuasan nasabah dapat memberikan berbagai macam manfaat diantaranya :⁴⁹

1. Terbentuknya hubungan harmonis perusahaan dan pelanggan

⁴⁸ Fandi tjiptono, *Total Quality Manajemen*, (yogyakarta:Andi,2003),104.

⁴⁹ Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persad,2000),238.

2. Loyalitas pelanggan terhadap perusahaan.
3. Dengan terciptanya kepuasan nasabah, maka pelanggan dengan sendirinya akan melakukan promosi.
4. Terjadinya pembelian ulang.
5. Pelanggan akan membeli produk lain di perusahaan tersebut.

2.5.8 Kepuasan perspektif Islam

Kepuasan nasabah memakai jasa menjadi sebuah teori analisis mikro ekonomi. Nasabah dalam memakai dan mendapatkan kepuasan menggunakan suatu tindakan rasional. Manusia rasional ialah manusia yang mencapai kepuasan maksimal untuk memakai produk yang di pakai. Tujuan memakai produk dalam islam dalam mencapai sebuah kebahagiaan di dunia dan akhirat. Memakai produk dalam islam sudah di tegaskan di Al-Qur'an dan Hadist. Yang mana telah dijabarkan bahwa seorang muslim akan mendapatkan maksimal dalam memakai suatu produk, apabila pemakaian suatu produk sudah sesuai dengan ajaran islam. Ayat yang menjadi acuan adalah

1) Al-Baqarah ayat 172

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا كُلُوا مِن طَيِّبَاتِ مَا رَزَقْنَاكُمْ وَاشْكُرُوا لِلَّهِ إِن كُنتُمْ إِيَّاهُ تَعْبُدُونَ

Artinya : wahai orang-orang yang beriman! Makanlah dari rezeki yang baik yang kami berikan kepada kamu dan bersyukurlah kepada Allah, jika kamu hanya menyembah kepada-Nya

2) Al-Araf ayat 31

يٰۤاَيُّهَا اٰدَمُ خُذْ زِينَتَكَ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلْ وَاشْرَبْ وَلَا تُسْرِفْ اِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفَ

Artinya : wahai anak cucu adam! Pakailah pakainmu yang bagus pada setiap (memasuki) masjid, makan dan minumlah, tetapi jangan berlebihan. Sungguh, Allah tidak menyukai orang yang berlebih-lebihan.

3) Al-Furqan 67

وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا

Artinya : Dan (termasuk hamba-hamba tuhan yang maha pengasih) orang-orang yang apabila menginfakkan (harta), mereka tidak berlebihan, dan tidak (pula) kikir, diantara keduanya secara wajar.

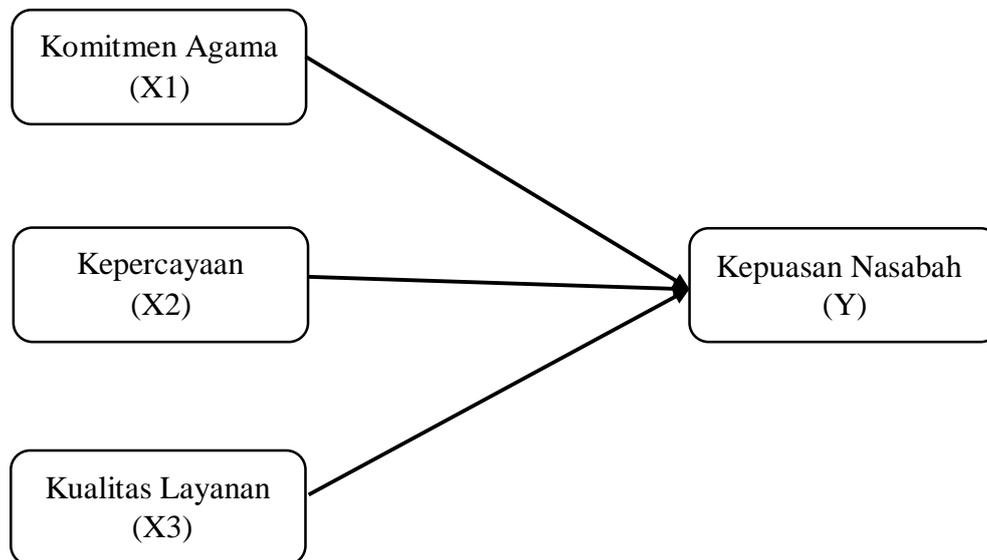
2.6 Penelitian Terdahulu

NO	Penelitian	Variable	Hasil Penelitian
1.	(Nawang Sari and Widiastuti 2018)	Independen Kualitas Layanan, kepercayaan, Layanan mobile banking Dependen: kepuasan nasabah	Kualitas layanan memiliki pengaruh penting terhadap kepuasan nasabah, terbukti dengan kualitas layanan dan kepercayaan berpengaruh positif signifikan. Kualitas layanan dan kepercayaan yang meningkat akan memberikan rasa puas terhadap nasabah yang menggunakan layanan mobile banking serta terbukti dengan peningkatan kecepatan transaksi yang semakin efektif. Variable yang paling mempengaruhi kepuasan nasabah adalah mobile banking.
2.	(Febrianta and Indrawati 2016)	Independen Kualitas Layanan Dependen: kepuasan nasabah	Hasil penelitian menunjukkan kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Dan kemudahan pengoperasian Mobile Banking sebagai variable yang berpengaruh merupakan proyek penelitian yang berpengaruh terbesar terhadap kepuasan nasabah.
3.	(Nora Dery Sofya , Dedy Heriwibowo 2020)	Independen Kualitas Layanan dan kepercayaan Dependen: kepuasan nasabah	Hasil penelitian menyatakan pengaruh kualitas layanan dan kepercayaan terhadap kepuasan nasabah, yaitu secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.
4.	(Thalia Claudia Mawey, Altje L. Tumbel 2018)	Independen : Kualitas Layanan, kepercayaan	Hasil penelitian menyimpulkan secara parsial kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank SulutGo, kepercayaan secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah, dan kualitas layanan dan kepercayaan secara parsial

		Dependen: kepuasan nasabah	berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.
5.	(Sungkawa, 2014)	Independen : Komitmen agama dan kepercayaan Dependen: loyalitas nasabah dan kepuasan nasabah	Hasil penelitian mengatakan komitmen agama dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Kepuasan nasabah mampu memediasi hubungan antara komitmen agama dan kepercayaan terhadap kepuasan nasabah.
6.	(Heri Setiawan, Maria Magdalena Minarsih 2016)	Independen Kualitas produk, kualitas pelayanan, dan kepercayaan Dependen: loyalitas nasabah dan kepuasan nasabah	Hasil pengujian secara parsial variable kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan Nasabah pada Koperasi Rejo Agung Sukses Semarang. Variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.
7.	(Welim and Arifin 2016)	Independen Kualitas produk, kualitas layanan, dan kepercayaan	Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa kualitas layanan dan kepercayaan memberikan pengaruh positif dan signifikan

		Dependen: kepuasan nasabah	
--	--	---	--

2.7 Kerangka konseptual



2.8 Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban atau dugaan sementara yang perlu diteliti kebenarannya pada penelitian yang terdapat pada masalah penelitian.⁵⁰ Berdasarkan rumusan masalah dan kerangka konseptual diatas maka peneliti mengajukan hipotesis sebagai berikut :

Menurut kasmir (2017) komitmen merupakan kepatuhan seseorang terhadap peraturan dan kebijakan. Menurut Achsien (2000) agama memuat segala sesuatu yang terbaik yang diperlukan manusia untuk menentukan tujuan hidup. Agama memberikan kebahagiaan dan kesejahteraan serta keadilan bagi manusia. komitmen agama merupakan sebuah tatanan kehidupan yang menciptakan sebuah aturan yang terdapat pada kehidupan yang tidak ada unsur yang meluruh lantaran kedua belah pihak, walaupun beda suku agama atau jenis kelamin. Menurut El Junusi, (2009), Sari (2011) dan Sungkawa (2014) menyatakan bahwa komitmen agama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah yang artinya semakin tinggi derajat komitmen agama nasabah, semakin tinggi pula kepuasan yang dirasakan.

⁵⁰ Sugiyono, *statistik untuk penelitian*, (bandung : Alfabeta 2017),84.

H1 : Komitmen Agama (X1) berpengaruh positif terhadap kepuasan Nasabah (Y)

Menurut (Sumarwan, 2011) kepercayaan adalah pengetahuan nasabah mengenai suatu objek, atribut dan manfaatnya. Berdasarkan konsep tersebut yang dimaksud dengan pengetahuan disini yaitu nasabah sangat terkait dengan pembahasan sikap karena pengetahuan nasabah adalah kepercayaan nasabah. Menurut (Nora Dery Sofya , Dedy Heriwibowo 2020), (Nawang Sari and Widiastuti 2018) dan (Heri Setiawan, Maria Magdalena Minarsih 2016) Menyatakan bahwa Kepercayaan berpengaruh penting terhadap kepuasan konsumen, jika tingkat kepercayaan positif maka kepuasan nasabah akan langsung meningkat

H2 : Kepercayaan (X2) berpengaruh positif terhadap kepuasan Nasabah (Y)

Menurut (Rangkuti, 2002) kualitas layanan dipengaruhi oleh dua variable yaitu layanan yang dirasakan dan layanan yang diharapkan, bila layanan yang dirasakan lebih kecil daripada yang diharapkan maka nasabah menjadi tidak tertarik pada penyediaan layanan. Menurut (Nawang Sari and Widiastuti 2018), (Nora Dery Sofya , Dedy Heriwibowo 2020) dan (Heri Setiawan, Maria Magdalena Minarsih 2016) menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah, jika kualitas layanan yang dirasakan nasabah baik maka nasabah akan merasa puas pada pihak bank.

H3 : Kualitas Layanan (X3) berpengaruh positif terhadap kepuasan Nasabah (Y)

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis dan Sumber penelitian

3.1.1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif. Penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang objektif, termasuk dalam mengumpulkan data analisis kuantitatif dan penggunaan metode uji statistik.⁵¹ Metode ini disebut juga metode positivistik karena didasarkan pada filosofi positivis. Metode ini sebagai metode ilmiah bersifat spesifik atau empiris, objektif, terukur, masuk akal.⁵² Jenis penelitian ini termasuk penelitian deskriptif karena penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik suatu variabel atau lebih (independen) tanpa membuat suatu perbandingan atau penghubungan dengan variabel lain.⁵³

3.1.2. Sumber Penelitian

Sumber penelitian ini menggunakan data primer dan sekunder yang didapat dari nasabah yang dikumpulkan secara langsung yang berhubungan dengan permasalahan yang akan diteliti.

1. Data primer

Peneliti mengumpulkan data dari sumbernya secara langsung. Untuk memperoleh data tersebut peneliti mengumpulkan data secara langsung dengan masalah yang diteliti. Data primer dalam penelitian ini didapat melalui penyebaran kuesioner secara online pada sejumlah mahasiswa UIN Walisongo Semarang.

2. Data sekunder

Data yang di peroleh peneliti secara tidak langsung, tetapi didapatkan dari buku, karya ilmiah, artikel, dan lain-lain yang berkaitan dengan pertanyaan masalah penelitian. Data sekunder dalam penelitian ini

⁵¹ Asep hermawan, husna leila yusron. *penelitian bisnis pendekatan kuantitatif*, (jakarta: kencana, 2017),6.

⁵² Sugiyono, *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitati, kualitatif dan R&D* (Bandung : Alfabeta, 2017), 13.

⁵³ Surahman, M Rachmat, Sudibyo Supardi. *Metodologi penelitian* (Jakarta : P2M2,2016),8.

yaitu kepustakaan atau literatur, karya ilmiah yang telah diterbitkan ataupun data lainnya yang mempunyai hubungan.⁵⁴

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1. Populasi

Populasi bisa diartikan suatu daerah generalisasi meliputi obyek ataupun subyek yang memiliki nilai ataupun ciri tertentu yang telah ditetapkan untuk digali lebih lanjut untuk selanjutnya diambil kesimpulannya.⁵⁵ Jadi diartikan bahwa populasi bukan hanya orang, melainkan juga segala sesuatu yang berhubungan dengan variabel penelitian meliputi ciri maupun sifat yang dipunyai oleh subjek/obyek yang menjadi penelitian. Populasi dari penelitian ini yaitu Nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) pengguna *Mobile Banking* BSI Mobile.

3.2.2. Sampel

Sampel dapat diartikan sebagai bagian dari kapasitas maupun karakteristik/ciri yang dipunyai pada populasi.⁵⁶ Sampel merupakan anggota populasi yang dipergunakan untuk sumber data yang sebenarnya didalam penelitian. Sehingga bisa dibilang sampel ialah bagian dari populasi.⁵⁷ Pada Penelitian ini menggunakan teknik *nonprobability sampling*. Dan dengan metode *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel dengan sumber data dengan pertimbangan tertentu. Adapun syarat dalam pengambilan sampel ialah Mahasiswa UIN Walisongo Semarang yang menggunakan mobile banking BSI mobile, sebelum menggunakan Bank BSI mahasiswa UIN Walisongo menggunakan rekening BRI Syariah yang kemudian migrasi ke Bank BSI dimulai pada tanggal 1 Februari – 31 Oktober 2021. Sampel dalam penelitian ini yaitu Nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) yang terdiri dari mahasiswa UIN Walisongo Semarang yang menggunakan

⁵⁴ Tim Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang, Pedoman Penulisan Skripsi, Cet. 1, (Semarang : Basscom Creative, 2018), 14.

⁵⁵ Sugiyono, *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D* (Bandung : Alfabeta, 2017), 117.

⁵⁶ Ricki Yuliardi dan Zuli Nuraeni, *Statistika Penelitian Plus Tutorial SPSS*, (Yogyakarta: Innosain, 2017), hal. 6

⁵⁷ *Ibid.*, 118.

aplikasi *Mobile Banking* BSI. Dengan pengambilan keputusan dengan Rumus slovin :⁵⁸

$$n = \frac{N}{(N(e)^2 + 1)}$$

Keterangan :

n = jumlah sampel minimal

N = Populasi

e = tingkat kesalahan (*error margin*)

$$n = \frac{N}{(N(e)^2 + 1)}$$

$$n = \frac{18.427}{(18.427(10\%)^2 + 1)}$$

$$n = \frac{18.427}{(18.427(0.01)^2 + 1)}$$

$$n = \frac{18.427}{(185,27)}$$

$n = 99,46$ dibulatkan menjadi 100 responden

3.3 Metode Pengumpulan Data

1) Kuesioner

kuesioner (angket) yaitu metode pengumpulan data yang dilakukam dengan sejumlah butir soal yang akan diisi oleh responden. Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang bersifat efisien untuk mengukur suatu variable yang akan dijawab oleh responden.

Bentuk angket dalam penelitian ini adalah angket tertutup, yaitu angket yang soal-soalnya menggunakan teknik pilihan ganda sehingga responden tinggal memilih jawaban. Teknik angket digunakan untuk mengetahui tingkatan komitmen agama, kepercayaan dan kualitas layanan. Dengan cara peneliti mengedarkan kuesioner kepada responden maka peneliti dapat menggali informasi yang berkaitan dengan data atau informasi dari responden yang

⁵⁸Sarjono Haryadi, Jualanita Winda, *Spss Vs Lisrel Sebuah Pengantar Aplikasi Untuk Riset*, (Jakarta : Salemba Empat, 2019), 30.

menjadi subjek penelitian dengan pertanyaan pilihan ganda. Data yang diperoleh dari angket adalah skor komitmen agama, kepercayaan dan kualitas layanan.

2) Observasi

Observasi menjadi tingkat pengumpulan data dengan ciri spesifik dibandingkan teknik lain seperti wawancara dan kuesioner. Wawancara dan kuesioner berhubungan dengan orang sedangkan observasi memiliki objek yang luas.⁵⁹ Dalam metode ini penulis melakukan survey penelitian yaitu pada mahasiswa UIN Walisongo Semarang yang menggunakan aplikasi *Mobile Banking* BSI Mobile agar mendapatkan data yang otentik dan spesifik.

3.4 Variable Penelitian dan Pengukuran

3.4.1 Variabel Penelitian

Variabel dapat diartikan sebagai obyek penelitian ataupun suatu objek yang jadi fokus penelitian.⁶⁰ Dalam penelitian kali ini penulis memakai tiga variabel independen/bebas yakni variabel komitmen agama, kepercayaan dan kualitas layanan. Variabel independen sendiri ialah variabel yang dapat memberikan pengaruh pada variabel dependen. Adapun variabel dependennya ialah variabel kepuasan nasabah. Variabel dependen sendiri ialah variabel yang bisa dipengaruhi oleh variabel independen/bebas. Kepuasan nasabah yang penulis teliti terkait pengaruh komitmen agama, kepercayaan dan kualitas layanan adalah Mahasiswa UIN Walisongo yang memiliki aplikasi BSI Mobile.

3.4.2 Skala Pengukuran

Pada penelitian kali ini penulis memakai skala pengukuran likert dengan tujuan mengukur persepsi, perilaku/tingkah laku seseorang dengan metode menjabarkan variabel yang akan diukur dengan membentuk indikator variabel, selanjutnya indikator menjadi titik tolak penyusunan beberapa item pertanyaan yang diberikan kepada responden. *Skala likert* sebagai pilihan respon Nasabah untuk mengisi angket komitmen agama, kepercayaan dan

⁵⁹ Ibid.,203.

⁶⁰ Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2006), hal. 161

kualitas layanan.⁶¹ Jawaban disetiap instrumen mendapatkan skor sebagai berikut :

Tabel 3.1

Tabel skor skala likert

Keterangan	SKOR
SS	5
S	4
R	3
TS	2
STS	1

Instrumen penelitian ini dapat dibuat dengan cara pilihan ganda ataupun dengan bentuk checklist dan lainnya.

Tabel 3.2

Tabel Operasional Variable

Variable	Definisi	Indikator	Pertanyaan kuesioner	Skala
Komitmen Agama (X1)	komitmen agama merupakan sebuah tatanan kehidupan yang menciptakan sebuah aturan yang terdapat pada kehidupan yang tidak ada unsur yang meluruh lantaran kedua	1. Keyakinan (<i>Religious Belief</i>).	a. Saya sering mengunjungi tempat ibadah untuk melaksanakan ibadah	
			b. Saya selalu menjalankan perintah Allah untuk menjadi orang baik.	
		2. Ritual (<i>Religious Practice</i>)	a. Saya memperoleh ketenangan lahir batin dengan menjalankan syariat Islam	

⁶¹ Ibid.,134-135.

	<p>belah pihak, walaupun beda suku agama atau jenis kelamin</p>		<p>b. Saya menjalankan kegiatan keagamaan dalam Islam</p>	Likert
	<p>(El Sandra Dan Efriyuzal,2003) Dan (Worthington, Wade & Hight 2003)</p>	<p>3. Penghayatan (<i>Religious Feeling</i>)</p>	<p>a. Saya percaya bahwa keyakinan yang saya anut merupakan suatu kebenaran.</p>	
			<p>b. Saya berusaha meningkatkan kesadaran nilai-nilai syariat Islam dalam kehidupan sehari-hari saya.</p>	
		<p>4. Pengetahuan (<i>Religious Knowledge</i>)</p>	<p>a. Saya sering berpartisipasi dalam kegiatan keagamaan di lingkungan saya.</p>	
			<p>b. Saya yakin bahwa Allah selalu perhatian dengan saya dalam situasi apapun.</p>	
		<p>5. Pengaruh (<i>Religious Effect</i>)</p>	<p>a. Saya selalu beramal disetiap acara keagamaan.</p>	
			<p>b. Saya sangat bahagia ketika bersama Allah</p>	
<p>Kepercayaan (X2)</p>	<p>Kepercayaan adalah kesediaan suatu perusahaan untuk</p>	<p>1. Kemampuan</p>	<p>a. Bank Syariah Indonesia memiliki kemampuan untuk menyediakan produk</p>	Likert

	mengandalkan mitra bisnisnya		dan jasa yang berkualitas.	
			b. Pihak bank melindungi informasi personal dan kebiasaan bertransaksi melalui <i>mobile banking</i>	
		2. Kebaikan	a. Bank Syariah Indonesia mengutamakan kepentingan nasabah.	
			b. Bank Syariah Indonesia memberikan fasilitas yang sesuai dengan apa yang dijelaskan mengenai mobile banking.	
		3. Integritas	a. Bank Syariah Indonesia memberikan bukti transaksi kepada nasabah setelah bertransaksi.	
	(Bhattachrjje,2002)		b. BSI Mobile memberikan manfaat yang maksimal sesuai kebutuhan anda	
Kualitas Layanan (X3)	kualitas layanan merupakan kunci dari sebuah layanan yang	1. Keandalan	a. Aplikasi BSI Mobile merupakan perangkat yang sangat handal (dapat diandalkan)	Likert

<p>menjadi strategi dalam berbisnis, dikarenakan meningkatnya profitabilitas dan menjadi unggulan dalam alat untuk bersaing.</p> <p>(pasuraman,1988)</p>		b. Aplikasi BSI Mobile tidak pernah mengalami kegagalan.
	2. Daya tanggap	a. Customer Service memberikan informasi yang nasabah butuhkan dengan jelas.
		b. Layanan BSI Mobile dapat diakses dengan cepat.
	3. Jaminan	a. Semua data yang di proses melalui BSI mobile dapat dipercaya dan tidak akan disalah gunakan pihak bank.
		b. Transaksi dana di BSI Mobile dapat dipercaya.
	4. Empaty	a. Bank Syariah Indonesia memiliki jam pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan nasabah.
		b. BSI Mobile memberikan layanan yang didukung sarana dan prasarana lingkungan sekitar.

Kepuasan Nasabah (Y)	Kepuasan nasabah adalah kondisi yang dicapai ketika suatu produk memenuhi kebutuhan atau harapan nasabah dan tidak cacat. Secara konseptual, kepuasan adalah hasil pembelian serta penggunaan yang diperoleh dengan membandingkan pembeli dengan hasil yang diharapkan <i>(Consuegra et al,2007)</i>	1. Kesesuaian Harapan.	Pelayanan yang diberikan oleh bank syariah indonesia sesuai dengan keinginan nasabah.	Likert
		2. Persepsi kinerja	Konerja pelayanan yang diterima oleh nasabah bank syariah sangat baik.	
		3. Penilaian pelanggan	Pegawai Bank Syariah Indonesia memiliki pengetahuan yang luas tentang informasi yang dibutuhkan nasabah.	
		4. Kualitas pelayanan	Pegawai Bank Syariah Indonesia sangat cepat dalam memberikan pelayanan kepada nasabah.	
		5. Kualitas produk	Produk yang dimiliki oleh Bank Syariah Indonesia kualitasnya sangat bagus.	

3.5 Teknik Analisi Data

1. Uji Validitas Dan Reliaibilitas

a. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan jika keseluruhan kuesioner telah tersusun. Tujuan dilaksanakannya uji validitas ialah melihat apakah butir kuesioner/angket yang disebarakan valid ataukah tidak. Apabila semua butir kuesioner/angket valid maka semua butir tersebut dapat digunakan dan sebaliknya apabila terdapat butir yang kurang atau bahkan tidak valid, maka butir tersebut tidak dapat digunakan. Sebuah instrumen dikatakan valid jika Setiap butir soal yang

diuji, hasil r_{hitung} lebih besar di dibandingkan dengan r_{tabel} dimana $df = n-2$ dengan nilai sig 5% jika $r_{tabel} < r_{hitung}$.⁶² Perhitungan ini menggunakan program SPSS 22 (*statistical pacage for social science*).

b. Uji Realibilitas

Uji Realibilitas merupakan ukuran dari data yang mempunyai kestabilan dan konsiten dalam jawaban responden yang berkaitan dengan konstruk pertanyaan dalam menjawabnya. hal ini berkaitan dengan variable yang dalam bentuk angket atau kuesioner, uji realibilitas dilakukan bersamaan dengan semua butir soal. Pengukuran ini dilakukan dengan aplikasi SPSS 22 dalam mengukur kerealibelan dengan uji statistik *cronbach alpha*, dengan karakteristik variable dikatakan reliable jika memberikan *cronbach alpha* > 0,60.⁶³

2. Uji asumsi klasik

a) Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan sebagai uji untuk mengukur data pada penelitian apakah memiliki distribusi normal ataupun tidak. Terkait pengertian tersebut, maka dapat diartikan bahwa adanya pengujian normalitas tentu saja untuk melihat normal atau tidaknya variabel dalam suatu penelitian. Pengujian ini bisa dilakukan dengan memakai pendekatan Kolmogoro-Smirnov yang dibaurkan dengan kurva P-P Plots.

Kolmogorow-Smirnov mempunyai kriteria diantaranya :

- jika signifikasi < 0,05 maka distribusi data tidak normal.
- jika signifikasi > 0,05 maka distribusi data normal.⁶⁴

b) Uji Multikolinieritas

Uji ini dipakai dalam melihat model regresi yang ditemui adanya korelasi antar variabel bebas Dengan adanya uji ini maka dapat mempermudah peneliti dalam mengetahui atau melihat variabel bebas yang mempengaruhi variabel terikat.⁶⁵

Untuk melihat model regresi mengenai ada atau tidaknya multikolinieritas, maka peneliti bisa melihat dari beberapa hal antaralain :

⁶² Arikunto, S. *Prosedur Suatu Penelitian : Pendekatan Praktek Edisi Revisi Kelima* (Jakarta : rineka cipta 2002)

⁶³ Ridwansunarto, *Pengantar Statistika*, (Bandung : Alfabeta 2013), 160-170.

⁶⁴ Ibid., 170.

⁶⁵ Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik Dengan Spss 16.0*, (Jakarta : Prestasi Pustaka Publisher, 2009) hal. 79

- Apabila nilai VIF < dari 10, maka dikatakan bahwa model regresi terhindar multikolinieritas.
- Apabila nilai Tolerance > dari 0,1 maka dikatakan bahwa model regresi bebas multikolinieritas.

c) Uji Heteroskedastisitas

Pengujian ini dipakai melihat adakah penyimpangan asumsi klasik heterokedastisitas dengan ketidaksesuaian varian residual untuk seluruh model regresi yang telah diamati. Dapat dikatakan baik jika model regresi terhindar dari penyakit heterokedastisitas.⁶⁶ Untuk melihat adanya heteroskedastisitas dengan cara melihat nilai nilai t_{tabel} dengan t_{hitung} , yaitu: Jika signifikan < 5%, artinya ditemui penyakit heterokedastisitas. Sebaliknya apabila signifikan > 5%, artinya tidak ditemui penyakit heterokedastisitas.

d) Uji Autokorelasi

Pengujian ini untuk mengetahui dalam model regresi linier adanya korelasi antara kesalahan periode t dengan kesalahan periode t-1 (sebelumnya). Persamaan regresi yang baik adalah tidak memiliki masalah autokorelasi, jika terjadi autokorelasi maka persamaan tersebut menjadi tidak baik atau tidak layak untuk diprediksi. Metode yang sering digunakan dalam penelitian adalah metode Durbin Watson dengan syarat $du < d < (4-du)$.⁶⁷

3. Uji Hipotesis

Hipotesis dapat dibuktikan dengan uji statistic melalui uji ekonometrika berikut ini.⁶⁸

a) Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis untuk melihat hubungan antar variabel, apabila variabel dependennya hanya satu dan variabel independennya ada dua variabel. Dengan adanya analisis regresi berganda ini maka dapat membantu peneliti dalam melihat hubungan variabel yang dapat kita lihat pada persamaan garis regresi, adapun persamaan umumnya yaitu Hubungan

⁶⁶ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Spss*, (Semarang Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011), 225.

⁶⁷ Ibid., 226.

⁶⁸ Sugiyono, *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D* (Bandung : Alfabeta, 2017), 64.

yang ditulis antara variable terikat (Y) dengan variable independen (X).

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan :

- Y : Kepuasan nasabah
 α : Konstanta
 $\beta_1, \beta_2, \beta_3$: Koefisien Regresi
 X_1 : Komitmen Agama
 X_2 : Kepercayaan
 X_3 : Kualitas Layanan
e : eror

b) Uji Parsial t

Uji Ttest ini mempunyai tujuan melihat semua apakah mempunyai pengaruh secara parsial yang signifikan atau tidak. Jika nilai $t_{hitung} >$ daripada nilai t_{tabel} , dapat diartikan bahwa hipotesis diterima. Nilai t_{hitung} bisa diperoleh dari sig $\alpha = 0,05$ dengan $df = n-k$.

c) Uji Simultan F

Uji F mempunyai tujuan melihat seluruh variabel independen mengenai sejauh mana dalam mempengaruhi variabel dependen secara bersama-sama. Tingkat signifikansi 0,05 yang digunakan untuk uji F dengan kriteria Bila F hitung lebih besar dari pada F tabel atau signifikasinya kurang dari $\alpha = 5\%$ maka H_0 di tolak dan H_a di terima yang artinya bahwa terdapat pengaruh signifikan secara bersamaan antara variabel independen terhadap variabel dependen

d) Uji Koefisien determinan (R^2)

R^2 untuk mengukur seberapa besar pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabelitas variabel terikat (Y). Nilai R^2 adalah antara 0 dan 1. Jika $R^2 = 0$ berarti perubahan variasi dari Y tidak dapat dijelaskan oleh X sama sekali. Sementara bila $R^2 = 1$ artinya variasi dari Y, 100%

dapat diterangkan oleh X. Dengan kata lain bila $R^2 = 1$ artinya semua titik pengamatan berada pada garis regresi.⁶⁹

⁶⁹ Imam Ghozali , *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Spss*, (Semarang Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011)

BAB IV

PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian

4.1.1. Sejarah berdirinya bank syariah indonesia

Indonesia memiliki potensi di bidang industri keuangan syariah. Masyarakat sadar bahwa meningkatnya produk halal yang mendapat dukungan perusahaan yang menjadi faktor terpenting dalam pengembangan industri halal di Indonesia. Bank syariah memiliki peran sebagai pemberi fasilitas untuk kegiatan ekonomi halal. Adanya industri perbankan syariah di Indonesia yang meningkat dan berkembangnya secara signifikan dalam 3 dekade. Bank syariah Indonesia memberikan inovasi produk perbankan dengan meningkatkan dan mengembangkan layanan dengan menunjukkan trending yang positif. Banyaknya bank syariah yang dimiliki bank BUMN seperti Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah dan BRI Syariah yang melakukan aksi korporasi.

Bank BSI gabungan dari ketiga bank yang mempunyai predikat TOP 3 dalam TOP BRAND Award 2020 bank syariah terbesar yang merupakan hasil merger anak perusahaan BUMN dalam bidang perbankan yaitu Bank Syariah Mandiri (BSM), Bank Rakyat Indonesia Syariah (BRISyariah), dan Bank Negara Indonesia Syariah (BNI Syariah). Bank BSI diresmikan tanggal 1 Februari 2021, dengan menyatukan kelebihan dari ke 3 bank syariah yang memberikan layanan dengan jangkauan yang lebih luas dengan kapasitas permodalan yang baik dan dengan didukung perusahaan induk dan pemerintah melalui kementerian BUMN.

Bank Syariah Indonesia diharapkan menjadi energi baru bagi pembangunan ekonomi nasional yang berkontribusi pada kesejahteraan masyarakat Indonesia. Bank Syariah Indonesia menjadi perbankan syariah yang modern, universal dan memberikan kebaikan bagi semua orang.⁷⁰

⁷⁰ www.bankbsi.co.id (dikutip pada tanggal 2 Mei 2021 pukul 08:00 WIB)

4.1.2. Visi bank syariah indonesia

Menjadi salah satu dari sepuluh Bank Syariah terbesar berdasarkan kapitalisasi pasar secara global dalam waktu lima tahun kedepan.

4.1.3. Misi bank syariah indonesia

1. Memberikan akses solusi keuangan syariah di indonesia.
2. Menjadi bank terbesar yang memberikan nilai terbaik bagi para pemegang saham
3. Menjadi perusahaan pilihan dan kebanggaan para talenta terbaik indonesia.⁷¹

4.2.Deskripsi Responden

Data diperoleh dari kuesioner yang disebar kepada nasabah. Data penelitian ini yaitu Mahasiswa UIN Walisongo Semarang. Sedangkan tehnik pengambilan sampelnya ialah *nonprobability sampling* dengan *purpose sampling*.

4.2.1. Responden menurut jenis kelamin

Tabel 4.1

Jenis kelamin

No	Jenis kelamin	Jumlah	Presentase
1	Perempuan	63	63%
2	Laki-laki	37	37%
Jumlah		100	100%

(data diolah 2021)

Dari data diatas menjelaskan bahwa wanita berjumlah 63 orang dengan presentase 63% sedangkan pria sebanyak 37 orang dengan presentase sebesar

⁷¹ Ibid..

37% persen. Dan dapat disimpulkan bahwa Mahasiswa UIN Walisongo Semarang didominasi perempuan.

4.2.2. Responden menurut angkatan

Tabel 4.2

Angkatan

No	Angkatan	Jumlah	Presentase
1.	2015	2	2%
2.	2016	10	10%
3.	2017	46	46%
4.	2018	23	23%
5.	2019	15	15%
6.	2020	9	9%
Jumlah		100	100%

Data diolah : 2021

Dilihat dari data angkatan responden yang tersaji pada tabel diatas, bisa dilihat Angkatan Mahasiswa UIN Semarang yang menjadi responden yaitu terdapat sebanyak Angkatan 2015 (2%) responden angkatan 2016 (10%), angkatan 2017 (46%) responden angkatan 2018 (23%) dan angkatan 2019 (15%) sisanya dari angkatan 2020 sebesar (9%) total keseluruhan yaitu sebanyak 100 (100%) responden dengan didominasi angkatan 2017.

4.2.3.Responden menurut Fakultas

Tabel 4.3

Fakultas

No	Fakultas	Jumlah	Presentase
1.	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI)	24	24%
2.	Fakultas Syariah dan Hukum (FSH)	13	13%
3.	Fakultas Psikologi dan Kesehatan (FPK)	7	7%
4.	Fakultas Sosial dan Ilmu Politik (FISIP)	17	17%
5.	Fakultas Dakwah dan Komunikasi (FDK)	11	11%
6.	Fakultas Usuludin dan Humaniora (FUHUM)	5	5%
7.	Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan (FITK)	6	6%
8.	Fakultas Sains dan Teknologi (FST)	5	5%
Jumlah		100	100%

Data diolah : 2021

Berdasarkan data responden berdasarkan fakultas yang disajikan pada tabel diatas, memperlihatkan fakultas dalam penelitian ini yaitu terdapat FEBI dengan jumlah 24 responden dengan persentase 24%, sebanyak 13 responden dengan persentase 13% FSH, FPK sebanyak 7 responden dengan presentase 7%, FISIP dengan responden 17 presentase 17%, FDK 11 responden dengan presentase 11%, FUHUM 5 responden dengan presentase 5%, dan FITK sebanyak 6 responden dengan presentase 6% lalu sisanya dari terdapat 5 responden dengan persentase 5% adalah FST.

4.3. Analisis Data

4.3.1. Uji validitas

Uji validitas dilakukan jika keseluruhan kuesioner telah tersusun. Tujuan dilaksanakannya uji validitas ialah melihat apakah butir kuesioner/angket yang disebarkan valid atau tidak. Apabila semua butir kuesioner/angket valid maka semua butir tersebut dapat digunakan dan sebaliknya apabila terdapat butir yang kurang atau bahkan tidak valid, maka butir tersebut tidak dapat digunakan. Untuk bisa melihat data yang telah dikumpulkan yang diperoleh melalui kuesioner/angket mengenai valid atau tidaknya data, maka bisa dilakukan menggunakan cara mengkorelasikan tiap-tiap nilai jawaban masing-masing variabel, selanjutnya total tersebut akan kita bandingkan pada nilai signifikan 0,05 (5%) dan 0,01 (1%).

Tabel 4.4

Hasil uji validitas variable Komitmen Agama

Item soal	r- hitung	r- tabel 5%	Keterangan
X1.1	0,655	0,1966	Valid
X1.2	0,678	0,1966	Valid
X1.3	0,627	0,1966	Valid
X1.4	0,699	0,1966	Valid
X1.5	0,454	0,1966	Valid
X1.6	0,766	0,1966	Valid
X1.7	0,664	0,1966	Valid
X1.8	0,538	0,1966	Valid
X1.9	0,730	0,1966	Valid
X1.10	0,632	0,1966	Valid

Data diolah : 2021

Dilihat tabel data hasil uji validitas variabel komitmen agama diatas, memperlihatkan keseluruhan instrumen pertanyaan kuesioner variabel tersebut yang terdiri dari X1.1 – X1.10 dapat kita lihat bahwa semuanya menghasilkan nilai $r_{hitung} >$ daripada r_{tabel} . Dan merujuk hasil pengamatan r-tabel didapatkan nilai sampel $(N) = (\text{Alpha}, n-2)$ atau $(100-2) = 98$ dengan nilai signifikansi 0,05 adalah 0,1966. Sehingga dapat dikatakan semua instrumen jawaban variabel komitmen agama dinyatakan valid.

Tabel 4.5

Hasil uji validitas variable Kepercayaan

Item soal	r-hitung	r-tabel 5%	Keterangan
X2.1	0,765	0,1966	Valid
X2.2	0,777	0,1966	Valid
X2.3	0,849	0,1966	Valid
X2.4	0,879	0,1966	Valid
X2.5	0,723	0,1966	Valid
X2.6	0,743	0,1966	Valid

Data diolah : 2021

Dilihat tabel data hasil uji validitas variabel kepercayaan diatas, memperlihatkan keseluruhan instrumen pertanyaan kuesioner variabel tersebut yang terdiri dari X2.1 - X2.6 dapat kita lihat bahwa semuanya menghasilkan nilai $r_{hitung} >$ daripada r_{tabel} . Dan merujuk hasil pengamatan r -tabel didapatkan nilai sampel $(N) = (\text{Alpha}, n-2)$ atau $(100-2) = 98$ dengan tingkat signifikansi 0,05 adalah 0,1966. Sehingga dapat dikatakan bahwa semua instrumen jawaban variabel kepercayaan dinyatakan valid.

Tabel 4.6

Hasil uji validitas variable Kualitas Layanan

Item soal	r-hitung	r-tabel 5%	Keterangan
X3.1	0,753	0,1966	Valid
X3.2	0,779	0,1966	Valid
X3.3	0,806	0,1966	Valid
X3.4	0,862	0,1966	Valid
X3.5	0,869	0,1966	Valid
X3.6	0,833	0,1966	Valid
X3.7	0,809	0,1966	Valid
X3.8	0,810	0,1966	Valid

Data diolah : 2021

Dilihat tabel data hasil uji validitas variabel kualitas layanan diatas, memperlihatkan keseluruhan instrumen pertanyaan kuesioner variabel tersebut yang terdiri dari X3.1 – X3.8 dapat kita lihat bahwa semuanya menghasilkan nilai $r_{hitung} >$ daripada r_{tabel} . Dan merujuk hasil pengamatan r -

tabel didapatkan nilai sampel $(N) = (\text{Alpha}, n-2)$ atau $(100-2) = 98$ dengan tingkat signifikansi 0,05 adalah 0,1966. Sehingga dapat dikatakan bahwa semua instrumen jawaban variabel kualitas layanan dinyatakan valid.

Tabel 4.7

Hasil uji validitas variable Kepuasan Nasabah

Item soal	r-hitung	r-tabel 5%	Keterangan
Y1.1	0,807	0,1966	Valid
Y1.2	0,839	0,1966	Valid
Y1.3	0,864	0,1966	Valid
Y1.4	0,875	0,1966	Valid
Y1.5	0,860	0,1966	Valid

Data diolah : 2021

Dilihat tabel data hasil uji validitas variabel kepuasan nasabah diatas, memperlihatkan keseluruhan instrumen pertanyaan kuesioner variabel tersebut yang terdiri dari Y1 – Y5 dapat kita lihat bahwa semuanya menghasilkan nilai $r_{hitung} >$ daripada t_{tabel} . Dan merujuk hasil pengamatan r-tabel didapatkan nilai sampel $(N) = (\text{Alpha}, n-2)$ atau $(100-2) = 98$ dengan tingkat signifikansi 0,05 adalah 0,1966. Sehingga dapat dikatakan semua instrumen pertanyaan variabel kepuasan nasabah adalah valid.

4.3.2. Uji reliabilitas

Uji Realibilitas merupakan ukuran dari data yang mempunyai kestabilan dan konsiten dalam jawaban responden yang berkaitan dengan konstruk pertanyaan dalam menjawabnya. hal ini berkaitan dengan variable yang dalam bentuk angket atau kuesioner, uji realibilitas dilakukan bersamaan dengan semua butir soal. Pengukuran ini dilakukan dengan aplikasi *SPSS 22* dalam mengukur kerealibelan dengan uji statistik *cronbach alpha*, dengan karakteristik variable dikatakan reliable jika memberikan *cronbach alpha* > 0,60.

Tabel 4.8
Hasil uji Realibilitas

Variable	Nilai cronbach alpha	Standar Realibilitas	Keterangan
Komitmen Agama (X1)	0,844	0,60	Reliabel
Kepercayaan (X2)	0,877	0,60	Reliable
Kualitas Layanan (X3)	0,923	0,60	Reliable
Kepuasan Nasabah (Y1)	0,903	0,60	Reliable

Data diolah : 2021

Berdasarkan output dari hasil uji reliabilitas didapatkan bahwa semua hasil nilai variabel komitmen agama (X1), kepercayaan (X2), kualitas layanan (X3) dan Kepuasan nasabah (Y) didapatkan nilai Cronbach Alpha > 0,60. Sehingga dapat kita simpulkan keseluruhan instrument pada penelitian ini reliabel.

4.4. Analisis Statistik deskriptif

Statistik deskriptif yaitu analisis memaparkan dan mendeskripsikan sebuah data, dengan tujuan untuk menggambarkan yang digali dari data secara komprehensif menggunakan cara mendeskripsikan data. Salah satunya dengan dilakukan pengukuran nilai statistiknya seperti mean, standart deviasi. Data ini dihasilkan dari perhitungan kuesioner yang berhubungan dengan masing-masing variable yang diteliti.

Tabel 4.9
Statistik deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Komitmen Agama	100	34	50	44.18	3.688
Kepercayaan	100	18	30	25.20	2.821
Kualitas Layanan	100	24	40	32.69	4.126
Kepuasan Nasabah	100	15	25	20.87	2.377
Valid N (listwise)	100				

Data diolah : 2021

Berdasarkan tabel 4.9 diketahui analisis deskriptif sampel penelitian mengenai nilai minimum, nilai maksimum, mean, median, dan standar deviasi. Interpretasi dari tabel diatas adalah sebagai berikut :

- a. Komitmen Agama (X1) : Hasil analisis statistik deskriptif terhadap variable Komitmen agama menunjukkan nilai minimum 34, nilai maksimum 50, nilai mean sebesar 44,18 dan std deviasi 3,688.
- b. Kepercayaan (X2) : Hasil analisis statistik deskriptif terhadap variable Komitmen agama menunjukkan nilai minimum 18, nilai maksimum 30, nilai mean sebesar 25,20 dan std deviasi 2,821.
- c. Kualitas Layanan (X3) : Hasil analisis statistik deskriptif terhadap variable Komitmen agama menunjukkan nilai minimum 24, nilai maksimum 40, nilai mean sebesar 32,69 dan std deviasi 4,126.
- d. Kepuasan Nasabah (Y) : Hasil analisis statistik deskriptif terhadap variable Komitmen agama menunjukkan nilai minimum 15, nilai maksimum 25, nilai mean sebesar 20,87 dan std deviasi 2,377.

4.5.Hasil uji asumsi klasik

4.5.1. Uji normalitas data

Uji normalitas digunakan untuk mengukur data pada penelitian, apakah memiliki distribusi normal ataupun tidak. Terkait pengertian tersebut, maka dapat diartikan bahwa adanya pengujian normalitas tentu saja untuk melihat normal atau tidaknya variabel dalam suatu penelitian. Pengujian ini bisa dilakukan dengan memakai pendekatan Kolmogoro-Smirnov yang dibaurkan dengan kurva P-P Plots.

Kolmogorow-Smirnov mempunyai kriteria dalam pengambilan keputusan diantaranya yaitu :

- 1) Apabila signifikasi $< 0,05$, maka data memiliki distribusi tidak normal.
- 2) Apabila signifikasi $> 0,05$, maka data memiliki distribusi normal.

Tabel 4.10
Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.19160299
Most Extreme Differences	Absolute	.085
	Positive	.085
	Negative	-.075
Test Statistic		.085
Asymp. Sig. (2-tailed)		.069 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

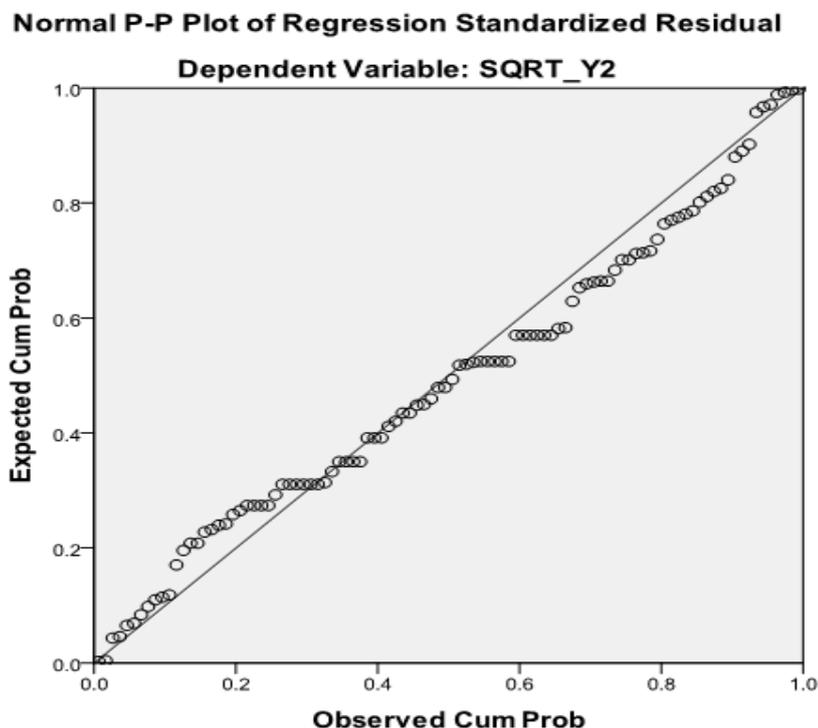
Data diolah : 2021

Dilihat tabel data hasil uji normalitas kolmogorov-smirnov yang ada diatas didapatkan data yang diuji memiliki distribusi normal dengan dibuktikannya dari semua nilai signifikansinya yang terdapat pada variabel Komitmen Agama (X1), Kepercayaan (X2), Kualitas Laynan (X3) dan Kepuasan Nasabah (Y) sebesar 0,69 yang berarti lebih tinggi daripada 0,5. sehingga bisa dikatakan data tersebut berdistribusi normal.

Selanjutnya untuk melihat data yang diuji memiliki distribusi normal ataupun tidak, maka bisa menggunakan uji grafik P-plot. Dikatakan normal apabila data (titik-titik) yang tersebar berada disekitar garis diagonal atau mengikuti arah garis.

Gambar 4.1

Uji normalitas



Data diolah :2021

Dilihat dari grafik P-Plot diatas, maka bisa dikatakan bahwa titik-titik tersebut atau data observasi tersebar disekitar garis diagonal (analisis) dan mengikuti arah garis diagonal. Bisa diartikan bahwa pola tersebut memiliki distribusi normal.

4.5.2.Uji Multikolinieritas

Uji ini dipakai dalam melihat model regresi yang ditemui adanya korelasi antar variabel bebas Dengan adanya uji ini maka dapat mempermudah peneliti dalam mengetahui atau melihat variabel bebas yang mempengaruhi variabel terikat.⁷²

Untuk melihat model regresi mengenai ada atau tidaknya multikolinieritas, maka peneliti bisa melihat dari beberapa hal antaralain :

- Apabila nilai VIF < 10, maka dikatakan bahwa model regresi terhindar multikolinieritas.

⁷² Agus Eko Sujianto, Aplikasi Statistik Dengan Spss 16.0, (Jakarta : Prestasi Pustaka Publisher, 2009) hal. 79

- Apabila nilai Tolerance > 0,1 maka dikatakan bahwa model regresi bebas multikolinieritas.

Tabel 4.11

Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.492	2.282		.654	.515		
	Komitmen Agama (X1)	.191	.059	.297	3.261	.002	.683	1.464
	Kepercayaan (X2)	.182	.082	.216	2.229	.028	.604	1.654
	Kualitas Layanan (X3)	.194	.049	.337	3.928	.000	.769	1.300

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah (Y)

Data diolah : 2021

Dilihat pada data hasil uji multikolinieritas yang ada diatas, didapatkan nilai VIF sebesar 1,464 untuk variabel Komitmen Agama, berikutnya nilai VIF sebesar 1,654 untuk variable Kepercayaan dan nilai VIF sebesar 1,300 untuk variable Kualitas Layanan. Bisa diartikan variable diatas tidak terjadi multikolinieritas, karena nilai VIFnya lebih besar dari 0,05. Selain itu, dapat dikatakan terbebas multikolinieritas dapat dilihat melalui nilai tolerance seluruh variabel yang ada di atas yaitu lebih besar 0,05. Sehingga bisa dikatakan bahwa dalam penelitian ini terbebas multikolinieritas.

4.5.3. Uji Heteroskedastisitas

Pengujian ini dipakai untuk melihat adakah penyimpangan asumsi klasik heterokedastisitas yakni dengan ketidaksesuaian varian residual seluruh model regresi yang telah diamati. Dapat dikatakan baik jika model regresi terhindar dari penyakit heterokedastisitas.

Pada penelitian ini, penulis melakukan pengujian heterokedastisitas lainnya yaitu uji Glejser dengan meregresikan nilai residual terhadap variabel independen. Jika signifikan < 5%, artinya ditemui penyakit heterokedastisitas. Sebaliknya apabila signifikan > 5%, artinya tidak ditemui penyakit heterokedastisitas.

Tabel 4.12
Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-.724	1.530		-.473	.637
Komitmen Agama (X1)	.047	.039	.145	1.191	.236
Kepercayaan (X2)	-.040	.055	-.094	-.729	.468
Kualitas Layanan (X3)	.029	.033	.099	.866	.389

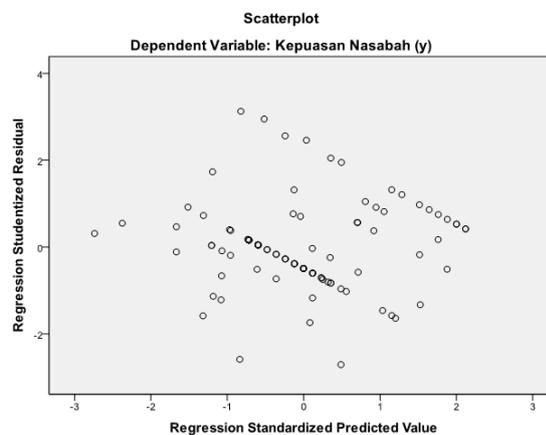
a. Dependent Variable: Abs_RES

Data diolah :2021

Dilihat dari data hasil uji heterokedastisitas yang ada dapat dilihat nilai signifikansi variabel Komitmen Agama (X1) sebesar 0,236 variabel Kepercayaan (X2) sebesar 0,468 variable Kualitas Layanan (X3) sebesar 0,389 dengan nilai signifikansi lebih besar dari 0,05. Yang diartikan model regresi komitmen agama, kepercayaan, kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah tidak terjadi masalah heterokedastisitas.

Gambar 4.2

Grafik scatterplot



Data diolah : 2021

Bedasarkan hasil grafik diatas terlihat titik-titik menyebar secara acak, tidak membentuk sebuah pola tertentu yang jelas atau teratur, secara titik tersebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y dengan demikian dapat dikatakan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas pada model regresi linier.

4.5.4. Uji Autokorelasi

Pengujian ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linier berganda ada korelasi antara kesalahan pada periode t-1 (sebelumnya). Persamaan regresi yang baik adalah yang tidak memiliki masalah autokorelasi, jika terjadi autokorelasi maka persamaan tersebut menjadi tidak baik atau layak untuk diprediksi.

Metode yang sering digunakan dalam penelitian adalah metode Durbin Watson dengan syarat $du < d < (4-du)$.

Tabel 4.13

Uji autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.676 ^a	.457	.440	1.779	2.195

a. Predictors: (Constant), KUALITAS LAYANAN (X3), KOMITMEN AGAMA (X1), KEPERCAYAAN(X2)

b. Dependent Variable: KEPUASAN NASABAH (Y)

Data diolah : 2021

Dari tabel diatas terdapat nilai d sebesar 2,195, nilai du sebesar 1,7364 dan nilai (4-du), sebesar 2,2848. Sedangkan normalnya uji Durbin Watson yaitu $du < d < (4-du)$. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi autokorelasi pada pola regresi sehingga model regresi layak dipakai.

4.6. Hasil uji hipotesis

4.6.1. Analisa Regresi linier berganda

Analisis yang digunakan untuk melihat bentuk dari hubungan antar variabel, apabila variabel dependennya hanya satu dan variabel independennya ada dua variabel.

Tabel 4 .14
Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.492	2.282		.654	.515
	KOMITMEN AGAMA (X1)	.191	.059	.297	3.261	.002
	KEPERCAYAAN (X2)	.182	.082	.216	2.229	.028
	KUALITAS LAYANAN (X3)	.194	.049	.337	3.928	.000

a. Dependent Variable: KEPUASAN NASABAH (Y)

data diolah : 2021

Berdasarkan tabel 4.16 hasil uji regresi linier berganda, diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut :

$$Y = 1,492 + 0,191 X1 + 0,182 X2 + 0,194 X3 + e$$

Dari persamaan regresi maka bisa dijabarkan sebagai berikut :

1. Konstanta :
 - a) Nilai konstanta sebesar 1,492 maka artinya Jika Komitmen Agama, Kepercayaan, Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah , maka Kepuasan nasabah memiliki nilai konstan sebesar 1,492.
 - b) Nilai koefisien variabel komitmen agama sebesar 0,191 yang artinya setiap 1 unit nilai X1 akan menambahkan nilai Y sebesar 0,191.
 - c) Nilai koefisien variabel kepercayaan sebesar 0,182 yang artinya setiap 1 unit nilai X2 akan menambahkan nilai Y sebesar 0,182.
 - d) Nilai koefisien variabel komitmen agama sebesar 0,194 yang artinya setiap 1 unit nilai X3 akan menambahkan nilai Y sebesar 0,194.
2. Koefisien regresi pada variable komitme agama (X1) sebesar 0,191 yang bernilai positif dengan nilai signifikansinya lebih kecil dari 0,05 yaitu bernilai 0,002. Maka hal ini dinyatakan bahwa variable komitmen agama berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.
3. Koefisien regresi pada variable kepercayaan (X2) sebesar 0,182 yang bernilai positif dengan nilai signifikansinya lebih kecil dari 0,05 yaitu

bernilai 0,028. Maka hal ini dinyatakan bahwa variable kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

4. Koefisien regresi pada variable kualitas layanan (X3) sebesar 0,194 yang bernilai positif dengan nilai signifikansinya lebih kecil dari 0,05 yaitu bernilai 0,000. Maka hal ini dinyatakan bahwa variable kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

4.6.2. Koefisien determinan (R²)

Koefisien determinasi (R²) adalah uji untuk melihat seberapa jauh atau kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen. Dikatakan baik jika kesesuaian regresi dilihat dari R² nya memiliki nilai antara 0 dan 1.

Tabel 4.15

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.676 ^a	.457	.440	1.779

a. Predictors: (Constant), KUALITAS LAYANAN (X3), KOMITMEN AGAMA (X1), KEPERCAYAAN (X2)

Data diolah : 2021

Dilihat tabel data hasil uji koefisien determinasi diatas, memperlihatkan nilai R *Square* (R²) sebesar 0,457 atau 45,70 %, sehingga mengandung arti terdapat pengaruh secara simultan variabel independent yakni komitmen agama (X1) dan kepercayaan (X2), kualitas layanan (X3) terhadap kepuasan nasabah sebesar 45,70%. Dan untuk sisanya sebesar 0.543 atau 54,30 % dijelaskan variabel lain diluar model penelitian ini.

4.6.3. Uji parsial (uji t)

Uji T test ini mempunyai tujuan melihat variabel dependen dan variabel independen apakah keduanya memiliki pengaruh secara parsial yang signifikan ataukah tidak. Jika nilai t hitung > daripada nilai t tabel, dapat diartikan bahwa

hipotesis diterima. Nilai t hitung bisa diperoleh dari sig $\alpha = 0,05$ dengan $df = n-k$.

Tabel 4, 16

Uji parsial

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.492	2.282		.654	.515
	KOMITMEN AGAMA (X1)	.191	.059	.297	3.261	.002
	KEPERCAYAAN (X2)	.182	.082	.216	2.229	.028
	KUALITAS LAYANAN (X3)	.194	.049	.337	3.928	.000

a. Dependent Variable: KEPUASAN NASABAH (Y)

data diolah : 2021

Dilihat tabel data hasil Uji T diatas menunjukkan bahwa :

1. Berdasarkan hasil regresi diatas menunjukkan komitmen agama memiliki koefisien positif dengan nilai t_{hitung} sebesar 3,261 dan tingkat signifikansi sebesar 0,002 lebih kecil dari 0,05, maka hipotesa 1 diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa komitmen agama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.
2. Berdasarkan hasil regresi diatas menunjukkan bahwa kepercayaan memiliki koefisien positif dengan nilai t_{hitung} sebesar 2,229 dan tingkat signifikansi sebesar 0,028 lebih kecil dari 0,05, maka hipotesa 2 diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.
3. Berdasarkan hasil regresi diatas menunjukkan kualitas layanan memiliki koefisien positif dengan nilai t hitung sebesar 3,928 dan tingkat signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05, maka hipotesa 3 diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

4.6.4. Uji simultan (uji F)

Uji F ini mempunyai tujuan melihat seluruh variabel independen mengenai sejauh mana dalam mempengaruhi variabel dependen secara simultan.

Tabel 4. 17

Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	255.356	3	85.119	26.884	.000 ^b
	Residual	303.954	96	3.166		
	Total	559.310	99			

a. Dependent Variable: KEPUASAN NASABAH (Y)

b. Predictors: (Constant), KUALITAS LAYANAN (X3), KOMITMEN AGAMA (X1), KEPERCAYAAN (X2)

Data diolah : 2021

Dilihat tabel data hasil Uji F yang diatas, Memperlihatkan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 maka sesuai dengan dasar pengambilan keputusan, maka variable komitmen agama, kepercayaan dan kualitas layanan berpengaruh simultan (bersama-sama) terhadap kepuasan nasabah.

4.7. Pembahasan

Pengaruh komitmen agama terhadap kepuasan nasabah

Berdasarkan hasil regresi diatas menunjukkan bahwa komitmen agama memiliki koefisien positif dengan nilai t hitung sebesar 3,261 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,002 lebih kecil dari 0,05, maka hipotesa 1 diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa komitmen agama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Menurut kasmir (2017) komitmen agama merupakan kepatuhan seseorang terhadap peraturan dan kebijakan. Achsien (2000) mengatakan bahwa komitmen agama memuat segala sesuatu yang terbaik yang diperlukan manusia untuk menentukan tujuan hidup. Agama memberikan kebahagiaan dan kesejahteraan, keadilan serta apa saja yang dibutuhkan oleh manusia. Komitmen agama merupakan suatu bentuk kepatuhan pada ajaran agama. penelitian ini sesuai dengan penelitian El Junusi (2009), Sari (2011) dan Sungkawa (2014) yang

menyatakan bahwa komitmen agama memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah yang artinya semakin tinggi derajat komitmen agama nasabah, semakin tinggi pula kepuasan yang dirasakan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin tinggi komitmen agama yang dimiliki oleh mahasiswa, maka akan tinggi pula kepuasan yang dirasakan oleh mahasiswa dalam menggunakan mobile banking BSI.

Pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan nasabah

Berdasarkan hasil regresi diatas menunjukkan bahwa kepercayaan memiliki koefisien positif dengan nilai t hitung sebesar 2,229 dan tingkat signifikansi sebesar 0,028 lebih kecil dari 0,05, maka hipotesa 2 diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Menurut Sumarwan (2011) kepercayaan adalah pengetahuan nasabah mengenai suatu objek, atribut dan manfaatnya. Berdasarkan konsep tersebut yang dimaksud dengan pengetahuan disini yaitu nasabah sangat terkait dengan pembahasan sikap karena pengetahuan nasabah adalah kepercayaan nasabah. Penelitian ini sejalan dengan penelitian Nawangsari dan Widiastuti (2018), Nora Dery Sofya dan Dedy Heriwibowo (2020), Heri setiawan dan Maria magdalena (2016) menyatakan bahwa kepercayaan memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah, jika kepercayaan yang dirasakan nasabah baik maka nasabah akan merasa puas. Artinya semakin tinggi tingkat kepercayaan, maka kepuasan nasabah akan meningkat.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat kepercayaan mahasiswa dengan menggunakan mobile banking BSI otomatis akan meningkatkan kepuasan yang dirasakan dan meningkatkan keinginan mahasiswa dalam menggunakan mobile banking.

Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah

Berdasarkan hasil regresi diatas menunjukkan bahwa kualitas layanan memiliki koefisien positif dengan nilai t hitung sebesar 3,928 dan tingkat signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05, maka hipotesa 3 diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Menurut Rangkuti (2002) kualitas layanan dipengaruhi oleh layanan yang dirasakan dan layanan yang diharapkan, bila layanan yang dirasakan lebih kecil daripada yang diharapkan maka nasabah menjadi tidak tertarik pada penyediaan layanan. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Nawangsari dan Widiastuti (2018), Nora Dery Sofya dan Dedy Heriwibowo (2020) yang menyatakan bahwa kualitas layanan memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah, jika kualitas layanan yang diberikan kepada nasabah baik maka nasabah akan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan pada pihak bank.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat kualitas layanan yang dirasakan mahasiswa, maka mahasiswa akan merasa puas dalam menggunakan mobile banking BSI dalam meringankan setiap transaksi yang dilakukan.

BAB V

KESIMPULAN

5.1. Kesimpulan

Setelah melihat hasil penelitian dan pembahasan penulis terkait pengaruh komitmen agama, kepercayaan dan kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah maka didapatkan kesimpulan oleh penulis sebagai berikut :

1. Variable komitmen agama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini dibuktikannya hasil uji parsial atau uji T yang memperlihatkan hasil t-hitung sebesar 3,261 dan nilai signifikansinya adalah $0,002 < 0.05$. Artinya semakin tinggi tingkat komitmen agama nasabah, semakin tinggi kepuasan yang dirasakan.
2. Variable kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini dibuktikannya hasil uji parsial atau uji T yang memperlihatkan hasil t-hitung sebesar 2,229 dan nilai signifikansinya adalah $0,028 < 0.05$. Artinya Semakin tinggi tingkat kepercayaan, maka kepuasan nasabah akan cepat meningkat
3. Variable kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini dibuktikannya hasil uji parsial atau uji T yang memperlihatkan hasil t-hitung sebesar 3,928 dan nilai signifikansinya adalah $0,000 < 0.05$. Artinya Semakin tinggi tingkat kualitas layanan yang diberikan, maka nasabah semakin puas.
4. Berdasarkan hasil uji koefisien Determinan memperlihatkan nilai *R Square* (R^2) sebesar 0,457 atau 45,70 %, sehingga mengandung arti terdapat pengaruh secara simultan variabel independent yakni komitmen agama (X1) dan kepercayaan (X2), kualitas layanan (X3) terhadap kepuasan nasabah sebesar 45,70%. Dan untuk sisanya sebesar 0.543 atau 54,30 % dijelaskan variabel lain diluar model penelitian ini.

5.2. Saran

Adapun saran yang bisa dilakukan untuk penelitian berikutnya adalah sebagai berikut :

1. Penelitian selanjutnya sebaiknya mencoba dengan menambahkan jumlah sampel dalam penelitiannya.
2. Penelitian selanjutnya hendaknya menambahkan beberapa variable lain yang dapat mempengaruhi kepuasan nasabah, karena dalam penelitian ini diketahui terdapat 45,70 % faktor-faktor lainnya yang mempengaruhi kepuasan nasabah seperti atribut produk Islam, kemudahan dan yang lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Achsien, Iggi H., (2000), "investasi syariah di pasar modal", Jakarta : Gramedia pustaka utama.
- Affandi, Arif.,(2020) '*Laporan Hasil Penelitian Individu Spiritual Well-Being Dan Komitmen Agama Di Perbankan Syariah : Analisis Terhadap Tingkat Kepuasan Dan loyalitas nasabah*', Semarang : Badan Penerbit UIN Walisongo.
- Anol Bhattachrejee,(2002). "*Individual Trust in online firms : scale development and intitial test, journal of mangement information systems*", Vol 19 No 1.
- Arikunto,S.(2002). "*Prosedur Suatu Penelitian : Pendekatan Praktek Edisi Revisi Kelima*". Jakarta : Rineka Cipta.
- Asep hermawan, husna leila yusron. (2017). "*penelitian bisnis pendekatan kuantitatif*", Jakarta : Kencana.
- Bell, Chip R dan Bilijack R. Bell. (2004). "*Magnetic Service 7 Rahasia Menciptakan Pelanggan Setia*". Bandung: Kaifa PT Mizan Pustaka.
- Chatra, Emeraldy dan Rulli Nasrullah. (2008). "*Public Relations Strategi Kehumasan Dalam Menghadapi Krisis*". Bandung: PT Salamadani Pustaka Semesta.
- Consuegra,et al. (2007) An integrated model of price.satisfaction and loyalty : An Emerald GroupPublishing limited journal of product and brand management.volume 5(13).
- Donni juni priansa. (2016) *Perilaku Konsumen dalam Pesaingan Bisnis kontemporer*, Bandung : Alfabeta.
- El Junusi, Rahman. 2009. *Pengaruh atribut produk islam, komitmen agama, kualitas jasa dan kepercayaan terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah bank syari'ah (pada bank muamalat kota semarang)*. Annual Conference. The 9th Annual Conference on Islamic Studies (ACIS)
- Fandi tjiptono. (2002). "*Service, Quality, Satification Edisi 3*". Yogyakarta:Andi.
- Fandi tjiptono. (2003) "*Total Quality Manajemen*", Yogyakarta:Andi.
- Fandi tjiptono. (2006) "*Manajemen Jasa*". Yogyakarta:Andi.
- Fandi Tjiptono. (2017). "*Service Managemenet : Mewujudkan Layanan Prima*" Yogyakarta:Andi.

- Fandy Tjiptono. (2002). *“persepektif Manajemen dan Pemasaran Kontemporer”*
Yogyakarta : Andi.
- Freedy Rangkuti. (2013). *“Customer Service Satisfisfaction & Call Center berdasarkan Iso 9001”*. Jakarta : Gramedia pustaka utama.
- Hermansyah. (2013). *“Hukum Perbankan Nasional Indonesia”*. Edisi 2. Jakarta:
Kencana Prenada Media Group.
- Ikatan Bankir Indonesia. (2014). *“Mengelola Kualitas Layanan Perbankan”*, Jakarta:
Gramedia Pustaka Utama.
- Imam Ghozali. (2011). *“Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Spss”*,
Semarang : Badan Penerbi Universitas Dponegoro.
- Istiqomah, N.(2004). *“Hubungan antara Religiusitas dan Kesiapan Untuk Memaafkan
Pada Mahasiswa yang beragama islam”*. Depok : Universitas Indonesia.
- Jalaludin H. (2015). *“Psikologi Agama”*, Jakarta :PT Rajagrafindo Persada.
- Kasmir. (2000). *“Manajemen Perbankan”*, Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Kasmir. (2017). *“customer service excellent teori dan praktik”*, Depok : Raja Grafindo
Persada.
- Kartika Marella Vanni, Riska Wijayanti, *Comparative of Development and
Performance Evaluation Sharia Microfinance Institutions in Indonesia. Al-
ARBAH : Journal Of Islamic Fianace And Banking Vol.1.No2,2020*,
(Semarang : Walisongo Stat Islamic University,2020)
- Kolter,Philip Dan Kevin L Keller. (2009) *“Manajemen Pemasaran. Ed 12 jilid 1”*.
Jakarta : PT Indeks.
- Kriyantono, Rachmat. (2008) *“Public Relations Writing”*. Jakarta: Kencana..
- Lexy Moelong. (2010). *“Metode Penelitian Bisnis”* Bandung : Alfabeta.
- Lovelock,Wright. (2007) *“Manajemen Pemasaran Jasa”*, Jakarta: indeks.
- M. Nur Rianto Al Arif. (2010). *“Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah”*. Bandung :
Allfabeta.
- Muammar Arafar Yusmad. (2018). *“Aspek Hukum Perbankan Syariah dari Teori ke
Praktik “*. Yogyakarta :Deepublish.
- Mubarok, A. (2004). *“Mengaji Islam: Dari Rasional Hingga Spiritual”*. Jakarta : Bina
Rena Prawira.

- Muhammad. (2004) *Etika Bisnis Islam*". Yogyakarta : unit penerbit dan percetakan akademi manajemen perusahaan YKPN.
- Muhammad. (2005) *Bank. "Syariah, Problem dan Praktek Perkembangan di Indonesia"*. Yogyakarta : Graha ilmu.
- Murti Sumarni. (2011). "*Manajemen Pemasaran Bank*". Yogyakarta: Liberty Yogyakarta.
- Nurudin, khoirul Anwar, Hidayaturrosyida, *Analisis Of The Effect Of Islamic Product Attributes, Servicescape, And Interpersonal Communications On Customer Satifaction Bank BTN Syariah KCPS semarang. AL-ARBAH : journal of slamic finance and banking, Vol.2.No2,2020*, (Semarang:Walisongo Stat Islamic University,2020)
- Oetomo, Budi S. D. (2006). "*Perencanaan dan Pengembangan Sistem Informasi. Ed 2*". Yogyakarta : Andi.
- Otoritas jasa keuangan. (2020). "*buletin riset kebijakan perbankan*". vol.2,No.1.
- Paloutzian, R.F. (1996). "*Invitation to the Psychology of Religion*". Massachusetts: Allyn and Bacon
- Rambat Lupiyadi dan A Hamdana. (2009). "*Manajemen Pemasaran Jasa*". Jakarta : Salemba Empat.
- Ratminto, Fidyah Shabrina, Rima Ranintya Yusuf, Lutfi Untung Angga Laksana, Sri Wahyuni, Susi Apriyanti. (2018). "*pelayanan prima : pedoman penerapan Momen Kritis Pelayanan A sampai Z*". Yogyakarta : UGM Press.
- Ridwansunarto. (2013). "*Pengantar Statistika*". Bandung : Alfabeta.
- Samuel, Hatane. 2012. "*Customer Relationship Marketing Pengaruhnya terhadap Kepercayaan dan Loyalitas Perbankan Nasional*". *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol.7, No.1.
- Sari, Armida. 2011. *Pengaruh Atribut Produk Islam, Komitmen Agama, Kualitas Jasa dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah PT. BPRS Puduarta Insani Tembung*. Tesis. Program Pascasarjana IAIN Sumatera Utara, Medan
- Sarjono Haryadi, Jualanita Winda. (2019). "*Spss Vs Liserel Sebuah Pengantar Aplikasi Untuk Riset*". Jakarta : Salemba Empat.

- Sugiyono. (2017). "*Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitati, kualitatif dan R&D*". Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). "*Statistik Untuk Penelitian*". Bandung : Alfabeta.
- Surahman, M Rachmat, Sudibyo Supardi (2016). "*Metodologi penelitian*". Jakarta : P2M2.
- Thomas S.Kaihatu,Achmad Daengs, dan Agoes Tinus Lis Indrianto. (2015) "*Manajemen Komplain*". Yogyakarta:Andi.
- Tim Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang. (2018). "Pedoman Penulisan Skripsi,Cet.1", Semarang : Basscom Creative.
- Ujang Sumarwan, Ahmad Jauzi, Asep Mulyana, Bagjo Nugraha Karno, Ponti Kurniawan Mawardi, dan Wahyu Nugroho. (2013). "Riset Pemasaran dan Konsumen, seri 1". Bogor: IPB Press.
- Wiratna Sujarweni. (2015). "*Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi*". Yogyakarta: Pustaka Baru Pres.

www.bankbsi.co.id (dikutip pada tanggal 26 februari 2021 pukul 08:00 WIB)

LAMPIRAN- LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

1. UJI VALIDITAS

a. Komitmen Agama (X1)

		Correlations										
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	SKOR TOTAL
X1.1	Pearson Correlation	1	.424**	.357**	.276**	.180	.379**	.490**	.280**	.487**	.206*	.655**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.006	.073	.000	.000	.005	.000	.040	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	.424**	1	.442**	.630**	.172	.436**	.301**	.268**	.426**	.314**	.678**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.086	.000	.002	.007	.000	.001	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	.357**	.442**	1	.469**	.418**	.350**	.229**	.420**	.312**	.286**	.627**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.022	.000	.002	.004	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	.276**	.630**	.469**	1	.186	.531**	.415**	.219*	.406**	.419**	.699**
	Sig. (2-tailed)	.006	.000	.000		.064	.000	.000	.029	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.5	Pearson Correlation	.180	.172	.418**	.186	1	.363**	.127	.435**	.103	.256**	.454**
	Sig. (2-tailed)	.073	.086	.000	.064		.000	.209	.000	.309	.010	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.6	Pearson Correlation	.379**	.436**	.350**	.531**	.363**	1	.598**	.251*	.499**	.485**	.766**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.012	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.7	Pearson Correlation	.490**	.301**	.229**	.415**	.127	.598**	1	.095	.560**	.199*	.664**
	Sig. (2-tailed)	.000	.002	.022	.000	.209	.000		.346	.000	.047	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.8	Pearson Correlation	.280**	.268**	.420**	.219*	.435**	.251*	.095	1	.241*	.522**	.538**
	Sig. (2-tailed)	.005	.007	.000	.029	.000	.012	.346		.016	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.9	Pearson Correlation	.487**	.426**	.312**	.406**	.103	.499**	.560**	.241*	1	.438**	.730**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.002	.000	.309	.000	.000	.016		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.10	Pearson Correlation	.206*	.314**	.286**	.419**	.256**	.495**	.199*	.522**	.438**	1	.632**
	Sig. (2-tailed)	.040	.001	.004	.000	.010	.000	.047	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
SKOR_TOTAL	Pearson Correlation	.655**	.678**	.627**	.699**	.454**	.766**	.664**	.538**	.730**	.632**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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

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

b. Kepercayaan (X2)

		Correlations						
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	SKOR TOTAL
X2.1	Pearson Correlation	1	.523**	.632**	.600**	.445**	.401**	.765**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	.523**	1	.632**	.692**	.409**	.443**	.777**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	.632**	.632**	1	.691**	.509**	.542**	.849**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.4	Pearson Correlation	.600**	.692**	.691**	1	.604**	.605**	.879**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.5	Pearson Correlation	.445**	.409**	.509**	.604**	1	.495**	.723**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.6	Pearson Correlation	.401**	.443**	.542**	.605**	.495**	1	.743**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
SKOR_TOTAL	Pearson Correlation	.765**	.777**	.849**	.879**	.723**	.743**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100

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

c. Kualitas Layanan (X3)

		Correlations								
		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3.8	SKOR_TOTAL
X3.1	Pearson Correlation	1	.592**	.475**	.587**	.568**	.499**	.535**	.617**	.753**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.2	Pearson Correlation	.592**	1	.554**	.661**	.552**	.470**	.498**	.577**	.779**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.3	Pearson Correlation	.475**	.554**	1	.637**	.770**	.704**	.593**	.581**	.806**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.4	Pearson Correlation	.587**	.661**	.637**	1	.741**	.728**	.666**	.597**	.862**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.5	Pearson Correlation	.568**	.552**	.770**	.741**	1	.815**	.656**	.616**	.869**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.6	Pearson Correlation	.499**	.470**	.704**	.728**	.815**	1	.701**	.611**	.833**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.7	Pearson Correlation	.535**	.498**	.593**	.666**	.656**	.701**	1	.695**	.809**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.8	Pearson Correlation	.617**	.577**	.581**	.597**	.616**	.611**	.695**	1	.810**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
SKOR_TOTAL	Pearson Correlation	.753**	.779**	.806**	.862**	.869**	.833**	.809**	.810**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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

d. Kepuasan Nasabah (Y)

		Correlations					
		Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	SKOR_TOTAL
Y1.1	Pearson Correlation	1	.568**	.671**	.615**	.574**	.807**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Y1.2	Pearson Correlation	.568**	1	.616**	.662**	.729**	.839**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Y1.3	Pearson Correlation	.671**	.616**	1	.742**	.634**	.864**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Y1.4	Pearson Correlation	.615**	.662**	.742**	1	.701**	.875**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Y1.5	Pearson Correlation	.574**	.729**	.634**	.701**	1	.860**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
SKOR_TOTAL	Pearson Correlation	.807**	.839**	.864**	.875**	.860**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

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

2. UJI RELIABILITAS

a. Komitmen Agama (X1)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.844	10

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	39.89	12.159	.536	.830
X1.2	39.72	12.446	.584	.825
X1.3	39.48	13.020	.541	.830
X1.4	39.61	12.442	.613	.823
X1.5	39.38	13.713	.348	.844
X1.6	39.60	11.980	.690	.815
X1.7	40.11	11.897	.536	.831
X1.8	39.40	13.374	.440	.838
X1.9	40.14	11.556	.622	.821
X110	39.48	12.454	.518	.831

b. Kepercayaan (X2)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.877	6

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	20.75	5.442	.644	.863
X2.2	20.59	5.557	.672	.858
X2.3	20.67	5.193	.766	.841
X2.4	20.74	5.346	.821	.835
X2.5	20.52	5.787	.605	.868
X2.6	20.68	5.472	.610	.870

c. Kualitas Layanan (X3)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.923	8

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X3.1	27.83	13.617	.674	.918
X3.2	28.26	12.396	.674	.924
X3.3	27.79	13.723	.749	.913
X3.4	27.90	13.101	.814	.907
X3.5	27.78	12.981	.822	.906
X3.6	27.74	13.588	.783	.910
X3.7	27.78	13.567	.750	.912
X3.8	27.87	13.407	.747	.912

d. Kepuasan Nasabah (Y)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.903	5

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1.1	16.09	4.669	.697	.894
Y1.2	16.12	4.632	.749	.884
Y1.3	16.17	4.405	.778	.877
Y1.4	16.23	4.482	.800	.873
Y1.5	16.15	4.371	.768	.879

3. STATISTIK DESKRIPTIF

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Komitmen Agama	100	34	50	44.18	3.688
Kepercayaan	100	18	30	25.20	2.821
Kualitas Layanan	100	24	40	32.69	4.126
Kepuasan Nasabah	100	15	25	20.87	2.377
Valid N (listwise)	100				

4. UJI ASUMSI KLASIK

a. Multikolinearitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.492	2.282		.654	.515		
	Komitmen Agama (X1)	.191	.059	.297	3.261	.002	.683	1.464
	Kepercayaan (X2)	.182	.082	.216	2.229	.028	.604	1.654
	Kualitas Layanan (X3)	.194	.049	.337	3.928	.000	.769	1.300

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah (Y)

b. Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

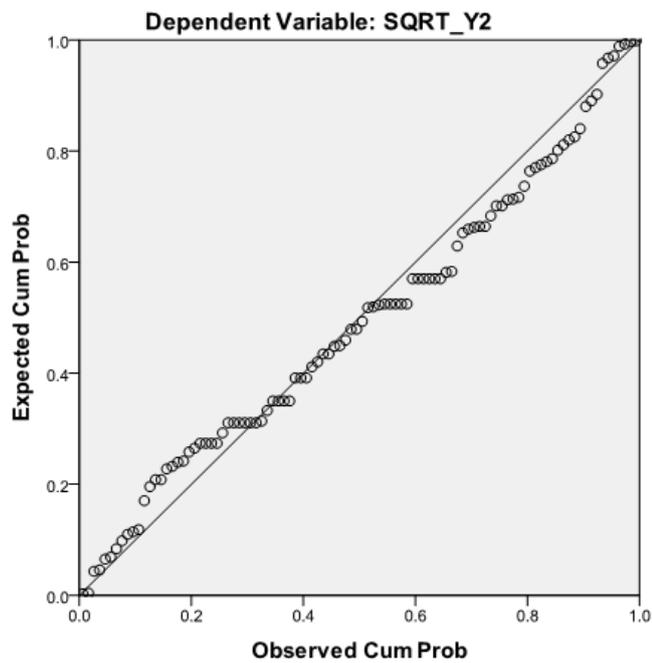
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.19160299
Most Extreme Differences	Absolute	.085
	Positive	.085
	Negative	-.075
Test Statistic		.085
Asymp. Sig. (2-tailed)		.069 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



c. Heteroskedastisitas

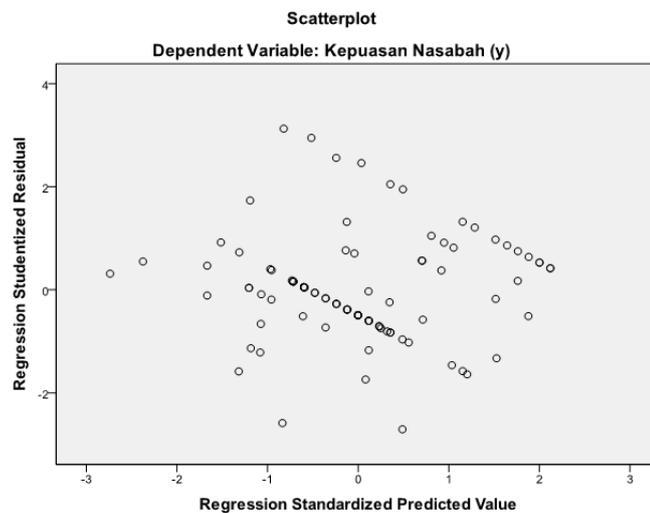
- Uji gladser

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.724	1.530		-.473	.637
	Komitmen Agama (X1)	.047	.039	.145	1.191	.236
	Kepercayaan (X2)	-.040	.055	-.094	-.729	.468
	Kualitas Layanan (X3)	.029	.033	.099	.866	.389

a. Dependent Variable: Abs_RES

- Uji dengan scatterplot



d. Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.676 ^a	.457	.440	1.779	2.195

a. Predictors: (Constant), KUALITAS LAYANAN (X3), KOMITMEN AGAMA (X1), KEPERCAYAAN(X2)

b. Dependent Variable: KEPUASAN NASABAH (Y)

5. UJI REGRESI LINIER BERGANDA

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.492	2.282		.654	.515
	KOMITMEN AGAMA (X1)	.191	.059	.297	3.261	.002
	KEPERCAYAAN (X2)	.182	.082	.216	2.229	.028
	KUALITAS LAYANAN (X3)	.194	.049	.337	3.928	.000

a. Dependent Variable: KEPUASAN NASABAH (Y)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	255.356	3	85.119	26.884	.000 ^b
	Residual	303.954	96	3.166		
	Total	559.310	99			

a. Dependent Variable: KEPUASAN NASABAH (Y)

b. Predictors: (Constant), KUALITAS LAYANAN (X3), KOMITMEN AGAMA (X1), KEPERCAYAAN (X2)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.676 ^a	.457	.440	1.779

a. Predictors: (Constant), KUALITAS LAYANAN (X3), KOMITMEN AGAMA (X1), KEPERCAYAAN (X2)

KUESIONER PENELITIAN

PETUNJUK PENGISIAN

Berilah tanda (x atau \surd) pada kolom yang sesuai dengan pendapat anda atas pernyataan di bawah ini:

Keterangan:

1. STS = Sangat tidak setuju
2. TS = Tidak Setuju
3. R = Ragu – ragu
4. S = Setuju
5. SS = Sangat Setuju

IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama :
2. Jenis Kelamin :
 - a) Laki-Laki
 - b) Perempuan
3. Fakultas :
4. Jurusan :
5. Angkatan :

NO	PERNYATAAN	SS	S	R	TS	STS
	Komitmen Agama					
1.	Saya sering mengunjungi tempat ibadah untuk melaksanakan ibadah					
2.	Saya selalu menjalankan perintah Allah untuk menjadi orang baik					
3.	Saya memperoleh ketenangan lahir batin dengan menjalankan syariat islam					
4.	Saya menjalankan kegiatan keagamaan dalam islam					

5.	Saya percaya bahwa keyakinan yang saya anut merupakan suatu kebenaran.					
6.	Saya berusaha meningkatkan kesadaran nilai-nilai syariat islam dalam kehidupan sehari-hari saya.					
7.	Saya sering berpartisipasi dalam kegiatan keagamaan di lingkungan saya.					
8.	Saya yakin bahwa Allah selalu perhatian dengan saya dalam situasi apapun.					
9.	Saya selalu beramal disetiap acara keagamaan.					
10.	Saya sangat bahagia ketika bersama Allah					
	Kepercayaan					
1.	Bank Syariah Indonesia memiliki kemampuan untuk menyediakan produk dan jasa yang berkualitas.					
2.	Pihak bank melindungi informasi personal dan kebiasaan bertransaksi melalui <i>mobile banking</i>					
3.	Bank Syariah Indonesia mengutamakan kepentingan nasabah.					
4.	Bank Syariah Indonesia memberikan fasilitas yang sesuai dengan apa yang dijelaskan mengenai <i>mobile banking</i> .					
5.	Bank Syariah Indonesia memberikan bukti transaksi kepada nasabah setelah bertransaksi.					
6.	BSI Mobile memberikan manfaat yang maksimal sesuai kebutuhan anda					
	Kualitas layanan					

1.	Aplikasi BSI Mobile merupakan perangkat yang sangat handal (dapat diandalkan)					
2.	Aplikasi BSI Mobile tidak pernah mengalami kegagalan					
3.	Customer Service memberikan informasi yang nasabah butuhkan dengan jelas.					
4.	Layanan BSI Mobile dapat diakses dengan cepat.					
5.	Semua data yang di proses melalui BSI mobile dapat dipercaya dan tidak akan disalah gunakan pihak bank.					
6.	Transaksi dana di BSI Mobile dapat dipercaya.					
7.	Bank Syariah Indonesia memiliki jam pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan nasabah.					
8.	BSI Mobile memberikan layanan yang didukung sarana dan prasarana lingkungan sekitar					
Kepuasan nasabah						
1.	Pelayanan yang diberikan oleh bank syariah indonesia sesuai dengan keinginan nasabah.					
2.	Kinerja pelayanan yang diterima oleh nasabah bank syariah Indonesia sangat baik.					
3.	Pegawai Bank Syariah Indonesia memiliki pengetahuan yang luas tentang informasi yang dibutuhkan nasabah.					
4.	Pegawai Bank Syariah Indonesia sangat cepat dalam memberikan pelayanan kepada nasabah.					
5.	Produk yang dimiliki oleh Bank Syariah Indonesia kualitasnya sangat bagus.					

DATA PENELITIAN

NO	KOMITMEN AGAMA										SKOR	NO	KEPERCAYAAN						SKOR
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10			1	2	3	4	5	6	
1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	1	4	4	4	4	4	4	24
2	4	5	5	5	5	5	4	4	5	4	46	2	5	5	5	5	5	5	30
3	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	48	3	4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	43	4	4	4	4	4	4	4	24
5	3	3	4	3	4	4	3	5	4	5	38	5	4	4	4	4	5	4	25
6	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	47	6	5	5	5	5	5	5	30
7	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	7	4	4	4	4	4	4	24
8	4	4	5	4	5	5	4	5	3	5	44	8	4	4	4	4	4	4	24
9	4	4	4	4	5	4	4	5	3	4	41	9	4	4	4	4	4	4	24
10	5	4	4	4	5	5	4	5	5	5	46	10	5	5	5	5	5	5	30
11	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	49	11	5	5	5	5	5	5	30
12	4	4	5	4	5	5	4	5	4	5	45	12	4	4	4	4	4	4	24
13	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	46	13	4	4	4	4	4	4	24
14	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	14	5	5	5	5	5	5	30
15	4	5	5	5	4	4	4	5	4	5	45	15	4	4	4	4	4	4	24
16	4	4	5	4	5	4	3	5	4	4	42	16	4	4	4	4	4	4	24
17	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	17	5	5	5	5	5	5	30
18	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	43	18	4	4	4	4	4	4	24
19	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	48	19	4	4	4	4	4	4	24
20	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	46	20	4	4	4	4	4	4	24
21	3	4	4	4	4	4	4	4	3	5	39	21	3	3	3	3	3	3	18
22	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	46	22	4	4	4	4	4	4	24
23	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	23	4	4	4	4	4	4	24
24	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	44	24	4	4	4	4	4	4	24
25	5	4	5	5	5	4	3	5	4	5	45	25	5	5	5	5	5	5	30
26	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	47	26	4	4	4	4	4	4	24
27	4	4	5	5	5	5	4	5	4	5	46	27	4	4	4	4	4	4	24
28	5	4	4	4	5	5	4	5	4	5	45	28	4	5	5	5	5	5	29
29	4	5	4	4	5	5	4	5	4	5	45	29	4	4	4	4	4	4	24
30	2	4	4	5	5	4	2	4	4	5	39	30	4	4	4	4	5	5	26
31	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	31	4	4	4	4	4	4	24
32	4	3	4	4	5	4	4	4	3	4	39	32	4	4	3	3	4	4	22
33	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	47	33	4	4	4	4	4	4	24
34	2	4	4	4	5	4	2	5	3	5	38	34	4	4	4	4	4	4	24
35	4	4	5	4	5	5	4	4	3	4	42	35	4	4	4	4	4	4	24
36	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	43	36	4	4	4	4	4	4	24
37	5	5	5	5	5	5	4	5	3	5	47	37	4	4	4	4	5	4	25
38	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	49	38	4	4	4	4	4	4	24
39	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	47	39	4	4	4	4	4	4	24
40	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	49	40	5	5	5	5	5	5	30
41	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	41	5	5	5	5	5	5	30
42	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	48	42	5	5	5	5	5	5	30
43	4	4	5	4	5	4	4	5	3	5	43	43	4	4	4	4	4	4	24
44	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	47	44	4	4	4	4	5	5	26
45	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	47	45	4	4	4	4	4	4	24
46	5	4	4	5	4	5	5	4	4	4	44	46	3	4	3	3	4	4	21
47	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	41	47	4	4	4	4	4	4	24
48	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	45	48	5	4	5	4	5	4	27
49	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	41	49	4	4	4	4	4	4	24
50	4	4	5	5	4	5	4	5	5	4	45	50	4	4	5	4	5	4	26

51	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	49	51	4	5	5	4	5	5	28
52	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5	45	52	4	5	4	4	4	5	26	
53	4	4	5	4	5	5	4	5	4	5	45	53	4	4	4	4	4	4	24	
54	3	4	5	5	5	4	4	5	4	5	44	54	4	3	3	4	5	4	23	
55	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	47	55	4	4	4	4	4	5	25	
56	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	43	56	5	5	5	5	5	5	30	
57	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	47	57	4	5	4	5	5	28	
58	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	49	58	4	4	4	4	4	4	24	
59	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	49	59	5	5	5	5	5	5	30	
60	4	4	5	4	5	4	3	5	4	5	43	60	4	4	4	4	3	3	22	
61	4	4	5	4	5	4	3	5	4	5	43	61	3	3	4	3	4	4	21	
62	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	40	62	3	4	4	4	4	4	23	
63	3	5	5	5	5	5	3	5	3	5	44	63	4	4	4	4	4	4	24	
64	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	48	64	4	5	5	5	5	5	29	
65	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	49	65	4	4	4	4	4	4	24	
66	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	66	5	5	5	5	5	5	30	
67	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	67	5	5	5	5	5	5	30	
68	4	4	5	3	5	4	3	5	4	5	42	68	4	4	3	3	4	2	20	
69	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	41	69	4	4	4	4	4	4	24	
70	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	41	70	4	4	4	4	4	4	24	
71	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	71	4	4	4	4	4	4	24	
72	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	42	72	4	4	4	4	4	4	24	
73	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	45	73	4	4	4	4	4	4	24	
74	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	74	4	4	4	4	4	4	24	
75	4	5	5	5	4	4	3	4	4	5	43	75	4	5	4	4	4	4	25	
76	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	37	76	4	4	4	4	4	4	24	
77	4	5	5	5	4	4	3	5	4	5	44	77	4	5	4	4	4	4	25	
78	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	39	78	4	4	4	4	4	4	24	
79	2	3	4	4	5	4	4	4	1	3	34	79	2	4	3	4	4	4	21	
80	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	80	4	4	4	4	4	4	24	
81	3	4	4	5	4	4	3	4	3	4	38	81	4	4	4	4	4	4	24	
82	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	42	82	4	4	4	4	4	3	23	
83	4	4	5	5	5	5	4	5	4	5	46	83	4	4	4	4	4	4	24	
84	4	4	5	5	5	5	4	5	4	5	46	84	4	4	4	4	4	4	24	
85	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	41	85	4	4	4	4	4	4	24	
86	4	4	4	4	3	3	4	5	3	4	38	86	3	4	3	3	3	4	20	
87	4	5	4	4	5	5	3	5	3	5	43	87	4	5	4	3	4	3	23	
88	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	42	88	4	4	4	4	4	5	24	
89	5	5	5	4	5	4	4	5	5	4	46	89	4	5	5	4	4	4	26	
90	5	3	5	4	5	4	4	5	3	5	43	90	5	5	5	5	5	5	30	
91	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	49	91	5	5	5	5	5	5	30	
92	4	4	5	4	5	4	4	5	4	5	44	92	3	4	3	4	4	3	21	
93	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	46	93	5	4	5	4	5	5	28	
94	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	47	94	4	4	4	4	4	4	24	
95	5	4	4	4	5	4	3	5	3	5	42	95	5	5	5	5	5	5	30	
96	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	48	96	4	4	4	4	4	4	24	
97	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	97	5	5	5	5	5	5	30	
98	4	5	5	5	5	4	4	5	4	5	46	98	4	4	4	4	4	4	24	
99	3	3	4	4	4	3	2	4	3	5	35	99	4	4	4	4	4	4	24	
100	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	48	100	5	5	5	5	5	5	30	

NO	KUALITAS LAYANAN								SKOR	NO	KEPUASAN NASABAH					SKOR
	1	2	3	4	5	6	7	8			1	2	3	4	5	
1	4	4	4	4	4	4	4	4	32	1	4	4	4	4	4	20
2	4	4	5	4	4	4	5	4	34	2	5	4	5	4	5	23
3	4	4	4	4	4	4	4	4	32	3	4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	20
5	4	3	3	3	4	4	4	4	29	5	4	4	3	4	4	19
6	5	5	5	5	5	5	5	5	40	6	5	5	5	5	5	25
7	4	4	4	4	4	4	4	4	32	7	4	4	4	4	4	20
8	4	4	4	4	4	4	4	4	32	8	4	4	4	4	4	20
9	4	4	4	4	4	4	4	4	32	9	4	4	4	4	4	20
10	5	5	5	5	5	5	5	5	40	10	5	5	5	5	5	25
11	4	4	5	4	5	5	4	5	36	11	5	5	4	4	5	23
12	4	4	4	4	4	4	4	4	32	12	4	4	4	4	4	20
13	4	4	4	4	4	4	4	4	32	13	4	4	4	4	4	20
14	4	4	4	4	4	4	4	4	32	14	4	4	4	4	4	20
15	4	4	4	4	4	4	4	4	32	15	4	4	4	4	4	20
16	4	4	4	4	4	4	4	4	32	16	4	4	4	4	4	20
17	5	5	5	5	5	5	5	5	40	17	5	5	5	5	5	25
18	4	4	4	4	4	4	4	4	32	18	4	4	4	3	4	19
19	5	5	5	5	5	5	5	5	40	19	4	4	4	4	4	20
20	4	4	4	4	4	4	4	4	32	20	4	4	4	4	4	20
21	4	4	4	4	4	4	4	4	32	21	4	4	4	4	4	20
22	4	4	4	4	4	4	4	4	32	22	4	4	4	4	4	20
23	4	4	4	4	4	4	4	4	32	23	4	4	4	4	4	20
24	4	4	4	4	4	4	4	4	32	24	4	4	4	4	4	20
25	4	4	4	4	4	4	4	4	32	25	4	4	4	4	4	20
26	4	4	4	4	4	4	4	4	32	26	4	4	4	4	4	20
27	4	4	4	4	4	4	4	4	32	27	4	4	4	4	4	20
28	5	3	4	3	4	4	3	3	29	28	4	4	3	3	4	18
29	4	4	4	4	4	4	4	4	32	29	4	4	4	4	4	20
30	4	2	4	4	5	5	4	4	32	30	4	4	3	4	4	19
31	5	5	5	5	5	5	5	5	40	31	4	4	4	4	4	20
32	3	2	4	3	4	4	4	3	27	32	4	4	4	3	3	18
33	4	4	4	4	4	4	4	4	32	33	4	4	4	4	4	20
34	4	4	4	4	4	4	4	4	32	34	4	4	4	4	4	20
35	5	5	5	5	5	5	5	5	40	35	4	4	4	4	4	20
36	3	1	4	3	3	3	4	4	25	36	4	4	3	4	4	19
37	4	4	5	5	5	5	4	4	36	37	5	4	4	4	4	21
38	4	4	4	4	4	4	4	4	32	38	4	4	4	4	4	20
39	4	4	4	4	4	4	4	4	32	39	4	4	4	4	4	20
40	5	5	5	5	5	5	5	5	40	40	5	5	5	5	5	25
41	4	4	4	4	4	4	4	4	32	41	5	5	5	5	5	25
42	5	4	5	5	5	5	5	5	39	42	5	5	5	5	4	24
43	4	4	4	4	4	4	4	4	32	43	4	4	4	4	4	20
44	5	4	4	4	5	5	5	5	37	44	5	5	5	5	4	24
45	4	4	4	4	4	4	4	4	32	45	4	4	4	4	4	20
46	3	3	4	4	4	4	4	4	30	46	5	5	5	5	5	25
47	4	3	3	3	3	4	4	4	28	47	4	4	3	3	3	17
48	5	4	5	4	5	4	5	4	36	48	5	4	5	4	5	23
49	4	4	4	4	4	4	4	4	32	49	4	4	4	4	4	20
50	4	4	4	5	5	4	4	4	34	50	4	4	4	4	5	21

51	4	4	4	4	4	4	4	4	32	51	5	5	5	4	5	24
52	4	2	4	4	4	4	4	4	30	52	4	5	5	4	4	22
53	4	3	4	4	4	4	4	4	31	53	5	5	5	5	5	25
54	4	3	3	4	3	4	3	3	27	54	4	3	4	4	4	19
55	4	4	4	4	4	4	4	4	32	55	4	4	4	4	4	20
56	4	4	4	4	4	4	4	4	32	56	4	4	4	4	4	20
57	4	5	4	5	5	5	5	3	36	57	4	5	5	5	5	24
58	4	4	4	4	4	4	4	4	32	58	4	4	4	4	4	20
59	4	4	4	4	4	4	4	4	32	59	4	4	4	4	4	20
60	3	3	4	4	4	4	3	3	28	60	3	4	4	4	4	19
61	3	3	3	3	3	3	3	3	24	61	4	4	4	4	3	19
62	4	3	3	4	3	4	4	4	29	62	5	5	4	4	4	22
63	4	4	4	4	4	4	4	4	32	63	4	4	4	4	4	20
64	5	4	4	5	5	5	5	5	38	64	4	4	4	4	5	21
65	4	4	4	4	4	4	4	4	32	65	5	5	5	5	5	25
66	5	5	5	5	5	5	5	5	40	66	5	5	5	5	5	25
67	5	2	4	5	5	5	5	4	35	67	5	5	5	5	5	25
68	5	5	5	5	5	5	5	5	40	68	5	5	5	5	5	25
69	4	4	4	4	4	4	4	4	32	69	4	4	4	4	4	20
70	4	4	4	4	4	4	4	4	32	70	4	4	4	4	4	20
71	4	4	4	4	4	4	4	4	32	71	4	4	4	4	4	20
72	4	4	4	4	4	4	4	4	32	72	4	4	4	4	4	20
73	4	4	4	4	4	4	4	4	32	73	4	4	4	4	4	20
74	4	4	4	4	4	4	4	4	32	74	4	4	4	4	4	20
75	4	4	4	4	4	4	4	5	33	75	5	5	4	4	5	23
76	4	4	4	4	4	4	4	4	32	76	4	4	3	4	3	18
77	4	4	5	4	5	4	4	4	34	77	4	5	4	4	4	21
78	4	4	4	4	4	4	4	4	32	78	3	3	3	3	3	15
79	3	3	4	3	3	3	2	3	24	79	4	3	4	3	3	17
80	4	4	4	4	4	4	4	4	32	80	4	4	4	4	4	20
81	3	3	4	4	4	4	4	3	29	81	3	3	4	3	3	16
82	4	4	4	4	4	4	4	4	32	82	4	4	4	4	4	20
83	4	4	4	4	4	4	4	4	32	83	4	4	4	4	4	20
84	3	3	3	3	3	3	3	3	24	84	4	4	4	4	4	20
85	4	4	4	4	4	4	4	4	32	85	4	4	4	4	4	20
86	3	3	3	3	3	3	3	3	24	86	4	4	3	3	4	18
87	5	5	5	5	5	5	5	5	40	87	5	5	5	5	5	25
88	5	5	5	5	5	5	5	5	40	88	4	4	3	3	3	17
89	5	5	4	4	4	4	5	5	36	89	5	4	5	5	4	23
90	5	5	5	5	5	5	5	5	40	90	5	5	5	5	5	25
91	5	5	5	5	5	5	5	5	40	91	5	5	5	5	5	25
92	3	3	4	3	4	4	3	3	27	92	4	3	3	3	4	17
93	3	3	3	3	3	3	3	3	24	93	5	5	5	5	5	25
94	5	3	4	4	4	4	4	4	32	94	4	4	4	3	4	19
95	4	3	4	3	4	4	4	4	30	95	4	4	4	5	5	22
96	3	3	3	3	3	3	3	3	24	96	4	4	4	4	4	20
97	5	5	5	5	5	5	4	4	38	97	4	5	5	4	5	23
98	4	4	4	4	4	4	4	4	32	98	4	4	4	4	4	20
99	4	4	4	4	4	4	4	4	32	99	4	4	4	4	4	20
100	5	5	5	5	5	5	5	5	40	100	5	5	5	5	5	25

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. IDENTITAS PENULIS

Nama : Ardhea Regita Fitriana
Tempat, Tanggal Lahir : Kudus 26 Februari 1999
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Alamat : Pasuruhan lor Jati Kudus
Status : Belum Menikah
Kewarganegaraan : Indonesia
Telepon/No. HP : 08562764738
Email : ardeaardea6@yahoo.com

B. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. MI (2005-2011) : MI NU 01 Purwosari Kudus
2. MTS (2011-2014) : MTs NU MU'ALLIMAT Kudus
3. MA (2014-2017) : MA MU'ALLIMAT NU Kudus
4. S1 (2017-2021) : Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang