

**PENGARUH KEMUDAHAN, KEPERCAYAAN, DAN RISIKO PENGGUNAAN *MOBILE BANKING* TERHADAP KEPUASAN NASABAH BANK SYARIAH INDONESIA (Studi Pada Nasabah Bank Syariah Indonesia Cabang Pembantu Kota Gubug, Grobogan)**

**SKRIPSI**

**Disusun Untuk Memenuhi Tugas dan Melengkapi Syarat  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata S.1  
dalam Ilmu Perbankan Syariah**



Disusun Oleh :

**ALL GHANIYYU WAHYU SURYANTI**

**1805036080**

**S1 Perbankan Syariah**

**Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG**

**Tahun 2022**



KEMENTERIAN AGAMA RI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Prof. Dr. Hamka (kampus III) Ngaliyan Telp/Fax (024) 7601291, 7624691, Semarang. Kode Pos 50185

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp : 4 (Empat) eksemplar

Hal : Naskah Skripsi

An. All Ghaniyyu Wahyu Suryanti

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Walisongo Semarang

*Assalamu'alaikum Wr. Wb*

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

Nama : All Ghaniyyu Wahyu Suryanti

NIM : 1805036080

Jurusan : S1 Perbankan Syariah

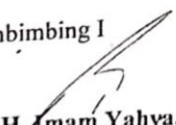
Judul Skripsi : PENGARUH KEMUDAHAN, KEPERCAYAAN, DAN  
RESIKO PENGGUNAAN MOBILE BANKING TERHADAP  
KEPUASAN NASABAH BANK SYARIAH INDONESIA (  
STUDI KASUS KCP GUBUG )

Dengan ini kami mohon kiranya skripsi saudara tersebut dapat segera dimunaqosahkan. Demikian harap menjadi maklum.

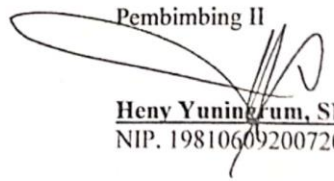
*Wassalamu'alaikum Wr.Wb.*

Semarang, 1 September 2022

Pembimbing I

  
Dr. H. Amam Yahya, M.Ag.  
NIP.197004101995031001

Pembimbing II

  
Heny Yuningsum, SE., M.Si.  
NIP. 1981060920072005



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Prof. Dr. Hamka (kampus III) Ngaliyan Telp/Fax. (024) 7624691 Semarang 50185

PENGESAHAN

Naskah skripsi dengan:

Judul : Pengaruh Kemudahan, Kepercayaan, Dan Resiko Penggunaan *Mobile Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Kota Gubug)  
Nama : All Ghaniyyu Wahyu Suryanti  
NIM : 1805036080  
Jurusan : S1 Perbankan Syariah

Telah diujikan dalam sidang munaqasyah oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang dan dinyatakan lulus pada tanggal 21 September 2022.

Dengan demikian dapat diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana Strata 1 (satu) Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam tahun akademik 2021/2022.

Semarang, 27 September 2022

Ketua Sidang

Kartika Marella Vanni, S.S.T, M.E.

NIP.199304212019032028

Sekretaris Sidang

Heny Yuningrum, SE., M.Si.

NIP.19810609 200710 2005

Penguji I

Septiana Na'afi, SHL,MSL.

NIP. 198909242019032018

Penguji II

Arif Afendi,SE.,M.Sc

NIP. 198505262015031002

Pembimbing I

Dr. H. Imam Yahya, M.Ag

NIP.197004101995031003

Pembimbing II

Heny Yuningrum, SE., M.Si.

NIP.19810609 200710 2005



## MOTTO

**“Semua yang berhasil pasti memerlukan proses dan perjuangan yang tidak mudah”**

وَلَنَبْلُوَنَّكُمْ بِشَيْءٍ مِّنَ الْخَوْفِ وَالْجُوعِ وَنَقْصٍ مِّنَ الْأَمْوَالِ وَالْأَنْفُسِ وَالثَّمَرَاتِ ۗ وَبَشِّرِ الصَّابِرِينَ

**Dan Kami pasti akan menguji kamu dengan sedikit ketakutan, kelaparan, kekurangan harta, jiwa, dan buah-buahan. Dan sampaikanlah kabar gembira kepada orang-orang yang sabar,**

**“everything will be okai if Allah always in our life”**

## PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirabbil'alamiin segala puji bagi Allah SWT tuhan semesta alam yang telah melimpahkan rahmat, hidayah, serta inayahnya kepada penulis, sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini. Karya tulis sederhana ini saya persembahkan kepada :

1. Orang tua yang penulis paling sayangi dan cintai yaitu Bapak Riyanto dan Ibu Surati. Terimakasih banyak telah mendengarkan keluh kesah saya selama menjalani proses perkuliahan dan selalu memberikan dukungan moril maupun materil. Skripsi ini merupakan bentuk ucapan terimakasih penulis kepada beliau atas segala hal yang telah diberikan, dan juga bentuk tanggung jawab selama menjalani proses perkuliahan. Terimakasih banyak atas rasa cinta kasih yang telah diberikan tanpa batas.
2. Kepada adik saya tercinta Olivia yang selalu menjadi teman saya ketika bersistirahat sejenak dari skripsi.
3. Kepada tante, om, sepupu dan seluruh saudara saya yang memotivasi saya untuk segera menyelesaikan skripsi saya.
4. Kepada ibu Heny Yuningrum S.E.,M.Si selaku dosen wali penulis.
5. Kepada Bapak Dr. H. Imam Yahya M.Ag dan Ibu Heny Yuningrum S.E.,M.Si. yang sudah membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi.
6. Kepada sahabat – sahabat saya Mumu, Sun, Toriq, Sekar, Ainun, Farah, dan Zakiya yang selalu menemani dan mensupport saya dalam menyelesaikan skripsi.
7. Kepada teman – teman kerja saya Sylvi, Eka, Daffa yang selalu menemani saya ketika mengerjakan skripsi.
8. Kepada pihak – pihak terkait dari lembaga yang membantu saya memperoleh data yang tidak dapat saya sebutkan satu – persatu.
9. *The last one for myself. Thank you for sticking around so far. Thank you for trying your best in completing the thesis.*

## DEKLARASI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : All Ghaniyyu Wahyu Suryanti  
NIM : 1805036080  
Jurusan : S1 Perbankan Syariah  
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam  
Judul Skripsi : Pengaruh Kemudahan, Kepercayaan, Dan Resiko Penggunaan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia ( Studi Kasus Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Kota Gubug, Grobogan)

Dengan penuh kesadaran dan tanggung jawab, penulis meyakini bahwa skripsi ini tidak berisi materi yang ditulis, dimuat, maupun diterbitkan sebelumnya. Demikian juga skripsi ini tidak dibuat dengan mengambil karya orang lain, kecuali yang terdapat dalam referensi yang dijadikan bahan rujukan.

Semarang, 9 September 2022

Deklarasi



All Ghaniyyu Wahyu Suryanti

180503680

## PEDOMAN TRANSLITERASI

Sesuai dengan Surat Keputusan Bersama Menteri Agama RI dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI Nomor 158/1987 dan 0543b/U/1987 tanggal 22 Januari 1988, tentang transliterasi Arab-Latin sebagai berikut:

### A. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus. Berikut ini daftar huruf Arab yang dimaksud dan transliterasinya dengan huruf latin:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ṡa	ṣ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Ḍal	Ḍ	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er

ظ	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
سین	Syin	Sy	es dan ye
ك	Ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ك	Ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	`ain	`	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We



اَ	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	=	Apostrof
يَ	Ya	Y	Ye

## B. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau *monoftong* dan vokal rangkap atau *diftong*.

### 1. Vokal Tunggal

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

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
اَ	Fathah	A	a
اِ	Kasrah	I	i
اُ	Dammah	U	U

### 2. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf sebagai berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
اَ اِ ..	Fathah dan ya	Ai	a dan u
اَ اِ ..	Fathah dan wau	Au	a dan u

### C. Maddah

*Maddah* atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda sebagai berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
· .. ' .. ·	Fathah dan alif atau ya	Ā	a dan garis di atas
· , ·	Kasrah dan ya	Ī	i dan garis di atas
· .. ʰ	Dammah dan wau	Ū	u dan garis di atas

### D. Ta' Marbutah

Transliterasi untuk ta' marbutah ada dua, yaitu:

1. Ta' marbutah hidup

Ta' marbutah hidup atau yang mendapat harakat fathah, kasrah, dan dhammah, transliterasinya adalah -tl.

2. Ta' marbutah mati

Ta' marbutah mati atau yang mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah -hl.

3. Kalau pada kata terakhir dengan ta' marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta' marbutah itu ditransliterasikan dengan -hl.

### E. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tandasyaddah atau tanda tasydid, ditransliterasikan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

### F. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ʰ , namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas:

1. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf -ll diganti dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

## 2. Kata sandang yang diikuti huruf qamariyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditransliterasikan dengan sesuai denganaturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

Baik diikuti oleh huruf syamsiyah maupun qamariyah, kata sandang ditulis terpisah darikata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanpa sempang.

### **G. Hamzah**

Hamzah ditransliterasikan sebagai apostrof. Namun hal itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Sementara hamzah yang terletak di awal kata dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

### **H. Penulisan Kata**

Pada dasarnya setiap kata, baik fail, isim maupun huruf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan, maka penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

### **I. Huruf Kapital**

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya: huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

### **J. Tajwid**

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan Ilmu Tajwid.

Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

## ABSTRAK

Perkembangan teknologi yang sangat mempermudah transaksi di dunia perbankan syariah untuk menarik nasabah adalah dengan adanya teknologi elektronik *Banking*. Dengan aplikasi tersebut bank dapat menawarkan pelayanan yang mudah dan cepat. Kemudahan, kepercayaan dan risiko penggunaan *Mobile Banking* pasti berpengaruh kepada kepuasan nasabah dari Bank Syariah Indonesia. Untuk mengetahui pengaruh kemudahan, kepercayaan dan risiko penggunaan *Mobile Banking* terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia, penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif. Kuantitatif merupakan jenis penelitian menurut paradigmanya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah variable kemudahan, kepercayaan, dan risiko berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan *Mobile Banking* Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Gubug. Variable Kemudahan dan Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan *Mobile Banking*. Sedangkan variable risiko berpengaruh negative dan tidak signifikan. Bagi pihak Bank Syariah Indonesia diharapkan dapat memperbaiki system *Mobile Banking* dan meminimalisir terjadinya error pada *Mobile Banking*.

**Kata kunci : kepercayaan, kemudahan, risiko, kepuasan nasabah, *Mobile Banking*.**

## **ABSTRAC**

*The development of technology that greatly facilitates transactions in the world of Islamic Banking to attract customers is the existence of electronic Banking technology. With this application, banks can offer easy and fast services. The ease, trust and risk of using Mobile Banking will definitely affect customer satisfaction from Bank Syariah Indonesia. To determine the effect of convenience, trust and risk of using Mobile Banking on customer satisfaction of Bank Syariah Indonesia, this study uses a quantitative research approach. Quantitative is a type of research according to its paradigm. This study aims to determine whether the variables of convenience, trust, and risk affect customer satisfaction in using Mobile Banking at Bank Syariah Indonesia at the Gubug Branch Office. The Ease and Trust variables have a positive and significant effect on customer satisfaction in using Mobile Banking. While the risk variable has a negative and insignificant effect. For Bank Syariah Indonesia, it is expected to be able to improve the Mobile Banking system and minimize the occurrence of errors in Mobile Banking*

*Keywords: trust, convenience, risk, customer satisfaction, Mobile Banking.*

## KATA PENGANTAR

**Assalamu'alaikum Wr. Wb**

Segala puja dan puji syukur kita panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan nikmat, rahmat, dan karunia-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan tugas akhir skripsi yang berjudul “**Pengaruh Kemudahan, Kepercayaan dan Risiko Penggunaan *Mobile Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Gubug**” Serta tak lupa shalawat serta salam kita haturkan kepada uswah, qudwah kita Nabi Muhammad SAW, kepada keluarganya, sahabatnya juga kepada pengikutnya sampai akhir dunia ini.

Penulian karya tulis ilmiah skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) pada program studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Walisongo Semarang. Dalam penyusunan dan penulisan skripsi ini banyak pihak yang terlibat dalam memberikan bimbingan dan arahan, serta kritik saran kepada penulis sehingga penulis mampu menyelesaikan tugas akhir ini. Maka dari itu dengan kerendahan hati dan keikhlasan, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Imam Taufiq M.Ag., selaku Rektor UIN Walisongo Semarang
2. Bapak Dr. H. Muhammad Saifullah, M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Walisongo Semarang yang telah memberikan dedikasi yang membanggakan.
3. Ibu Heny Yuningrum, SE., M.Si selaku Ketua Jurusan S1 Perbankan Syariah UIN Walisongo Semarang.
4. Bapak Dr. H. Imam Yahya, M.Ag. selaku Pembimbing I yang telah memberikan arahan, bimbingan, kritik, saran dan waktu kepada penulis skripsi ini.

5. Ibu Heny Yuningrum, SE., M.Si selaku Pembimbing II yang telah memberikan arahan, bimbingan, kritik, saran dan waktu kepada penulis skripsi ini.
6. Ibu Heny Yuningrum, SE., M.Si selaku dosen wali yang telah memberikan arahan, bimbingan, kritik, saran dan waktu kepada penulis skripsi ini dari awal perkuliahan hingga sekarang.
7. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis selama menuntut ilmu di kampus.
8. Kedua orang tua, saudara, dan keluarga besar yang telah memberikan doa, semangat, dorongan, dan motivasi sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini.
9. Sahabat-sahabat yang selalu mendukung, motivasi serta doa kepada penulis sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi dengan lancar.
10. Teman-teman jurusan S1 Perbankan Syariah UIN Walisongo Semarang angkatan 2018, khususnya PBAS-B terima kasih atas kebersamaan dan kenangan indah selama penulis menempuh pendidikan.
11. Dan seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang dengan tulus selalu memberikan doa, semangat dan motivasi sehingga skripsi ini terselesaikan.

Penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak. Penulis sadar skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Dengan kerendahan hati dan keikhlasan penulis berharap dengan segala kekurangan yang ada pada skripsi ini mampu menjadi bahan pembelajaran generasi berikutnya agar mampu menyusun skripsi dengan baik dan benar.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb



Semarang, 6 September 2022

Penulis

All Ghaniyyu Wahyu Suryanti

## DAFTAR ISI

	Halaman
PERSETUJUAN PEMBIMBING .....	Error! Bookmark not defined.
PENGESAHAN.....	Error! Bookmark not defined.
MOTTO.....	iv
PERSEMBAHAN.....	v
DEKLARASI .....	Error! Bookmark not defined.
PEDOMAN TRANSLITERASI.....	vii
A. Konsonan .....	vii
B. Vokal .....	ix
1. Vokal Tunggal.....	ix
2. Vokal Rangkap.....	ix
<b>C. Maddah</b> .....	x
D. Ta' Marbutah.....	x
E. Syaddah (Tasydid).....	x
G. Hamzah .....	xi
H. Penulisan Kata.....	xi
I. Huruf Kapital .....	xi
J. Tajwid.....	xi
ABSTRAK .....	xiii
<i>ABSTRAC</i> .....	xiv
KATA PENGANTAR .....	xv
DAFTAR ISI .....	xviii
DAFTAR TABEL.....	xxii
DAFTAR GAMBAR .....	xxiii
LAMPIRAN .....	xxiv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN .....	1
<b>1.1. Latar Belakang</b> .....	1
<b>1.2. Rumusan Masalah</b> .....	10
<b>1.3. Tujuan Penulisan</b> .....	10
<b>1.4. Manfaat Penelitian</b> .....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	13

<b>2.1. Landasan Teori</b> .....	13
<b>2.1.1. Theory of Planned Behaviour</b> .....	13
<b>2.1.2. Mobile Banking</b> .....	14
<b>2.1.3. Kepercayaan</b> .....	20
<b>2.1.4. Persepsi Risiko</b> .....	25
<b>2.1.5. Kemudahan</b> .....	27
<b>2.1.6. Persepsi Kepuasan Nasabah</b> .....	28
<b>2.2. Penelitian Terdahulu</b> .....	35
<b>2.3. Kerangka Berpikir</b> .....	41
<b>Gambar 2.1</b> .....	41
<b>Kerangka Berpikir</b> .....	41
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	44
<b>1.1. Ruang Lingkup Penelitian</b> .....	44
<b>3.2. Jenis Penelitian</b> .....	44
<b>3.3. Populasi dan Sampel</b> .....	44
<b>3.4. Teknik Pengambilan Sampling</b> .....	45
<b>3.5. Metode Pengumpulan Data</b> .....	46
<b>3.6. Penilaian Kualitas Variabel</b> .....	47
<b>Tabel 3.1</b> .....	47
<i>Skala Likert</i> .....	47
<b>3.7. Definisi Bivariabel</b> .....	47
<b>Tabel 3.2.</b> .....	48
<b>Definisi Bivariabel</b> .....	48
<b>3.8. Teknik Analisis Data</b> .....	50
1. Uji Validitas .....	50
2. Uji Reliabilitas.....	50
3. Uji Asumsi Klasik .....	50
<b>3.9. Uji Hipotesis</b> .....	51
2.4.1.1.1. Uji Regresi Linier Berganda .....	51
3. Uji Parsial (Uji t) .....	52
4. Uji Simultan (Uji F).....	53

5. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	53
BAB IV .....	54
GAMBARAN UMUM DAN PEMBAHASAN .....	54
<b>5.1. Gambaran Umum Objek penelitian.....</b>	<b>54</b>
<b>5.1.1. Sejarah Bank Syariah Indonesia .....</b>	<b>54</b>
<b>5.1.2. Visi Misi Bank Syariah Indonesia .....</b>	<b>55</b>
<b>Gambar 4.1.....</b>	<b>56</b>
<b>Struktur Organisasi .....</b>	<b>56</b>
<b>5.2. Gambaran Umum Responden.....</b>	<b>59</b>
<b>Tabel 4.1 .....</b>	<b>60</b>
<b>Tabel Pekerjaan Responden .....</b>	<b>60</b>
<b>Tabel 4.3 .....</b>	<b>61</b>
<b>Jenis Kelamin Responden .....</b>	<b>61</b>
<b>5.3. Analisis Data dan Interpretasi data.....</b>	<b>61</b>
<b>Tabel 4.4 .....</b>	<b>62</b>
<b>Hasil Uji Validitas .....</b>	<b>62</b>
<b>Tabel 4.5 .....</b>	<b>63</b>
<b>Hasil Uji Reliabilitas .....</b>	<b>63</b>
<b>Tabel 4.6 .....</b>	<b>64</b>
<b>Hasil Uji Normalitas .....</b>	<b>64</b>
<b>Gambar 4.2.....</b>	<b>65</b>
<b>Uji Normalitas dengan melihat diagram Histogram.....</b>	<b>65</b>
<b>Tabel 4.7 .....</b>	<b>65</b>
<b>Hasil Uji Multikolinearitas .....</b>	<b>65</b>
<b>Tabel 4.8 .....</b>	<b>66</b>
<b>Hasil Uji Heteroskedastisitas .....</b>	<b>66</b>
<b>Tabel 4.9 .....</b>	<b>67</b>
<b>Hasil Uji Analisis Regresi Liner Berganda.....</b>	<b>67</b>
<b>4.10.....</b>	<b>71</b>
<b>Hasil Uji Simultan F.....</b>	<b>71</b>
<b>Tabel 4.11 .....</b>	<b>71</b>

<b>Hasil Uji Koefisien Dererminasi .....</b>	<b>71</b>
<b>5.4. Pembahasan .....</b>	<b>72</b>
BAB V.....	75
PENUTUP .....	75
<b>5.1 Kesimpulan .....</b>	<b>75</b>
<b>5.2 Saran .....</b>	<b>76</b>
Daftar Pustaka.....	77
<b>LAMPIRAN 1. KUESIONER PENELITIAN.....</b>	<b>80</b>
<b>LAMPIRAN 2. MATRIKS TABULASI DATA .....</b>	<b>85</b>
<b>LAMPIRAN 3. OUTPUT SPSS .....</b>	<b>99</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 3.1 <i>Skala Likert</i> .....	47
Tabel 3.2. Definisi Bivariabel.....	48
Tabel 4.1 Tabel Pekerjaan Responden .....	60
Tabel 4.2 Usia Responden .....	60
Tabel 4.3 Jenis Kelamin Responden .....	61
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas .....	62
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas.....	63
Tabel 4.6 Hasil Uji Normalitas .....	64
Tabel 4.7 Hasil Uji Multikolinearitas.....	65
Tabel 4.8 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	66
Tabel 4.9 Hasil Uji Analisis Regresi Liner Berganda.....	67
Tabel 4.10 Hasil Uji Simultan F .....	71
Tabel 4.11 Hasil Uji Koefisien Dererminasi .....	71

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir.....	41
Gambar 4.1 Struktur Organisasi .....	56
Gambar 4.2 Uji Normalitas dengan melihat diagram Histogram .....	65

## LAMPIRAN

LAMPIRAN 1. KUESIONER PENELITIAN .....	80
LAMPIRAN 2. MATRIKS TABULASI DATA.....	85
LAMPIRAN 3. OUTPUT SPSS .....	99



# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Ekonomi islam di Indonesia masih terus mengalami perkembangan selaras dengan lembaga keuangan perbankan syariah di Indonesia. Dilihat dari segi agama yang ada di Indonesia, islam merupakan agama yang mayoritas di Indonesia. Dengan jumlah islam yang mayoritas di Indonesia pastinya selalu ada hukum islam di Negara ini. Dengan adanya hukum – hukum islam yang berlaku di masyarakat merupakan peluang besar bagi ekonomi islam, khususnya bagi perbankan syariah untuk menarik para nasabah terutama nasabah muslim di Indonesia. Hukum dan aturan tentang perbankan syariah tertera dalam al-quran<sup>1</sup>. Dinamika perkembangan perbankan syariah terus menanjak. Begitupun dengan pembiayaan dalam bank syariah juga terus naik secara signifikan. Berdasarkan data yang dilihat dari Bank Indonesia, jumlah unit perbankan syariah terus meningkat seiring berjalanya waktu. Pada tahun 2007 jumlah unit perbankan syariah menunjukkan jumlah sebesar 728 kantor<sup>2</sup> kemudian terhitung per April 2022 menjadi 2.748 unit kantor.<sup>3</sup>

Sejak bergabungnya tiga bank syariah terbesar di Indonesia membuat dunia perbankan syariah di Indonesia semakin maju. Dengan bergabungnya ketiga bank tersebut akan memperkuat benteng perbankan dengan prinsip syariah di Indonesia. Bank besar tersebut antara lain Bank Syariah Mandiri, Bank Negara Indonesia Syariah (BNIS), dan Bank Rakyat Indonesia Syariah (BRIS) yang bermarger menjadi Bank Syariah Indonesia (BSI). Bergabungnya tiga bank syariah besar ini pastilah memiliki dampak dan kemajuan bagi dunia perbankan syariah,

---

<sup>1</sup> Irfan Nurhadi Harish. Pengaruh Kepercayaan Nasabah Dan Kualitas Layanan *Mobile Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah. *Skripsi. Uin Syarif Hidayatullah Jakarta*. 2017.

<sup>2</sup> Maltuf Fitri. *Prinsip Kesyariahan Dalam Pembiayaan Syariah*. Semarang. 2015. Jurnal Ekonomica. Hal. 57

<sup>3</sup> [www.Ojk.go.id](http://www.Ojk.go.id)

antara lain nasabah lebih mudah dalam melakukan kegiatan perbankan karena banyak kantor cabang pembantu yang tersebar dengan jarak yang tidak terlalu jauh, ketiga bank ini juga merupakan bank yang banyak digunakan oleh masyarakat sehingga sudah pasti nasabah dari bank ini menjadi satu kesatuan setelah merger, Bank ini juga merupakan BUMN yang pastinya profitnya akan berpengaruh kepada Negara. Merger nya bank ini juga berpengaruh besar terhadap inklusi dan literasi bagi masyarakat tentang bank syariah. Selain itu dengan bergabungnya ketiga bank ini semakin memuat banyak pilihan akad dan produk sehingga nasabah dapat menyesuaikan produk apa yang sedang dibutuhkan. Penggunaan akad dan produk yang sesuai dengan syariah islam juga dapat menarik perhatian masyarakat Indonesia yang mayoritas rakyatnya beragama muslim, sehingga umat muslim tidak khawatir lagi dengan ketidakhalalan produk atau sesuatu yang tidak sesuai dengan syariah islam. Karena Bank Syariah Indonesia bercuan pada peraturan OJK dan juga Fatwa DSN MUI. Merger juga memberikan jaringan yang luas untuk Bank Syariah Indonesia, memberikan modal yang tidak terlalu besar namun menghasilkan profit yang tinggi sehingga membantu para nasabah yang memiliki umkm untuk penyaluran dana yang lebih murah, terciptanya skala ekonomi dimana skala ekonomi perusahaan menjadi lebih besar dari sebelumnya.<sup>4</sup>

Pada kehidupan sehari-hari seseorang tidak akan terlepas dari kegiatan transaksi. Dalam sebuah transaksi dibutuhkan uang sebagai alat transaksi yang dipergunakan bagi kedua belah pihak. Akan tetapi pada kondisi saat ini transaksi yang dilakukan kerap berbeda dengan masa dahulu. Saat ini berbagai usaha perbankan memudahkan nasabah untuk melaksanakan transaksi. Dengan teknologi yang semakin canggih, dapat dilaksanakan

---

<sup>4</sup> Maya Qorri aina, 'ANALISIS PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN, KEPERCAYAAN DAN KEAMANAN TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN E-BANKING PADA BANK UMUM SYARIAH', *Skripsi UIN Walisongo*, 2019, 105.

transaksi melalui media elektronik sehingga nasabah tidak harus mendatangi bank untuk bertransaksi.<sup>5</sup>

Perkembangan teknologi merupakan suatu hal tidak dapat dihindari pada kehidupan saat ini mengingat teknologi yang terus berkembang sejalan dengan kemajuan ilmu pengetahuan. Selain kemajuan teknologi saat ini berbagai usaha terus berinovasi dalam memberi manfaat serta kemudahan. Selain itu teknologi juga mendorong lahirnya budaya baru yang revolusioner. Saat ini manusia telah dapat memanfaatkan berbagai hal yang dibawa oleh teknologi yang sudah tercipta sejak satu dekade terakhir. Terlebih lagi pada masa globalisasi ini, penguasaan teknologi menjadi prestise serta pendorong kemajuan sebuah negara. Sebuah negara dinyatakan maju jika tingkat penguasaan teknologinya tinggi.<sup>6</sup>

Perkembangan perbankan syariah juga didukung dengan adanya perkembangan di bidang industri teknologi. Perkembangan teknologi sangat mempengaruhi jangkauan jaringan nasabah. Seiring berjalannya perkembangan zaman perbankan syariah juga menciptakan kemudahan dalam pelayanan dan kemudahan bagi nasabah. Dengan berbagai adanya kemudahan teknologi akan semakin mendorong lembaga keuangan untuk berinovasi dan menghasilkan produk yang dapat memenuhi kebutuhan masyarakat saat ini.

Dengan adanya produk dan layanan yang sesuai kebutuhan nasabah akan membuat nasabah merasa puas dengan produk yang dihasilkan oleh lembaga perbankan syariah. *Mobile Banking* merupakan salah satu iklan elektronik yang memiliki layanan yang berisi tentang pemberitahuan

---

5 Syamsul Hadi,Novi. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan *Mobile Banking*. *Optimum: Jurnal Ekonomi Dan Pembangunan*.5.1.2015.55 <<https://doi.org/10.12928/optimum.v5i1.7840>>.

6 Cita Sary Djaakum, 'Peer to Peer Lending Against Ease of Business Technology Acceptance Model (TAM) Approach'. *Economica:Jurnal Ekonomi Islam*.10.2 (2019).217–38 <<https://doi.org/10.21580/economica.2019.10.2.3476>>.

dengan *smart phone* atau tanpa menggunakan perantara kabel demi memudahkan *aktivitas* perbankan<sup>7</sup>

Persaingan antara lembaga keuangan antara bank syariah dan konvensional menyebabkan era baru dalam perbankan. Semakin banyaknya lembaga keuangan mengakibatkan semakin kompetitif dan ketatnya persaingan di industri keuangan. Di era sekarang ini, perkembangan bisnis keuangan khususnya lembaga keuangan *bergenre* syariah banyak diminati oleh masyarakat. Mereka percaya bahwa lembaga keuangan berdasarkan prinsip agama atau syariah akan lebih baik karena mereka menggunakan sistem bagi hasil dan menggunakan perjanjian yang mengikuti syariah dan keyakinan agama<sup>8</sup>

Perkembangan teknologi yang sangat mempermudah transaksi di dunia perbankan syariah untuk menarik nasabah adalah dengan adanya teknologi elektronik *Banking*. Dengan aplikasi tersebut bank dapat menawarkan pelayanan yang mudah dan cepat. Layanan *E Banking* menawarkan berbagai macam jenis layanan antara lain : sms *Banking*, internet *Banking*, call *Banking*, ATM dan *Mobile Banking*. *Mobile Banking* merupakan salah satu dari *e Banking* yang banyak diminati nasabah. Dengan banyak fitur dan kemudahan yang ditawarkan oleh aplikasi ini sangat berpengaruh besar terhadap minat nasabah untuk memakai produk atau layanan yang ditawarkan oleh pihak bank. *Mobile Banking* juga memberikan layanan yang mudah dalam bertransaksi dimana nasabah lebih mudah untuk melakukan transfer dengan cepat dan dapat dilakukan setiap saat, tidak seperti kliring yang membutuhkan waktu beberapa jam untuk sampai kepada rekening yang dikirimkan. Kemudahan ini sangat

---

7 Ni Dewi, I Warmika. Peran Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat Dan Persepsi Risiko Terhadap Niat Menggunakan *Mobile Commerce* Di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Unud* Vol 5 No 4

8 Arif Afendi, Abdul Ghofur. Spiritual Well-Being and Religious Commitment in Explaining Customer Satisfaction and Loyalty in Sharia *Banking*. *Economica: Jurnal Ekonomi Islam*. 2021. 97–118 <<https://doi.org/10.21580/economica.2021.12.1.6429>>.

bermanfaat untuk para nasabah yang memiliki kesibukan dan juga mobilitas yang tinggi. *Fitur – fitur* ini dapat digunakan setiap saat dan setiap kali butuh tanpa harus menunggu bank buka terlebih dahulu. Banyak sekali *fitur* yang ditawarkan dan dapat digunakan selama 24 jam. *Fitur* yang dapat digunakan dalam aplikasi tersebut antara lain transfer, pembelian pulsa hp dan listrik, perubahan pin, informasi saldo, jumlah tagihan dan masih banyak lagi. Untuk dapat menggunakan *fitur – fitur* yang ditawarkan tersebut, nasabah hanya perlu menggunakan *smart phone* dan paket data untuk mengakses *Mobile Banking*<sup>9</sup>. Kemudahan yang diberikan oleh *Mobile Banking* juga selaras dengan prinsip hidup muslim dimana Allah akan memudahkan urusan seorang muslim yang mempermudah urusan muslim lain, seperti yang tertera dalam hadis

عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ، عَنِ النَّبِيِّ ﷺ قَالَ: «مَنْ نَفَسَ عَنْ مُؤْمِنٍ كُرْبَةً مِنْ كُرْبِ الدُّنْيَا، نَفَسَ اللَّهُ عَنْهُ كُرْبَةً مِنْ كُرْبِ يَوْمِ الْقِيَامَةِ. وَمَنْ يَسَّرَ عَلَى مُعْسِرٍ، يَسِّرَ اللَّهُ عَلَيْهِ فِي الدُّنْيَا وَالْآخِرَةِ. وَمَنْ سَتَرَ مُسْلِمًا سَتَرَهُ اللَّهُ فِي الدُّنْيَا وَالْآخِرَةِ. وَاللَّهُ فِي عَوْنِ الْعَبْدِ مَا كَانَ الْعَبْدُ فِي عَوْنِ أَخِيهِ

وَمَنْ سَلَكَ طَرِيقًا يَلْتَمِسُ فِيهِ عِلْمًا سَهَّلَ اللَّهُ لَهُ بِهِ طَرِيقًا إِلَى الْجَنَّةِ

وَمَا اجْتَمَعَ قَوْمٌ فِي بَيْتٍ مِنْ بُيُوتِ اللَّهِ يَتْلُونَ كِتَابَ اللَّهِ وَيَتَدَارَسُونَ بَيْنَهُمْ إِلَّا نَزَلَتْ عَلَيْهِمُ السَّكِينَةُ، وَغَشِيَتْهُمْ الرَّحْمَةُ، وَخَفَّتْهُمُ الْمَلَائِكَةُ، وَذَكَرَهُمُ اللَّهُ فِيمَنْ عِنْدَهُ، وَمَنْ بَطَأَ بِهِ عَمَلُهُ لَمْ يُسْرَعْ بِهِ نَسَبُهُ» رَوَاهُ مُسْلِمٌ بِهَذَا اللَّفْظِ

Artinya: Dari Abu Hurairah radhiyallahu ‘anhu, dari Nabi shallallahu ‘alaihi wa sallam bersabda, “*Barangsiapa yang menghilangkan kesusahan dari kesusahan-kesusahan dunia orang mukmin, maka Allah akan menghilangkan kesusahan dari kesusahan-kesusahan hari kiamat. Barangsiapa yang memberi kemudahan orang yang kesulitan (utang), maka Allah akan memberi kemudahan baginya di dunia dan akhirat. Siapa yang menutup aib seorang muslim, maka Allah akan menutup aibnya di dunia dan di akhirat. Siapa saja yang menolong saudaranya, maka Allah akan menolongnya sebagaimana ia menolong saudaranya. Barangsiapa yang menempuh perjalanan dalam rangka menuntut ilmu, maka Allah akan memudahkan baginya jalan menuju surga. Tidaklah berkumpul*

<sup>9</sup> Nurhadi Irfan. *Pengaruh Kepercayaan Nasabah Dan Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah*. 2017.

*sekelompok orang di salah satu rumah Allah (masjid) untuk membaca Kitabullah dan saling mempelajarinya di antara mereka, melainkan akan turun kepada mereka ketenangan, rahmat meliputinya, para malaikat mengelilinginya, dan Allah menyanjung namanya kepada Malaikat yang ada di sisi-Nya. Barangsiapa yang lambat amalannya, maka tidak akan bisa dikejar oleh nasabnya (garis keturunannya yang mulia).” (HR. Muslim dengan lafal ini) [HR. Muslim, no. 2699]*

Dengan adanya berbagai macam risiko yang ditimbulkan maka pihak bank memerlukan adanya kotak keluhan nasabah. Dimana nasabah dapat menyampaikan keluh kesahnya terhadap kekurangan bank dan juga menanyakan hal yang tidak nasabah pahami tentang sitem *Mobile Banking* dan juga layanan bank tersebut. Bank Syariah Indonesia telah memberikan kotak keluhan dan juga tempat pertanyaan bagi nasabah yang memiliki masalah. Kotak keluhan ada pada website Bank Syariah Indonesia sendiri yang dinamakan “AISYAH”, Aisyah merupakan situs yang dapat diakses oleh nasabah untuk menyampaikan keluh kesah nasabah kepada pihak bank melalui *call center* dan via chat. Kemudian pada aplikasi *Mobile Banking* nasabah dapat menggunakan menu bantuan apabila mengalami kebingungan dalam pengoprasian aplikasi *Mobile Banking* Bank Syariah Indonesia. Pada situs Bank Syariah Indonesia juga tertera berbagai macam *fitur* bantuan antara lain produk – produk sebelum dan setelah merger begitupun dengan perubahannya<sup>10</sup>. Namun dari banyaknya kemudahan dari *fitur* yang disediakan, program *Mobile* dari BSI sendiri beberapakali mengalami kendala ketika *aktivasi* akun *Mobile Banking*. Pengalaman nasabah beberapakali mengalami gagal *aktivasi* dikarenakan tidak ada jawaban dari *call center*. Kegagalan transfer yang tidak hanya sekali, selain itu adanya *aktivasi* berulang kali. Aplikasi yang tiba – tiba tertutup otomatis dan tidak bisa dibuka otomatis, pemrosesan yang lama.

---

<sup>10</sup> Novitasari Putri Wulandari, Nadya Novandriani, dan Karina Moeliono. Analisis Faktor-Faktor Penggunaan Layanan *Mobile Banking* Di Bandung. Jurnal : *Bisnis Dan Iptek*. 2017. 139–49.

Selain kemudahan yang diberikan oleh *Mobile Banking* untuk nasabah pasti ada risiko yang didapat dalam penggunaan *Mobile Banking*. Risiko yang didapat nasabah adalah nasabah tidak dapat mengakses aplikasi *Mobile Banking* tanpa adanya jaringan, pembayaran melalui *Mobile Banking* Bank Syariah Indonesia ini sering mengalami kendala ketika transfer yaitu tidak bisa ditemukannya alamat Bank Syariah Indonesia sehingga nasabah kesulitan untuk melakukan transfer, untuk mutasi dari BRI Syariah dan BNI Syariah pada awalnya belum terupdate hingga satu sampai dua bulan mager, melakukan aktivasi ulang dari nasabah untuk kembali menggunakan aplikasi bsi sebagai pengganti aplikasi *Mobile Banking* ex BRI Syariah dan BNI Syariah, aplikasi Bank Syariah Indonesia error, *Mobile Banking* tertutup dengan sendirinya, pemrosesan yang terkadang lama. Hal tersebut didapatkan Ketika saya melakukan *observasi* ketika melakukan praktek kerja lapangan di Bank Jateng Syariah. Hal ini bisa diatasi dengan datang dan transfer langsung ke bank nya, namun pada saat mutasi nasabah cenderung enggan mengantri lama hanya untuk mentransfer uang. Dengan adanya kendala ini sungguh mengganggu kegiatan nasabah yang ingin melakukan transfer dan melakukan transaksi lain.<sup>11</sup>

Semakin mudahnya situs dijangkau oleh nasabah maka semakin besar juga risiko kejahatan bagi penggunaan *Mobile Banking*. Seperti kasus yang terjadi di Sumatra dimana seorang petani berhasil membobol *Mobile Banking* milik salah satu nasabah bank swasta dengan nominal ratusan juta rupiah. Kasus ini bermula dimana seorang nasabah mulai sadar akan saldo yang ada didalam tabunganya. Nasabah mengatakan bahwa saldo yang ada di rekeningnya senilai limaratus juta rupiah namun setelah diperiksa ulang ternyata saldonya hanya tersisa beberapa belas juta saja. Kemudian nasabah melaporkan kejadian ini kepada pihak bank yang kemudian diusut oleh pihak kepolisian. Setelah diselidiki ternyata penyebab terjadinya

---

<sup>11</sup> Maya Qorri Aina, 'Analisis Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan Dan Keamanan Terhadap Minat Menggunakan E-Banking Pada Bank Umum Syariah', *Skripsi Uin Walisongo*, 2019, 105

pembobolan tersebut adalah karena nasabah menerima *telephone* dari nomor yang tidak dikenal selama beberapa kali, kemudian nasabah kehilangan ponselnya. Nasabah membuat laporan ke pihak *provider* yang kemudian pihak *provider* memberikan kartu sim card baru kepada nasabah. Kemudian dalam jangka waktu beberapa hari pihak *provider* sudah menyatakan bahwa nomor hp nya sudah beralih nama menjadi pelaku pembobolan beserta gerombolanya. Pelaku beserta gerombolanya meretas akun *Mobile Banking* korban dengan cara memasukan pin random berulang kali. Dalam persidangan pelaku terbukti melakukan kejahatan tersebut dan dijatuhkan pidana selama tiga tahun enam bulan. Pelaku membobol rekening nasabah sebesar empat ratus lima belas juta tujuh ratus enam puluh delapan ribu rupiah. Pihak bank menyatakan kasus ini murni pengurusan rekening dengan login melalui *Mobile Banking* menggunakan *password* nasabah.<sup>12</sup>

Kepuasan nasabah merupakan salah satu tolak ukur keberhasilan sebuah bank. Maka sudah tugas dari pihak bank untuk membangun dan menjaga kepercayaan nasabah terhadap pelayanan yang diberikan. Nasabah memberikan kepercayaan terhadap bank dengan cara menggunakan salah satu atau lebih produk yang dimiliki oleh bank tersebut, dan juga fasilitasnya. Kepuasan nasabah dapat dilihat dari jumlah dana yang dihimpun di bank. Semakin besar dan banyak dana yang dihimpun dan dimasukkan ke bank maka semakin besar pula rasa percaya dan rasa puas nasabah dengan pelayanan yang diberikan. Dengan banyaknya dana yang dihimpun nasabah maka semakin besar pula dana yang bisa dioutarkan dan memperoleh profitabilitas yang tinggi.<sup>13</sup> Dengan banyaknya persaingan antar bank menyebabkan adanya kurangnya loyalitas nasabah terhadap satu bank. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor yaitu adanya tawaran dari beberapa bank lain yang sesuai dengan

---

<sup>12</sup><https://news.detik.com/berita-jawa-tengah/d-5798447/m-Banking-dibobol-duit-nasabah-setengah-miliar-raib>

<sup>13</sup> Nurhadi Irfan. *Pengaruh Kepercayaan Nasabah Dan Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah*. 2017.



kebutuhan nasabah dan keinginan nasabah namun di bank satunya tidak ada, adanya kemudahan dari bank lain sehingga nasabah lebih tertarik menggunakan salah satu produk di bank tersebut, adanya tuntutan dari instansi untuk menggunakan rekening dari bank tertentu, kemudian adanya ketidak nyamanan nasabah terhadap fasilitas dan sistem dari satu bank sehingga nasabah memilih menggunakan bank lain untuk melakukan kegiatan transaksi.<sup>14</sup>

Kepuasan nasabah berhubungan erat dengan risiko. Dengan adanya kekurangan *Mobile Banking* ini sangat berpengaruh dengan kepuasan nasabah. Dimana semakin baik kualitas *Mobile Banking* maka akan semakin tinggi pula kepuasan yang diberikan nasabah terhadap pelayanan *Mobile Banking*. Beberapa kendala dalam *Mobile Banking* sangat mempengaruhi kepuasan nasabah. Nasabah cenderung memiliki beberapa atau lebih dari satu rekening, maka apabila *Mobile Banking* sering mengalami kendala maka nasabah akan cenderung memilih rekening dari bank lain yang tidak eror untuk melakukan transaksi.

Gubug merupakan salah satu kecamatan kecil yang memiliki ruang lingkup yang kecil pula. Dengan ruang lingkup yang kecil tersebut pastinya arah gerak sumber daya manusianya tidak terlalu luas. Jika dilihat dari sudut pandang geografi kecamatan kecil ini diapit oleh beberapa kecamatan kecil juga. Jika dilihat dari sudut pandang sasaran pasarnya kecamatan ini cukup tinggi peminatnya dikarenakan dari beberapa kecamatan kecil tersebut Bank Syariah Indonesia hadir di kota Gubug. Namun jika dikaitkan antara sekmntasi pasar dan lokasi kecamatan ini sendiri perkembangan teknologi informasi dan komunikasi agak sulit untuk masuk ke kota ini.

Berdasarkan pemaparan latar belakang diatas diperlukan penelitian yang lebih baru untuk menemukan jawaban yang sesuai dengan

---

<sup>14</sup> Dave Chaffey and others, 'Pengaruh Satisfaction Dan Trust Terhadap Minat Beli Konsumen (Purchase Intention) Di Starbucks The Square Surabaya', *Journal Ecobisma*, 2.2 (2018), 1–11  
<<https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/download/14797/14574%0Ahttp://ejournal.iaiskjmalang.ac.id/index.php/iqtis/article/view/146%0Ahttps://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/view/13854%0Ahttps://conf>>.

permasalahan. Dengan ini, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut terkait permasalahan tersebut dengan judul penelitian **“PENGARUH KEMUDAHAN, KEPERCAYAAN, DAN RISIKO PENGGUNAAN *MOBILE BANKING* TERHADAP KEPUASAN NASABAH BANK SYARIAH INDONESIA (Studi Pada Nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Kota Gubug, Grobogan )”**

### **1.2. Rumusan Masalah**

Sebagaimana uraian latar belakang yang telah disampaikan diatas, maka dapat ditemukan rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu :

1. Apakah variabel kemudahan penggunaan *Mobile Banking* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia?
2. Apakah variabel kepercayaan nasabah dalam menggunakan *Mobile Banking* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia?
3. Apakah variabel risiko penggunaan *Mobile Banking* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia?

### **1.3. Tujuan Penulisan**

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini yaitu:

1. Menganalisis pengaruh kemudahan penggunaan *Mobile Banking* terhadap tingkat kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia.
2. Menganalisis pengaruh kepercayaan nasabah dalam menggunakan *Mobile Banking* terhadap tingkat kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia.
3. Menganalisis pengaruh risiko penggunaan *Mobile Banking* terhadap tingkat kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia.

#### **1.4. Manfaat Penelitian**

Dengan adanya hasil dari penelitian ini mampu bermanfaat diantaranya:

1. Manfaat akademis

Dari temuan penelitian ini diharapkan dapat menjadikan tambahan bagi khasanah keilmuan dan menjadi bahan *referensi* bagi peneliti selanjutnya mengenai pengaruh penggunaan *Mobile Banking* terhadap kepuasan nasabah.

2. Manfaat bagi perbankan

Hasil dari penelitian ini dapat menjadi bahan masukan, pertimbangan, dan informasi bagi perbankan syariah di Indonesia dalam mengikuti perkembangan teknologi dan pemberian fasilitas salah satunya *Mobile Banking* untuk nasabah dengan memberikan pelayanan yang prima dan memuaskan sehingga dapat mempertahankan kepercayaan dan loyalitas nasabah terhadap suatu bank.

3. Manfaat bagi institusi

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan mahasiswa dalam bidang *Mobile Banking*.

#### **1.5. Sistematika Penulisan**

Dalam mempermudah penulisan dan pemahaman atas penelitian ini, maka peneliti menuliskan sistematika berikut ini :

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Dalam bab ini disajikan bereknaan dengan dasar pemikiran baik teori ataupun fakta yang ada, sehingga menjadi latar penelitian ini dilaksanakan. Rumusan masalah ini berkenaan dengan kondisi, *fenomena*, serta konsep yang memerlukan jawaban melalui penelitian ini. Penelitian ini memiliki tujuan dan harapan dan

hendak dicapai. Bagian terakhir bab ini berisi sistematika penulisan yang menyediakan ringkasan materi yang hendak dibahas pada penelitian.

## **BAB II : TINJAUAN PUSTAKA**

Dalam penelitian ini disajikan berbagai teori berkenaan dengan penelitian melalui sebuah landasan teori tersebut. Diperoleh acuan atau dasar penelitian, penelitian terdahulu yang masih memiliki keterkaitan dengan penelitian, kerangka, serta hipotesis.

## **BAB III : METODE PENELITIAN**

Dalam bagian ini diberikan penjelasan berkenaan dengan berbagai variabel yang ada pada penelitian yang mana terdiri atas jenis, sumber data, sampel, serta populasi penelitian, model pengumpulan data, variabel serta teknik analisa data.

## **BAB VI : HASIL DAN PEMBAHASAN**

Dalam bagian ini tersaji gambaran umum yang berkenaan dengan penelitian, pengujian, serta temuan analisa data dan juga pembahasan.

## **BAB V : PENUTUP**

Pada bab ini menjelaskan kesimpulan dan saran.

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1.Landasan Teori

##### 2.1.1. *Theory of Planned Behaviour*

Teori perilaku perencanaan (*Theory of Planned Behaviour*) merupakan pengembangan lebih lanjut dari *Theory of Reason Action (TRA)*. Ajzen (1991) mengembangkan teori TPB ini dengan menambahkan sebuah variabel yang belum ada di TRA, yaitu variabel pengendalian persepsi perilaku (*perceived behavioral control*). Inti dari TPB adalah niat individu untuk melakukan perilaku tertentu. Pada TPB, sikap dan normal subjektif terhadap perilaku dinyatakan memengaruhi minat, dan memasukkan unsur pengendalian persepsi perilaku sebagai faktor tambahan yang memengaruhi perilaku sebagai faktor yang memengaruhi minat konsumen. Menurut TPB, tindakan individu pada perilaku tertentu ditentukan oleh minat individu tersebut untuk melakukan perilaku (Dharmmesta,1998 dalam Asmarani, 2012). TPB menunjukkan bahwa tindakan manusia diarahkan oleh tiga macam kepercayaan-kepercayaan yaitu kepercayaan-kepercayaan perilaku (*behavioral beliefs*), kepercayaan-kepercayaan normatif (*normative beliefs*), kepercayaan-kepercayaan kontrol (*control beliefs*).<sup>15</sup>

Perilaku konsumen adalah proses pengambilan keputusan dan kegiatan fisik individu dalam upaya meperoleh dan menggunakan barang dan jasa. Dari definisi tersebut telah diperlihatkan bahwa dengan mempelajari perilaku konsumen maka pemasar dapat

---

<sup>15</sup> Yudhi W. Arthana R. & Novi Rukhviyanti, 'Pengaruh Minat Individu Terhadap Penggunaan *Mobile Banking (M-Banking)*: Model Kombinasi *Technology Acceptance Model (Tam)* Dan *Theory of Planned Behavior (Tpb)*', *Jurnal Informasi*, VII.1 (2015), 25–44.

mengetahui secara jelas proses pengambilan keputusan yang dilakukan oleh konsumen dan pengaruh apa saja yang diperoleh.<sup>16</sup>

Dimensi perilaku manusia berpengaruh terhadap kebiasaan dan pengalaman seseorang dalam kehidupan sehari – hari. Ada dua dimensi pengaruh terhadap perilaku nasabah yaitu :

- a. Dimensi internal yaitu proses belajar atau motivasi seseorang
- b. Dimensi eksternal yaitu tatanan kehidupan social masyarakat yang semuanya berpengaruh terhadap perilaku nasabah

Dengan adanya dimensi tersebut maka untuk mempelajari perilaku manusia perlu menggunakan pendekatan multi disipliner untuk membantu memahami perilaku nasabah.

### **2.1.2. *Mobile Banking***

#### **2.1.2.1. Definisi *Mobile Banking***

Tampubolon, Lubis, dan Siregar berpendapat bahwa *Mobile Banking* dapat dimaknai dengan sebuah layanan fasilitas bank yang diperuntukan untuk nasabah dalam bertransaksi dengan *smartphone* ataupun ponsel. Dipergunakan layanan *Mobile Banking* dengan USSD, SIM Card, ataupun aplikasi yang telah diunduh sebelumnya.<sup>17</sup>

*Mobile Banking* adalah saluran dimana nasabah dapat terhubung dengan pihak bank hanya melalui sebuah perangkat seluler yang dimiliki. Di tekankan dalam penggunaan komunikasi data dan dibuat dengan system keamanan yang ketat.

---

<sup>16</sup> Marius P Angipora. Dasar – Dasar Pemasaran. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada. 1999. Ed 1. Cet 1

<sup>17</sup> Tampubolon, Nelson, Lubis, Irwan & Siregar, Agus E. 2015. Bijak Berem *Banking*. Berkas PDF. Jakarta: Otoritas Jasa Keuangan.

*Mobile Banking* ialah sebuah layanan perbankan yang dilakukan dengan alat komunikasi bergerak untuk pengoperasiannya melalui aplikasi yang terunduh pada ponsel nasabah. Dengan adanya layanan tersebut maka dapat memudahkan kegiatan nasabah.

*Mobile Banking* ialah salah satu layanan jasa yang disediakan oleh pihak bank dengan harapan nasabah dapat melakukan kegiatan perbankan dengan mudah dan dilakukan kapanpun tanpa harus bertemu langsung dengan yang bersangkutan.

Dari berbagai definisi tersebut maka dapat ditetapkan kesimpulan bahwa *Mobile Banking* ialah aplikasi layanan yang dibagikan oleh pihak bank dan diperuntukkan bagi nasabahnya dalam rangka mempermudah kegiatan transaksi nasabah yang dapat dilakukan setiap waktu tanpa harus bertemu langsung dan aman hanya dengan menggunakan aplikasi di *handphone* didukung dengan jaringan seluler.

#### 2.1.2.2. Manfaat *Mobile Banking*

*Mobile Banking* memiliki kelebihan dengan menggunakan jaringan pengamanan yang ganda atau berlapis yang berasal dari oprator penyedia jaringan dan dari pihak bank itu sendiri, sehingga nasabah tidak perlu khawatir terhadap penggunaannya.

حَدَّثَنَا عُبَيْدُ بْنُ أَسْبَاطِ بْنِ مُحَمَّدٍ الْفَرَسِيُّ حَدَّثَنِي أَبِي عَنْ الْأَعْمَشِ قَالَ حَدَّثْتُ عَنْ أَبِي صَالِحٍ عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ عَنِ النَّبِيِّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ مَنْ نَفَسَ عَنْ مُسْلِمٍ كُرْبَةً مِنْ كُرْبِ الدُّنْيَا نَفَسَ اللَّهُ عَنْهُ كُرْبَةً مِنْ كُرْبِ يَوْمِ الْقِيَامَةِ وَمَنْ يَسَّرَ عَلَى مُعْسِرٍ فِي الدُّنْيَا يَسَّرَ اللَّهُ عَلَيْهِ فِي الدُّنْيَا وَالْآخِرَةِ وَمَنْ سَتَرَ عَلَى مُسْلِمٍ فِي الدُّنْيَا سَتَرَ اللَّهُ عَلَيْهِ فِي الدُّنْيَا وَالْآخِرَةِ وَاللَّهُ فِي عَوْنِ الْعَبْدِ مَا كَانَ الْعَبْدُ فِي عَوْنِ أَخِيهِ قَالَ وَفِي الْبَابِ عَنْ ابْنِ عُمَرَ وَعُقْبَةَ بْنِ غَامِرٍ قَالَ أَبُو عَيْسَى هَذَا حَدِيثٌ حَسَنٌ وَقَدْ رَوَى أَبُو عَوَانَةَ وَغَيْرُ وَاحِدٍ هَذَا الْحَدِيثُ عَنْ الْأَعْمَشِ عَنْ أَبِي صَالِحٍ عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ عَنِ النَّبِيِّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ نَحْوَهُ وَلَمْ يَذْكُرُوا فِيهِ حَدِيثٌ عَنْ أَبِي صَالِحٍ

Artinya: “Telah menceritakan kepada kami Ubaid bin Asbath bin Muhammad Al Qurasyi, telah menceritakan kepadaku bapakku dari Al A'masy berkata, Telah

*diceritakan kepada dari Abu Shalih dari Abu Hurairah, dari Nabi shallallahu 'alaihi wasallam bersabda, Barangsiapa yang meringankan (menghilangkan) kesulitan seorang muslim kesulitan-kesulitan duniawi, maka Allah akan meringankan (menghilangkan) baginya kesulitan di akhirat kelak. Barangsiapa yang memberikan kemudahan bagi orang yang mengalami kesulitan di dunia, maka Allah akan memudahkan baginya kemudahan (urusan) di dunia dan akhirat. Dan barangsiapa yang menutupi (aib) seorang muslim sewaktu di dunia, maka Allah akan menutup (aibnya) di dunia dan akhirat. Sesungguhnya Allah akan senantiasa menolong seorang hamba selalu ia menolong saudaranya. Ia (At Tirmidzi) berkata, Dan di dalam bab ini diriwayatkan dari Ibnu Umar dan Uqbah bin Amir. Abu Isa berkata, hadits ini hasan. Abu Awanah dan juga para perawi yang lain meriwayatkan hadits ini dari A'masy dari Abu Shalih dari Abu Hurairah dari Nabi shallallahu 'alaihi wasallam hadits yang sama tetapi tanpa ada teks hudditstu an Abi Shalih". (Telah diceritakan kepada dari Abu Shalih)*

*Mobile Banking* sendiri memiliki tujuan untuk memberikan pelayanan kepada nasabah, pemenuhan kebutuhan pasar, mempermudah nasabah dalam bertransaksi. Ada beberapa fitur layanan *Mobile Banking* yang sering digunakan nasabah antara lain transfer antar rekening, pembayaran tagihan kebutuhan rumah tangga antara lain (tagihan listrik, tagihan telepon),



pembayaran angsuran kredit antara lain (angsuran rumah, motor, mobil dll), dan transaksi *non finansial* lainnya.<sup>18</sup>

Perkembangan *Mobile Banking* di Indonesia sudah mengikuti perkembangan di dunia. Hampir semua perbankan di Indonesia sudah menggunakan system *Mobile banking* untuk mempermudah layanan nasabahnya. Perbankan juga berusaha memberikan pelayanan yang memuaskan nasabahnya dengan memberikan fasilitas yang dibutuhkan nasabah. Bank memberikan layanan kemudahan kepada nasabah melalui *Mobile Banking* yang didalamnya ada beberapa fitur kemudahan melalui *SMS Banking*, informasi rekening, transaksi *non* tunai maupun cek, dan masih banyak lagi. Keuntungan yang didapat dari *Mobile Banking* antara lain:<sup>19</sup>

#### 1. Mudah dan Praktis

Dalam melakukan transaksi non tunai nasabah tidak harus datang ke bank langsung, nasabah hanya perlu membuka aplikasi *Mobile Banking* kemudian melakukan transaksi yang diinginkan melalui *handphone*. *Mobile Banking* sekarang juga semakin berkembang dengan adanya beberapa bank yang memberikan fitur tarik tunai tanpa menggunakan kartu ATM, sehingga nasabah hanya perlu menggunakan aplikasi *Mobile Banking* untuk tarik tunai di mesin ATM.

#### 2. Aman

*Mobile Banking* dilengkapi dengan system keamanan yang ketat dan ganda sehingga bank berusaha sebaik mungkin dalam menciptakan aplikasi yang berisikan data – data nasabah untuk

---

<sup>18</sup> Nurhadi Irfan. *Pengaruh Kepercayaan Nasabah Dan Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah*. 2017.

<sup>19</sup> Novitasari Putri Wulandari, Nadya Novandriani, dan Karina Moeliono. Analisis Faktor-Faktor Penggunaan Layanan *Mobile Banking* Di Bandung. *Jurnal : Bisnis Dan Iptek*. 2017. 139–49.

tetap aman dari serangan hacker. Aplikasi juga dilengkapi dengan *double password* dimana hanya nasabah yang mengetahui *password* tersebut sehingga meminimalisir terjadinya hilang data nasabah.

### **2.1.2.3. Sifat yang ditimbulkan nasabah dalam menggunakan *Mobile Banking***

Kriestean dan Tanggulangan (2010) menyatakan penilaian umum individu pada keyakinan kognitif yang terbangun atas berbagai atribut yang terlekat dengan teknologi.

Amijaya (2010) memberikan pernyataan bahwa sikap pengguna dapat dibagi menjadi sikap suka ataupun tidak suka pada sebuah sistem. Sikap tersebut dapat dipergunakan untuk melihat sebuah tindakan seseorang dalam menggunakan suatu sistem atau tidak menggunakannya.<sup>20</sup>

Sikap seseorang terhadap respon suatu objek dapat menjadi tolak ukur atau *evaluative* terkait dengan suatu keyakinan. Sikap dikelompokkan berdasarkan faktor pembentuk sikap yaitu :

1. Keyakinan merupakan sikap yang ditunjukkan nasabah terhadap suatu sistem *Mobile Banking*, misalnya : nasabah merasa yakin terhadap penggunaan *Mobile Banking* dapat mempermudah transaksi, nasabah merasa yakin bahwa *Mobile Banking* merupakan cara transaksi yang aman, nasabah merasa yakin terhadap penggunaan *Mobile Banking* dapat menghemat waktu.

---

<sup>20</sup> Gilang Rizky Amijaya, 'Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Kemudahan, Risiko Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank Dalam Menggunakan Internet *Banking*', *Interfaces*, 30 (2010), 117–18.

2. Penilaian merupakan sikap yang ditunjukkan nasabah setelah menggunakan *Mobile Banking*, misalnya : nasabah merasa puas terhadap system kemudahan yang diberikan *Mobile Banking*.

Laporan BRI dalam penelitiannya pada tahun 2010 ada beberapa faktor yang mempengaruhi sikap antara lain<sup>21</sup> :

1. Keamanan, dalam system *Mobile Banking* keamanan merupakan hal yang paling pertama di pertimbangkan oleh nasabah. Nasabah menuntut system keamanan yang tinggi untuk melindungi data nasabah yang ada dalam system *Mobile Banking*.
2. Kemudahan, dalam system *Mobile Banking* kemudahan penggunaan aplikasi menjadi salah satu faktor yang penting untuk menentukan sikap nasabah. Semakin mudah system digunakan maka akan semakin puas pula nasabah dalam bertransaksi menggunakan *Mobile Banking*.
3. Privasi nasabah, *Mobile Banking* di desain sebaik mungkin untuk menjaga kerahasiaan nasabah sama seperti pihak bank yang menjaga data nasabahnya.
4. Kehandalan *Mobile Banking*, system *Mobile Banking* berjalan selama 24 jam *non stop* dalam memberikan layanan untuk nasabah.
5. Kredibilitas jasa layanan, semakin tinggi kredibilitas jasa layanan tersebut maka nasabah akan semakin tinggi minat nasabah dalam menggunakan jasa tersebut.
6. Kecepatan koneksi, nasabah membutuhkan jaringan yang kuat untuk mengakses *Mobile Banking*. Semakin baik jaringan yang digunakan maka akan semakin cepat pula transaksi menggunakan *Mobile Banking*.

---

<sup>21</sup> Bruno Bettelheim, 'Laporan Keuangan BRI Tahun 2010', *A Psicanalise Dos Contos de Fadas*. Tradução Arlene Caetano, 1980, 466 <<https://doi.org/10.1145/2505515.2507827>>.

### 2.1.3. Kepercayaan

#### 2.1.3.1. Definisi

Kotler (2009;219) menyatakan bahwa kepercayaan merupakan kesiapan perusahaan untuk bergantung dengan partner bisnis. Kepuasan dapat dimaknai dengan anggapan atau hasil yang memiliki kaitan erat dengan harapan (Kotler, 2009:14). Apabila kinerja dari produk tidak sesuai dengan harapan, maka dapat menimbulkan kekecewaan bagi pelanggan.<sup>22</sup>

Women dan Minor (2002) dalam Ellys Cornelia S., et al (2008) memberikan pernyataan bahwa kepercayaan dapat dimaknai dengan seluruh pengetahuan konsumen serta seluruh kesimpulan yang berkenaan dengan objek, atribut, serta manfaat yang ada.<sup>23</sup>

Swaninanthan dan Reddy dalam John Eagen (2004) memaparkan bahwa kepercayaan terbentuk saat sebuah kelompok mempercayai bahwa tindakan kelompok lainnya dapat memberikan dampak positif baginya.<sup>24</sup>

Anderson dan Naurus dalam Aydin dan Ozer (2005) juga memberikan pernyataan bahwa terjadinya kepercayaan saat sebuah kelompok mempercayai bahwa tindakan kelompok lainnya dapat berdampak positif baginya.<sup>25</sup>

---

<sup>22</sup> Kotler, Philip dan Keller, Kevin L. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Ed 12. Jilid 1. Jakarta: PT. Indeks.

<sup>23</sup> Ellys Cornelia S and others, 'ANALISA PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DI LAUNDRY 5ASEC SURABAYA', 45–57.

<sup>24</sup> Eagan, John. *Relationship Marketing: Exploring Relational Strategies In New Jersey: Prentice Hall*. 2004

<sup>25</sup> Serkan Aydin, 'The Analysis of Antecedents of Customer Loyalty in the Turkish Mobile Telecommunication Market', 2004 <<https://doi.org/10.1108/03090560510601833>>.

Menurut McKnight, et al (2002) dalam Bachmann dan Zaheer (2006), kepercayaan yang terbangun diantara berbagai pihak yang belum saling kenal baik ketika transaksi ataupun interaksi.<sup>26</sup>

لَا إِيمَانَ لِمَنْ لَا أَمَانَةَ لَهُ وَلَا دِينَ لِمَنْ لَا عَهْدَ لَهُ

*Artinya:* “Tidak ada iman bagi yang tidak ada amanat padanya (menjaga amanat) dan tidak ada agama bagi yang tidak ada janjinya baginya (memenuhi janji).” (H.R. Imam Ahmad)

Teori Trust-Commitment, Morgan, Hunt (1994) dalam Prasetya (2015), ialah suatu hal yang dapat menjadikan hubungan jangka panjang terpelihara, termasuk juga pada sebuah merk. Peningkatan hubungan jangka panjang tersebut akan meningkatkan kepercayaan konsumen pada harapan yang perusahaan sehingga konsumen lebih yakin dengan pelayanan yang didapatkan.<sup>27</sup>

Charles Handy dalam Budi Sutedjo Dharma Oektomo (2006) menyatakan dengan *Trust and the virtual organization*, yang dapat dibangun melalui *seven rules of trust*, yaitu:<sup>28</sup>

1. *Trust is not blind*

Kepercayaan merupakan suatu hal yang terlihat. Dalam penelitian ini dapat dinyatakan bahwa munculnya kesetiaan pelanggan atas dasar terpenuhinya kebutuhan dengan adanya bukti nyata yang berupa produk yang konsumen percayai yakni produk yang memiliki kualitas yang baik.

2. *Trust need boundaries*

---

<sup>26</sup> Rainhard Bachmann And Akbar Zaheer, *Handbook Of Trust Research* (Bodmin: Edward Elgar Publishing, 2006).

<sup>27</sup> Muhammad Adit Prasetya. Pengaruh E-Service Quality Dan Trust Pada Internet Banking. Skripsi. 2016. 1–123.

<sup>28</sup> Budi Oetomo, *Perencanaan Dan Pengembangan Sistem Informasi* (Yogyakarta: ANDI, 2002).

Kepercayaan tanpa batas merupakan hal yang tidak realistis. Dasar dari kepercayaan yakni komitmen dan kompensasi dari perusahaan yang mana secara tidak langsung hal tersebut beracuan pada keharusan produsen untuk membentuk produk yang mengarah pada spesifikasi tertentu, sehingga pandangan yang ada pada benak konsumen dapat mengarahkan pada terbentuknya citra yang mengkilap serta bukan citra yang belum ada batasan.

### 3. *Trust demand learning*

Kepercayaan ialah proses pembelajaran, untuk menjadi pihak yang dapat dipercaya perlu sebuah proses belajar. Hal ini erat kaitannya dengan sulitnya memenuhi apa yang dikehendaki konsumen serta memenuhi unsur kepercayaan tersebut. Dalam aspek tersebut pembelajaran tersebut secara kontinu akan memberikan nilai tambah yang saling berkaitan.

### 4. *Trust in thought*

Kepercayaan bukanlah sebuah hal yang mudah. Untuk memperoleh dan mempertahankan kepercayaan membutuhkan sebuah usaha yang besar. Dalam hal tersebut produsen hendaknya melakukan berbagai hal dengan penuh kehati-hatian dalam melakukan pembangunan desain kepercayaan.

### 5. *Trust need bonding*

Kepercayaan akan selalu memerlukan sebuah ikatan. Pada kepercayaan terdapat sebuah ikatan yang emosional. Ikatan tersebut membutuhkan perhatian khusus.

### 6. *Trust need touch*

Kepercayaan memerlukan adanya sentuhan profesional. Sentuhan yang dimaksudkan yakni perhatian khusus atau komunikasi yang baik yang menjembatani kepercayaan tersebut.

#### 7. *Trust requires leaders*

Kepercayaan butuh adanya pemimpin yang mana pemimpin tersebut dapat menjadi sesuatu yang dipercaya serta cukup dominan. Pimpinan memiliki peranan dalam membuat serta mengusahakan tumbuhnya kepercayaan tersebut.

### **2.1.3.2. Dimensi Kepercayaan**

Bhattacharjee (2002) dalam Prasetya (2015), membagi kepercayaan dengan berbagai faktor diantaranya:<sup>29</sup>

#### 1. Kemampuan (*Ability*)

Kemampuan merupakan kapasitas yang dimiliki individu untuk melaksanakan berbagai kegaitaan dalam sebuah pekerjaan. Kemampuan ialah sebuah penilaian paling baru atas apa yang dapat dilaksanakan seseorang. Dalam hal ini bagaimanapun penjual hendaknya dapat membuat pembeli yakin dan menjamin kepuasan serta keamanan saat melakukan transaksi *online*. Kemampuan tersebut dipegaruhi oleh berbagai hal mulai dari pengetahuan, keterampilan, hingga sikap (Khatab, 2007:102).

#### 2. Kebaikan Hati (*benevolence*)

Bhattacharjee (2002) dalam Prasetya (2015) memberikan pernyataan bahwa kebaikan hati ialah tingkatan dimana sebuah

---

<sup>29</sup> Muhammad Adit Prasetya. Pengaruh E-Service Quality Dan Trust Pada Internet Banking. Skripsi. 2016. 1–123.

perusahaan melakukan tindakan guna mensejahterakan konsumen.

### 3. Integritas (*Integrity*)

Integritas ini menitikberatkan pada kejujuran serta kebenaran. Dimensi tersebut yakni nilai ini dari kepercayaan (Robbins Stephen, 2008:98). Integritas ialah dasar atau fondasi dalam pembangunan komunikasi yang efektif hal ini dikarenakan hilangnya persahabatan atau teamwork tanpa didasari kepercayaan serta jika kepercayaan tidak ada maka penghargaan atas sebuah hubungan akan hilang (Ariwibowo, 2005:150-151).

McKnight et al (2002) dalam Bachmann dan Zaheer (2006) memberikan pernyataan bahwa dimensi kepercayaan konsumen,<sup>30</sup> diantaranya:

1. *Trusting belief* merupakan sejauh mana seseorang mempercayai serta meyakini pada orang lain dalam sebuah kondisi. *Trusting belief* merupakan panfangan pihak yang mempercayai pada pihak yang dipercaya yang mana pihak penjual mempunyai karakter yang cukup menguntungkan konsumen. McKnight et al (2002) dalam Bachmann dan Zaheer (2006) memberikan pernyataan bahwa untuk membangun sebuah kepercayaan memerlukan elemen yakni *trusting belief*, yaitu *benevolence, integrity, competence*.
2. *Trusting Intention*. *Trusting intention* merupakan sebuah hal yang disengaja yang mana seseorang siap untuk bergantung pada pihak lain yang terdapat dalam sebuah kondisi hal tersebut terjadi secara pribadi serta melakukan pengarahannya langsung

---

<sup>30</sup> Bachmann dan Zaheer. The Handbook of Trust UK & USA : Edward Elgar Publishing Ltd. 2006



pada pihak lain. McKnight et al (2002) dalam Bachmann dan Zaheer (2006) memberikan pernyataan bahwa terdapat dua elemen pembangun *trusting intention* yakni *willingness to depend* dan *subjective probability of depend*.

#### **2.1.4. Persepsi Risiko**

##### **2.1.4.1. Definisi Risiko**

Pavlou (2003), memberikan pernyataan bahwa risiko transaksi ialah sebuah kondisi yang tidak diketahui yang hendaknya menjadi pertimbangan seseorang dalam menetapkan atau tidak untuk bertransaksi secara *online*. Pihak akan melakukan pertimbangan dengan benar berkenaan dengan jarak serta suasana interpersonal dalam transaksi *online* serta infrastruktur global yang memiliki kandungan risiko yang besar. Risiko dapat dimaknai dengan perkiraan yang subjektid bagi konsumen yang mengalami kerugian ketika menerima hasil yang diminta<sup>31</sup>. Adapun risiko dapat diukur dengan indikator berikut ini:

1. Risiko tertentu
2. Mengalami kerugian
3. Pemikiran bahwa Berisiko.

Terdapat pula pemikiran bahwa berisiko ialah risiko yang belum terjadi ketika hendak melakukan transaksi, yang mana hal ini tentunya memiliki perbedaan dengan kerugian yang sudah terjadi ketika melakukan traksaksi.

Dowling dan Staelin dalam Pavlou (2001), memaparkan bahwa peningkatan risiko dari sebatas informasi sampai dengan keputusan

---

<sup>31</sup> Pavlou, P.A.. *Consumer Acceptance of Electronic Commerce: Integrating Trust and Risk with The Technology Acceptance Model*. International Journal of Electronic Commerce. Vol. 7, No. 3. 2003.

pembelian produk. risiko dikaitkan dengan kepercayaan. Pada penelitian ini risiko dipandang dari tindakan yang dilaksanakan oleh bank guna meminimalisir risiko dari penggunaannya internet *Banking* yang diharapkan memberikan dampak positif pada minat konsumen dalam penggunaan teknologi.

Risiko ialah sesuatu yang arahnya pada kondisi yang tidak pasti pada terjadinya peristiwa selama beberapa waktu tertentu yang mana peristiwa tersebut menjadikan kerugian baik kecil ataupun besar yang memberikan dampak pada keberlangsung hidup sebuah perusahaan.

Risiko dari sebuah transaksi ialah merupakan hal yang memerlukan pertimbangan ketika pelaksanaan transaksi melalui media virtual atau maya mengingat jarak, kemampuan teknologi dalam memberikan fasilitas transaksi, pelayanan yang tidak bertatap muka dengan pegawai bank serta berbagai hal lain yang memerlukan pertimbangan dalam bertransaksi. .

اَيُّهَا الَّذِيْنَ اٰمَنُوْا اتَّقُوا اللّٰهَ وَاَنْتُمْظُرُوْا نَفْسَ مَا قَدَّمْتُمْ لِغَدٍ وَاْتَقُوا اللّٰهَ لَعَلَّكُمْ تَخْشَوْنَ

Artinya: *“Wahai orang-orang yang beriman! Bertakwalah kepada Allah dan hendaklah setiap orang memperhatikan apa yang telah diperbuatnya untuk hari esok (akhirat), dan bertakwalah kepada Allah. Sungguh, Allah Mahateliti terhadap apa yang kamu kerjakan” (al – hasr :18)*

Risiko persepsian menjadi lebih tinggi ketika:

1. Sedikit tersedia Informasi mengenai Produk
2. Produk tersebut Merupakan produk Baru
3. Produk tersebut Memiliki produk Yang kompleks
4. Rendahnya kepercayaan Diri konsumen Untuk mengevaluasi Merek

5. Tingginya harga Produk
6. Produk tersebut Penting bagi Konsumen

#### **2.1.4.2. Risiko**

Nitisusastro (2012) dalam Rochmawati membagi dimensi persepsi risiko sebagai berikut:<sup>32</sup>

1. Risiko keuangan, yakni risiko yang erat kaitannya dengan kekhawatiran untuk menghadapi kesulitan dalam keuangan.
2. Risiko fungsional, yakni risiko berkenaan dengan fungsi yang memiliki kaitan dengan dampak negatif yang akan muncul jika konsumen mengetahui serta paham akan berbagai produk yang hendak dibeli tersebut mengandung sejumlah keburukan jika dibeli serta dikonsumsi.
3. Risiko fisik, yakni risiko yang erat kaitannya dengan kekhawatiran dari konsumen mengenai bahaya produk.
4. Risiko psikologis, yakni risiko yang erat kaitannya dengan adanya dampak negatif akan melekatkan diri jika pembeli menggunakan produk.
5. Risiko sosial, ialah risiko yang erat kaitannya dengan dampak negatif yang sumbernya dari lingkungan jika ia melakukan pembelian serta pengonsumsi barang.
6. Risiko waktu, yakni risiko berkenaan dengan keputusan yang memerlukan waktu yang lama.

#### **2.1.5. Kemudahan**

---

<sup>32</sup> Veitzhal Rivai and Deddy Mulyadi, *Kepemimpinan Dan Perilaku Organisasi* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2012).

Menurut Jogiyanto persepsi kemudahan diartikan dimana manusia memahami bahwa menggunakan atau melakukan sesuatu tanpa membutuhkan effort yang besar, dengan kata lain penggunaan teknologi dapat digunakan dengan mudah. Menurut Davis perangkat yang tidak menggunakan usaha besar akan jauh lebih baik daripada perangkat yang membutuhkan usaha yang besar. Dari konsep ini dapat dipahami bahwa kemudahan sistem informasi akan lebih menarik pengguna dalam menggunakan perangkat tersebut.

Novi menyatakan bahwa kemudahan adalah anggapan manusia terhadap suatu teknologi dimana tidak diperlukan usaha yang tinggi dalam penggunaannya. Kemudahan teknologi system informasi memiliki beberapa indicator antara lain :

1. Teknologi informasi dapat dengan mudah untuk dipelajari atau dipahami.
2. Teknologi informasi dapat melakukan apa yang diinginkan pengguna dengan mudah.
3. Pengguna akan lebih memiliki banyak keterampilan dalam menggunakan teknologi informasi.
4. Teknologi informasi dapat dengan mudah digunakan.<sup>33</sup>

## **2.1.6. Persepsi Kepuasan Nasabah**

### **2.1.6.1. Definisi Nasabah**

Nasabah merupakan seseorang ataupun badan hukum yang memiliki rekening baik simpanan ataupun pinjaman pada pihak bank. Pada KBBI telah dinyatakan bahwa nasabah merupakan orang yang memiliki korelasi dengan bank.

---

<sup>33</sup> Bastian Amanullah, 'Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan, Dan Kepercayaan Terhadap Sikap Positif Penggunaan Layanan *Mobile Banking*', *Skripsi*, 2014, 66.

Dari paparan tersebut maka ditetapkan kesimpulan bahwa pelanggan bank yang merupakan seseorang atau sekelompok atau sebuah perusahaan yang memiliki rekening di bank. Nasabah merupakan seseorang atau sekelompok atau sebuah perusahaan yang mempercayakan sebagian hartanya kepada bank dengan kata lain nasabah tersebut sudah percaya terhadap bank untuk mengelola hartanya.

Untuk memahami apa yang hendak dipikirkan nasabah terdapat berbagai hal yang membutuhkan perhatian, diantaranya :

1. Memahami dan mengerti apa tujuan dan sasaran yang akan dicapai oleh nasabah dari bank.
2. Memahami pola nasabah dalam memberikan peringkat dan prioritas tujuan dan sasaran.
3. Mengetahui apa kemampuan produk dan kelebihan produk yang akan ditawarkan untuk membantu mewujudkan tujuan dan sasaran tersebut.
4. Mengusulkan konsep yang akan dipakai untuk membantu nasabah dalam mengatasi masalah yang timbul diantara mereka dan cara untuk mencapai tujuan tersebut.

#### **2.1.6.2. Definisi Kepuasan**

Menurut Irawan (2002) dalam Hansel Jonathan (2013) kepuasan merupakan rasa cukup dengan apa yang telah didapatkan atau dilakukan oleh pihak lain.

Kotler (2009) memberikan pernyataan kepuasan ialah sebuah perasaan kecewa atau senang seseorang yang akan muncul setelah melakukan perbandingan antara persepsi atau kesan yang

didapatkan dari kinerja atau hasil terhadap suatu barang dan berbaagai harapannya.

Indiantoro dan Supomo (2002) menyatakan kepuasan adalah sebuah konsep suatu hasil dari sebuah pengamatan terhadap sebuah fenomena psikologi yang sedang atau telah dirasakan oleh seseorang, perasaan yang didapat tersebut merupakan sebuah respon seseorang terhadap suatu objek tertentu dimana nasabah menyatakanya dengan perasaan puas atau tidak.

### 2.1.6.3.Kepuasan Nasabah

Kepuasan nasabah ialah hasil dari sebuah penilaian yang diberikan nasabah atas apa yang diharapkan dengan menggunakan sebuah produk dan jasa kemudian dilakukan perbandingan dengan kinerja yang didapatkan dengan menggunakan produk atau jasa (Rianto, 2010)

Kasmir (2008) menyatakan bahwa nasabah adalah raja, yang artinya semua kehendak dari nasabah terpenuhi. Pemberian pelayanan juga harus selayaknya melayani seorang raja, namun sesuai dengan batasan etika dan moral sehingga tidak membuat derajat bank itu sendiri menjadi rendah dimata nasabah. Konsumen dan nasabah memiliki arti yang sama dimana mereka merupakan salah satu bagian yang mempengaruhi keberhasilan suatu perusahaan atau bank tersebut. Bank dikatakan berhasil ketika nasabahnya merasa puas dengan pelayanan yang diberikan bank tersebut terhadap nasabah dan nasabahnya merasa puas akan pelayanan yang diberikan.<sup>34</sup>

Dijelaskan dalam Al – Quran mengenai kepuasan nasabah terdapat dalam Q.S. Al – Maidah ayat 7 :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَحْرَمُوا طَيِّبَاتِ مَا أَحَلَّ اللَّهُ لَكُمْ وَلَا تَعْتَدُوا ۚ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُعْتَدِينَ

---

<sup>34</sup> Kasmir. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya Edisi Revisi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.2008

Artinya: *“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu haramkan apa-apa yang baik yang telah Allah halalkan bagi kamu, dan janganlah kamu melampaui batas. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang melampaui batas.”*

Kotler (2012)<sup>35</sup> menyatakan bahwa kepuasan konsumen diciptakan melalui :

#### 1. Kualitas

kualitas yang diberikan akan menciptakan ikatan yang kuat dengan konsumen dengan bank. Dengan adanya ikatan ini sangat memberikan kemungkinan perusahaan atau bank untuk memahami berbagai harapan dan kebutuhan nasabah. Bank yang memberikan pelayanan dengan kualitas yang baik akan menciptakan rasa puas kepada nasabah sehingga akan menciptakan loyalitas nasabah terhadap bank tersebut.

#### 2. Pelayanan Konsumen

Pelayanan konsumen yang diberikan adalah dengan adanya konsultasi nasabah terhadap pihak bank ketika timbul masalah sehingga pihak bank dapat memberikan solusi untuk masalah yang sedang dialami nasabah.

#### 3. *Value*

Nilai yang dapat dirasakan oleh nasabah merupakan selisih yang ada antara jumlah nilai pelanggan dengan jumlah biaya nasabah. Jumlah nilai nasabah merupakan sebuah harapan dari sekelompok manfaat yang disediakan oleh produk dan jasa. Jumlah biaya nasabah merupakan beberapa biaya yang digunakan oleh nasabah untuk menilai, mendapatkan, menggunakan serta membuang produk atau jasa.

---

<sup>35</sup> Kotler, Philip dan Keller, Kevin L. *Manajemen Pemasaran*. Ed 12. Jilid 2. Jakarta: PT. Indeks. 2009

Kepuasan mencerminkan evaluasi seseorang terhadap kinerja produk atau jasa yang dirasakannya atau hasil yang berkaitan dengan harapan. Jika pandangan konsumen pada kinerja produk ataupun jasa memiliki kesamaan dengan kinerja produk yang diharapkan, maka kepuasan konsumen akan dicapai (Kotler & Keller, 2009: 14).<sup>36</sup>

Rivai (2012) memberikan dukungan terhadap pandangan tersebut yang mana kapuasan pelanggan yakni perasaan yang senang atau kecewa yang timbul karena adanya selisih antara kinerja dengan produk ataupun jasa dengan harapan mereka. Jika kinerja produk ataupun jasa sesuai dengan harapan, maka pelanggan akan senang dan sebaliknya.

Dalam mempertahankan pelanggan salah satu kuncinya yakni kepuasa pelanggan. Pelanggan yang merasakan kepuasan umumnya tetap setia dalam jangka waktu yang cukup lama, melakukan pembelian kembali saat peusahaan mengeluarkan produk baru serta melakukan perbaruan terhadap produk lama. Berkenaan dengan pihak lain tentang perusahaan serta produknya, kurang mengindahkan merk dari pesaing serta tidak peka pada harga serta memberikan produk perusahaan atau ide layanan yang lebih buruk dari pada pelanggan baru mengingat transaksi akan menjadi rutin (Kotler & Keller, 2009: 140).

Semakin besar kesenjangan antara harapan dan kinerja, semakin besar ketidakpuasan pelanggan / konsumen. Menciptakan kepuasan pelanggan / konsumen dapat memberikan berbagai manfaat, antara lain (Buchory dan Saladin, 2006: 115)<sup>37</sup>

---

<sup>36</sup> Kotler, Philip Dan Keller, Kevin L. *Manajemen Pemasaran*. Ed 12. Jilid 3. Jakarta: Erlangga.2009

<sup>37</sup> Buchory, Herry, and Saladin, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank* (Bandung: Linda Karya, 2006).



- a. Terjadinya hubungan yang harmonis antara pelanggan dengan perusahaan.
- b. Membangun *loyalitas* pelanggan kepada perusahaan agar tidak beralih ke perusahaan lain.
- c. Terjadinya permasalahan publik yang positif berupa word of mouth.
- d. Terjadinya penjualan berulang.

Tingkat kepuasan nasabah dihubungkan dengan perilaku nasabah sudah ada pada beberapa studi, akan ada beberapa tipe nasabah (Schiffman & Kanuk (2004:15) dalam Wulan Pinontoan (2013)<sup>38</sup>:

1. Pelanggan yang puas atau pelanggan mendapat lebih dari yang diharapkannya, sehingga pelanggan tersebut akan *loyal* atau percaya terhadap produk yang disediakan oleh perusahaan dan akan terus *repeat order*.
2. Tipe pelanggan adalah pembelot, yaitu pelayanan yang diberikan oleh perusahaan dianggap tidak penting, pelanggan standar atau biasa, biasanya pelanggan akan berhenti membeli produk.
3. Pelanggan teroris adalah pelanggan yang memiliki pengalaman buruk atau negatif terhadap perusahaan, sehingga menyebarkan efek negatif kepada orang lain.
4. Pelanggan sandera adalah pelanggan yang tidak puas dengan produk tetapi tidak dapat membeli barang lain karena struktur pasar monopoli atau harga rendah. Sekalipun pelanggan tidak

---

<sup>38</sup> Wulan Pinontoan, 'Pengaruh E-Banking, Kualitas Pelayanan, Kualitas Komunikasi Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. Bank Mandiri Cabang Manado', *Emba*, 1.4 (2013), 192–201.

puas dengan layanan yang diberikan, harus terus menggunakannya karena tidak ada perusahaan lain yang puas atau tidak puas.

5. Pelanggan *Mercenary*, yaitu pelanggan yang sangat puas dengan produk tetapi tidak memiliki *loyalitas* terhadap produk.

Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen atau pelanggan tergantung pada perasaan setiap orang. Sehingga kepuasan setiap pelanggan, baik itu pelanggan maupun pelanggan lainnya, berbeda-beda. Namun secara umum kepuasan konsumen dapat timbul dari produk yang berkualitas tinggi, harga yang diberikan tidak terlalu tinggi, pelayanan yang berkualitas tinggi dan kenyamanan pelanggan untuk mendapatkan produk.

## 2.2. Penelitian Terdahulu

No	Penulis	Tahun	Judul Penelitian	Kesimpulan
1.	Penelitian oleh Irfan Nurahmadi Harish	2017	Pengaruh Kepercayaan Nasabah dan Kualitas Layanan <i>Mobile Banking</i> Terhadap Kepuasan Nasabah studi kasus pada Bank Syariah Mandiri Depok <sup>39</sup>	Variabel kepercayaan nasabah secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. variabel kualitas layanan <i>m-Banking</i> mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah. bahwa kepercayaan nasabah bank.
2.	Much Fathkul Anwar	2018	Pengaruh Persepsi Kegunaan, Kepercayaan Dan Risiko Terhadap Minat Menggunakan <i>Mobile Banking</i> (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Iain Salatiga)	Variabel Persepsi kegunaan secara statistik berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan <i>mobile banking</i> (Y). Artinya semakin tinggi persepsi kegunaan maka akan meningkatkan minat menggunakan <i>mobile banking</i> . Variabel kepercayaan secara statistik tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan <i>mobile banking</i> (Y). Hasil ini menunjukkan semakin tinggi kepercayaan maka tidak

<sup>39</sup> Irfan Nurhadi Harish. Pengaruh Kepercayaan Nasabah Dan Kualitas Layanan *Mobile Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah. *Skripsi. Uin Syarif Hidayatullah Jakarta*. 2017.

				berpengaruh terhadap minat menggunakan mobile banking. Variabel risiko secara statistik tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan mobile banking (Y). Hasil penelitian ini menunjukkan semakin tinggi risiko tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan mobile banking. Variabel <i>independen</i> yaitu persepsi kegunaan, kepercayaan, dan risiko secara bersama-sama mempengaruhi minat menggunakan mobile banking. <sup>40</sup>
3.	Nurdin, Rukma Ningrum, Sofyan Bachnid, Abdul Jalil		Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan <i>Mobile Banking</i> Di Bank Mega	Variabel kegunaan, kepercayaan dan kemudahan dalam menggunakan <i>Mobile Banking</i> terhitung tidak terlalu berpengaruh pada minat nasabah dalam menggunakan <i>Mobile Banking</i> , namun variabel manfaat, kepercayaan dan

---

<sup>40</sup> Muchfakhul Anwar. Pengaruh Persepsi Kegunaan, Kepercayaan Dan Risiko Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Iain Salatiga). Skripsi. 2018

			Syariah Cabang Palu <sup>41</sup>	kemudahan yang apabila digunakan secara bersama – sama akan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat nasabah dalam menggunakan aplikasi <i>Mobile Banking</i> , variabel manfaat, kepercayaan nasabah dan kemudahan pengoprasian <i>Mobile Banking</i> yang digunakan secara parsial tidak mempengaruhi minat nasabah untuk menggunakan <i>Mobile Banking</i> sama sekali.
4.	Djoko Soelistya dan Heni Agustina	2017	Analisis Teknologi Informasi <i>Mobile Banking</i> Dan Persepsi Risiko Transaksi Terhadap Kepuasan Nasabah Studi Kasus Di Bank Mandiri Syariah Cabang Jemur Handayani Surabaya <sup>42</sup>	Uji Parsial antara variabel bebas persepsi atas teknologi (X1), terhadap keputusan pembelian (Y), dengan nilai signifikansi =0,000. Nilai signifikansi variabel persepsi atas teknologi (X1) $0,000 < 0,05$ , hal ini menunjukkan logan pembelian at puno variabel (X1) . Uji parsial antara variabel persepsi atas risiko transaksi (X3) terhadap kepuasan nasabah (Y) dengan nilai signifikansi = 0,010. Nilai signifikansi variabel persepsi atas risiko transaksi (X2) $0,010 < 0,05$ , hal ini

<sup>41</sup> Nurdin and others, 'Pengaruh Manfaat, Kepercayaan Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Di Bank Mega Syariah Cabang Palu', *Jurnal Ilmu Perbankan Dan Keuangan Syariah*, 3.1 (2021), 30–45 <<https://doi.org/10.24239/jipsya.v3i1.37.30-45>>.

<sup>42</sup> Djoko Soelistya dan Heni Agustina Agustina. Analisis Teknologi Informasi *Mobile Banking* Dan Persepsi Risiko Transaksi Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Bank Mandiri Syariah Cabang Jemur Handayani Surabaya). *Accounting And Management Journal*. 1.2. 2018. 89–100 <<https://doi.org/10.33086/Amj.V1i2.77>>.

				menunjukkan variabel psikologis (X3) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y).
5.	Ikbar Wibidilla	2016	Pengaruh Kegunaan, Risiko Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan <i>Mobile Banking</i> Studi Kasus Pada Nasabah Bank Mandiri Kantor Cabang Solo <sup>43</sup>	Variabel manfaat atau kegunaan berpengaruh pada minat nasabah dalam menggunakan <i>Mobile Banking</i> , kemudahan berpengaruh pada minat nasabah dalam menggunakan <i>Mobile Banking</i> , risiko penggunaan <i>Mobile Banking</i> berpengaruh pada minat nasabah dalam menggunakan <i>Mobile Banking</i> .
6.	Dr.Siti Rofingatun, Kurniawan Patma	2020	Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Efektivitas, Risiko Terhadap Minat Dan Penggunaan <i>Financial technology (Fintech)</i> Dengan Minat Sebagai Variabel Mediasi <sup>44</sup>	Dengan hasil penelitian ini dapat ditarik kesimpulan Persepsi kemudahan penggunaan tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan <i>finance Technology (financial technology)</i> . Persepsi kemudahan penggunaan tidak berpengaruh terhadap penggunaan <i>financial technology (fintech)</i> . Persepsi kemudahan penggunaan tidak berpengaruh terhadap penggunaan <i>financial technology (fintech)</i> dengan

<sup>43</sup> Ikbar Wibiadila, 'Pengaruh Kegunaan, Kemudahan, Risiko, Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan *Mobile Banking*', *Management Journal*, 2.2 (2016), 1–13.

<sup>44</sup> Andi Setiawan, Siti Rofingatun, and Kurniawan Patma, 'Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Efektivitas, Risiko Terhadap Minat Dan Penggunaan *Financial technology (Fintech)* Dengan Minat Sebagai Variabel Mediasi', *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Daerah*, 15.2 (2020), 35–48 <<https://doi.org/10.52062/jakd.v15i2.1623>>.

				minat sebagai variabel mediasi. Efek pengaruh <i>financial technology (fintech)</i> . penggunaan <i>financial technology (fintech)</i> . Persepsi efektivitas berpengaruh terhadap penggunaan <i>financial technology (fintech)</i> dengan minat sebagai variabel mediasi. Risiko tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan <i>financial technology (fintech)</i> . <i>Fintech</i> . ( <i>Fintech</i> ) dengan minat sebagai variabel mediasi. Minat berpengaruh terhadap penggunaan <i>financial technology (fintech)</i> . Persepsi kemudahan, efektivitas, dan risiko berpengaruh pada penggunaan <i>fintech</i> secara bersama – sama.
7.	Irwan Tirtana dan Shinta Permata Sari	2014	Analisis Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan Dan Kepercayaan Penggunaan <i>Mobile Banking</i> <sup>45</sup>	Semua variabel yang diteliti dalam penelitian ini menghasilkan pengaruh positif terhadap nasabah yang menggunakan <i>Mobile Banking</i> . Dengan adanya perkembangan yang pesat dalam bidang perbankan memberikan nasabah ruang gerak yang lebih leluasa dalam bertransaksi

<sup>45</sup> Irwan Tirtana and Permata Shinta Sari, 'Analisis Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan Dan Kepercayaan Terhadap Penggunaan Mobile Banking', *Prosiding Seminar Nasional Dan Call for Paper Program Studi Akuntansi-FEB UMS*, 25 (2014), 671–88 <<https://publikasiilmiah.ums.ac.id/xmlui/handle/11617/4589>>.

8.	Maya Qorri Aina	2019	Analisis Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan Dan Keamanan Terhadap Minat Menggunakan E-Banking Pada Bank Umum Syariah <sup>46</sup>	Variabel kemudahan dan keamanan berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo menggunakan e-Banking bank umum syariah, namun variabel kepercayaan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat menabung mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Uin Walisongo.
9.	Imam Yahya dan	2016	Pengaruh Perubahan Biaya Transaksi Kartu Atm (Anjungan Tunai Mandiri) Pada Tabungan Faedah Terhadap Minat Bertransaksi Nasabah Di Brisyariah Kc Semarang <sup>47</sup>	Perubahan biaya transaksi kartu ATM memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat bertransaksi nasabah di BRISyariah KC Semarang. Dengan adanya perubahan biaya transaksi seperti tarik tunai, transfer, dan cek saldo yang saat ini mahal maka minat bertransaksi nasabah menjadi berkurang. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung sebesar 2,878 > t tabel sebesar 2,024 dengan tingkat signifikan sebesar 0,000 dibawah 0,05. Sehingga hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini dapat diterima. Dan nilai R Square

<sup>46</sup> Maya Qorri aina, 'Analisis Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan Dan Keamanan Terhadap Minat Menggunakan E-Banking Pada Bank Umum Syariah', *Skripsi Uin Walisongo*, 2019, 105.

<sup>47</sup> Imam Yahya, Dan Retnandi, and Meita Putri, *PENGARUH PERUBAHAN BIAYA TRANSAKSI KARTU ATM (ANJUNGAN TUNAI MANDIRI) PADA TABUNGAN FAEDAH TERHADAP MINAT BERTRANSAKSI NASABAH DI BRISYARIAH KC SEMARANG*, Imam Yahya & Retnandi, 2016, VII <[www.brisyariah.co.id](http://www.brisyariah.co.id)>.

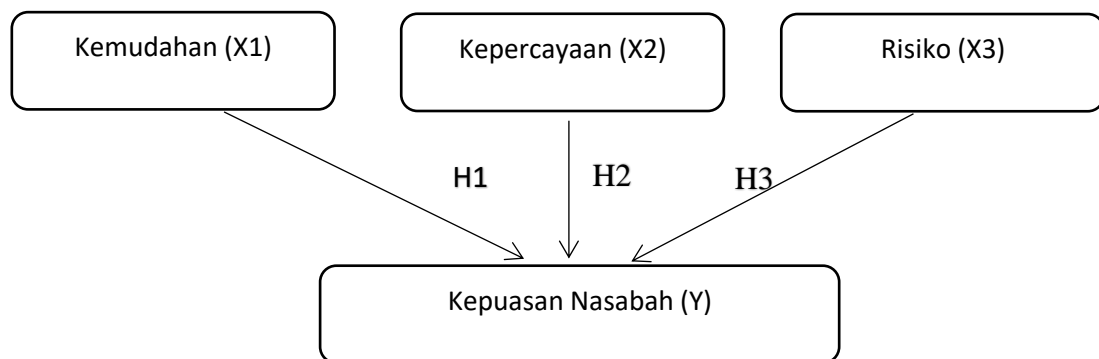


				(R <sup>2</sup> ) menunjukkan sebesar 0.179 atau 17.9%. Hal ini berarti bahwa variabel <i>independen</i> yaitu perubahan biaya transaksi kartu ATM mampu menjelaskan variabel <i>dependen</i> yaitu minat bertransaksi nasabah sebesar 17.9% dan selebihnya 82.1% ditentukan atau dijelaskan oleh variabel lain tidak dalam cakupan penelitian penulis. Dengan kata lain, perubahan biaya transaksi kartu ATM pada tabungan Faedah mempengaruhi minat bertransaksi nasabah di BRISyariah KC Semarang sebesar 17.9%.
--	--	--	--	---

### 2.3. Kerangka Berpikir

Gambar 2.1

**Kerangka Berpikir**



#### 1. Kemudahan Penggunaan

Menurut Jogiyanto persepsi kemudahan diartikan dimana manusia memahami bahwa menggunakan atau melakukan sesuatu

tanpa membutuhkan effort yang besar, dengan kata lain penggunaan teknologi dapat digunakan dengan mudah. Menurut Davis perangkat yang tidak menggunakan usaha besar akan jauh lebih baik daripada perangkat yang membutuhkan usaha yang besar. Dari konsep ini dapat dipahami bahwa kemudahan sistem informasi akan lebih menarik pengguna dalam menggunakan perangkat tersebut.

Penelitian yang dilakukan oleh Maya Qoori tahun 2019 menyatakan bahwa variabel kemudahan berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo menggunakan *e-Banking* bank umum syariah, namun variabel kepercayaan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat menabung mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Uin Walisongo.

## 2. Kepercayaan

Swaninanthan dan Reddy dalam John Eagen (2004) memaparkan bahwa kepercayaan terbentuk saat sebuah kelompok mempercayai bahwa tindakan kelompok lainnya dapat memberikan dampak positif baginya.

Kotler (2009;219) menyatakan bahwa kepercayaan merupakan kesiapan perusahaan untuk bergantung dengan partner bisnis. Kepuasan dapat dimaknai dengan anggapan atau hasil yang memiliki kaitan erat dengan harapan (Kotler, 2009:14). Apabila kinerja dari produk tidak sesuai dengan harapan, maka dapat menimbulkan kekecewaan bagi pelanggan.

Irfan Nur Rahmadi Haris (2017) variabel kepercayaan nasabah secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. variabel kualitas layanan *m-Banking* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah. bahwa kepercayaan nasabah bank.

## 3. Risiko

Pavlou (2003), memberikan pernyataan bahwa risiko transaksi ialah sebuah kondisi yang tidak diketahui yang hendaknya menjadi pertimbangan seseorang dalam menetapkan atau tidak untuk bertransaksi secara *online*. Pihak akan melakukan pertimbangan dengan benar berkenaan dengan jarak serta suasana interpersonal dalam transaksi *online* serta infrastruktur global yang memiliki kandungan risiko yang besar. Risiko dapat dimaknai dengan perkiraan yang subjektid bagi konsumen yang mengalami kerugian ketika menerima hasil yang diminta.

Menurut Djoko Soelistya dan Heni Agustina nilai signifikansi variabel persepsi atas risiko transaksi (X2)  $0,010 < 0,05$ , hal ini menunjukkan variabel psikologis (X3) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y).

#### 2.4. Hipotesis

Hipotesis merupakan sebuah proporsi atau dugaan yang belum tentu terbukti kebenarannya bahwa menjelaskan tentang fakta atau fenomena serta jawaban yang memungkinkan tentang pertanyaan – pertanyaan yang muncul dalam penelitian. Hipotesis juga dapat diartikan sebagai suatu perkiraan yang sifatnya sementara terhadap permasalahan penelitian hingga terbukti melewati terkumpulnya sebuah data dan kemudian diolah oleh peneliti<sup>48</sup>Berdasarkan kerangka penelitian tersebut, maka hipotesis sebagai berikut:

1. H01: Terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel kemudahan *m-Banking* terhadap kepuasan nasabah.
2. H02: Terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel kepercayaan terhadap kepuasan nasabah.
3. H03: Terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel risiko penggunaan *Mobile Banking* terhadap kepuasan nasabah.

---

<sup>48</sup> Kotler, Philip Dan Keller, Kevin L. *Manajemen Pemasaran*. Ed 12. Jilid 3. Jakarta: Erlangga.2009

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **1.1. Ruang Lingkup Penelitian**

Dalam Ruang Lingkup penelitian diperlukan adanya waktu dan lokasi dilakukannya penelitian tersebut. Dengan adanya hal tersebut penelitian akan lebih terorganisir dengan baik. Lokasi penelitian yang dilakuka peneliti adalah di kota Gubug dan sekitarnya.

#### **3.2. Jenis Penelitian**

Dilaksanakan penelitian dengan model kuantitatif. Kuantitatif ialah jenis penelitian yang menggunakan data yang berbentuk angka, kemudian dilakukan pengelolaan dan disimpulkan (Sugiyono, 2019). Tujuan dari dilakukannya penelitian kuantitatif yakni tujuan yang menyeluruh dari temuan penelitian sehingga dapat dipergunakan untuk melihat kondisi dan situasi yang sama dengan populasi lainnya. Selain itu penelitian kuantitatif juga dipergunakan dalam memberikan penjelasan mengenai hubungan sebab akibat antar variabel yang hendak diteliti. Dengan menggunakan metode ini peneliti dapat mengetahui variabel – variabel yang mempengaruhi kepuasan nasabah.

#### **3.3 Populasi dan Sampel**

##### **1. Populasi**

Populasi merupakan sebuah objek yang menjadi sasaran dari penelitian. Populasi juga dapat dimaknai dengan seluruh subjek penelitian jika seseorang hendak melaksanakan penelitian berkenaan dengan elemen yang terdapat pada wilayah penelitian sehingga penelitian ialah penelitian populasi<sup>49</sup> Populasi yang diambil dari penelitian ini adalah para nasabah Bank Syariah Indonesia Kota Gubug dengan jumlah nasabah keseluruhan sebanyak 7.623 orang.

---

<sup>49</sup> sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi Dan R&d)* (Bandung: Alfabeta, 2017).

## 2. Sampel

Sugiono berpendapat bahwa sampel adalah bagian dari sejumlah karakteristik yang ada dalam populasi. Penelitian ini menggunakan teknik *sampling Non Probability Sampling* dimana teknik pengambilan sampel yang tidak adanya pemberian kesempatan yang sama dari populasi untuk menjadi sampel. Dari berbagai *metode non probability sampling*, teknik *sampling* yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Accidental Sampling*, dimana teknik pengambilan sampel berdasarkan dengan kebetulan, maksudnya siapapun yang secara tidak sengaja bertemu dengan peneliti ataupun tidak sengaja mendapatkan link kuesioner peneliti dapat digunakan sebagai sampel penelitian<sup>50</sup>. Dalam pengambilan sampel ini peneliti berfokus pada nasabah Bank Syariah Indonesia kota Gubug yang berjumlah 7.623 nasabah dengan menggunakan acuan layanan *Mobile Banking* yang disediakan sehingga menciptakan rasa puas kepada nasabah, dimana penelitian dilakukan pada bulan Juni tahun 2022.

### 3.4 Teknik Pengambilan Sampling

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik pengambilan sampling slovin. Melalui metode ini peneliti menggunakan rumus :

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

keterangan :

n = sampel

N = populasi

e = perkiraan tingkat kesalahan (*margin of error*)

Dengan jumlah populasi

---

<sup>50</sup> sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi Dan R&d)* (Bandung: Alfabeta, 2017) <[www.cvalfabeta.com](http://www.cvalfabeta.com)>.

Dalam penelitian ini menggunakan menggunakan tingkat perkiraan kesalahan (e) sebesar 10%. Maka perhitungannya:

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

$$n = \frac{7.623}{1+7.623(10\%^2)}$$

$$n = \frac{7.623}{1+7.623(0.01)}$$

$$n = \frac{7.623}{77.23}$$

$$n = 98.7$$

$$n = 100 \text{ (dibulatkan)}$$

Pada penelitian ini dipergunakan model simple *random* sampling yakni metode yang dimana peneliti memilih sample secara acak tanpa melihat strata atau populasi *homogen*. Artinya semua pengguna *Mobile Banking* Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Gubug dapat berpartisipasi dalam mengisi kuesioner yang dibuat oleh peneliti.

### 3.5 Metode Pengumpulan Data

Pada penelitian ini dipergunakan sumber data primer. Sumber data primer yaitu sumber data yang didapat secara langsung dari pengumpulan data. Untuk mendapatkan data dari sumber data primer melalui kuesioner (pengisian angket) dengan skala likert.

Pada penelitian ini metode pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut :

1. *Kuesioner* atau angket , peneliti membuat kuisisioner atau angket melalui google form yang kemudian disebarakan melalui social media dan teman sehingga siapapun yang mendapatkan kuesioner tersebut dapat mengisi dan menjadi sampel penelitian.

2. Pengukuran variabel dilaksanakan dengan menggunakan skala likert yang dapat dipaparkan berikut ini:

### 3.6 Penilaian Kualitas Variabel

**Tabel 3.1**  
*Skala Likert*

<b>Kode</b>	<b>Kriteria</b>	<b>Nilai</b>
SS	Sangat Setuju	5
S	Setuju	4
R	Ragu-Ragu	3
TS	Tidak Setuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

Dipergunakan skala likert dengan alasan lebih baik dari pada tipe lain yakni relatif mudah, skala liker juga mencerminkan keragaman skor sebagai dampak penggunaan skala dari 1 sampai dengan 5.<sup>51</sup>

### 3.7 Definisi Bivariabel

*Definisi operasional variabel* merupakan penjelasan berkenaan dengan berbagai variabel yang dipergunakan dalam penelitian. Model pengukuran sikap yang dipergunakan dengan skala likert, sehingga variabel yang diukur dapat dipaparkan menjadi indikator variabel. Kemudian digunakan sebagai titik dalam penyusunan item instrumen yang berupa pertanyaan dan pernyataan. Terdapat dua variabel yang diteliti diantaranya:

#### 1. Variabel *Independen* (X)

Variabel bebas ialah variabel yang menjadi sebab berubahnya atau timbulnya variabel terikat. Adapun dalam penelitian ini menggunakan variabel bebas berikut:

- a. Persepsi kemudahan (X1)
- b. Persepsi kepercayaan (X2)
- c. Persepsi risiko (X3)

#### 2. Variabel *Dependen* (Y)

---

<sup>51</sup> sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi Dan R&d)*. Alfabeta.2017.

Variabel terikat merupakan variabel yang di pengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas yang menjadi variabel terikat (Y) dalam penelitian ini adalah Kepuasan Nasabah.

**Tabel 3.2.**  
**Definisi Bivariabel**

Variabel	Definisi	Indikator	Skala Penilaian
<b>Kemudahan (X1)</b>	Kemudahan adalah suatu teknologi yang dapat digunakan tanpa membutuhkan usaha yang lebih untuk bisa dipahami dan digunakan	1. Mudah digunakan / <i>easy to use</i>  2. Mudah dipelajari / <i>easy to learn</i>  3. Jelas dan dapat dimengerti / <i>clear and understandable</i>  4. Efisiensi waktu <sup>52</sup>	1 – 5
<b>Kepercayaan (X2)</b>	Kepercayaan adalah sebuah rasa yakin yang dimiliki nasabah terhadap bank dalam menyerahkan dan menggunakan aplikasi tersebut	1. <i>Benevolence</i> / kebijakan  2. <i>Intergrity</i> / intergritas  3. <i>Competence</i> /	1-5

<sup>52</sup> Maya Qorri aina, 'Analisis Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan Dan Keamanan Terhadap Minat Menggunakan E-Banking Pada Bank Umum Syariah', *Skripsi Uin Walisongo*, 2019, 105.



		<p>kemampuan</p> <p>4. <i>willingness to depend / ketersediaan untuk bergantung</i><sup>53</sup></p>	
<b>Risiko (X3)</b>	<p>Risiko adalah suatu kendala atau kepanikan yang dialami dalam menggunakan suatu produk atau program dan dapat menyebabkan kerugian baik kecil hingga besar.</p>	<p>1. Kemungkinan terdapat risiko pencurian.</p> <p>2. Risiko biaya besar.</p> <p>3. kemungkinan terdapat risiko pencurian<sup>54</sup></p>	1 – 5
<b>Kepuasan (Y)</b>	<p>Kepuasan nasabah adalah sebuah hasil yang diperoleh oleh pihak bank atau perusahaan dalam menyajikan dan melayani nasabah sehingga memunculkan perasaan senang terhadap seorang nasabah.</p>	<p>1. Perbandingan dengan situasi ideal.</p> <p>2. konfirmasi harapan</p> <p>3. kepuasan secara general<sup>55</sup></p>	1 - 5

<sup>53</sup> Muhammad Adit Prasetya. Pengaruh E-Service Quality Dan Trust Pada Internet Banking. Skripsi. 2016. 1–123.

<sup>54</sup> Anwar.

<sup>55</sup> Muhammad Adit Prasetya. Pengaruh E-Service Quality Dan Trust Pada Internet Banking. Skripsi. 2016. 1–123.

### 3.8 Teknik Analisis Data

Agar data yang diperoleh dapat diolah dan menghasilkan kesimpulan, maka harus dilakukan adanya teknik analisis data. Dengan adanya analisis data dapat diperoleh keputusan mengenai hasil olah data. Tujuan dari analisis data sendiri adalah agar peneliti memperoleh hasil agar dapat ditarik kesimpulan dan dipresentasikan dari data yang terkumpul. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

#### 1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Setiap butir itu dianggap valid atau tidak, dapat diketahui dengan cara mengkorelasikan antara skor butir (corrected item) dengan skor total (total correlation). Bila korelasi tiap konstruk tersebut positif dan besarnya  $> r$  tabel maka konstruk tersebut merupakan konstruk yang kuat. Sedangkan bila korelasi  $< r$  tabel akan dapat disimpulkan bahwa butir instrument tersebut tidak valid.<sup>56</sup>

#### 2. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas digunakan untuk mengetahui adanya konsistensi alat ukur dalam penggunaannya. Uji reliabilitas dilakukan juga sebagai tolak ukur untuk menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran tersebut tetap mempunyai konsistensi apabila dilakukan pengolahan data berulang kali. Apabila Cronbach Alpha ( $\alpha$ ) dari suatu variabel lebih besar dari 0,60 maka butir pertanyaan dalam instrumen tersebut dianggap reliabel atau dapat diandalkan.<sup>57</sup>

#### 3. Uji Asumsi Klasik

##### a. Uji Normalitas Data

Uji normalitas merupakan salah satu bagian dari uji persyaratan analisis data atau biasa disebut asumsi klasik. Tujuan uji normalitas adalah untuk mengetahui apakah distribusi sebuah data mengikuti atau mendekati

---

<sup>56</sup> Imam Ghozali. Aplikasi Analisis Dengan Program IBM SPSS 20 UNDIP. Semarang. 2012. hal 52

<sup>57</sup> Husein Umar, Research Methods in Finance and *Banking*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama. 2002

distribusi normal, yakni distribusi data yang mempunyai pola seperti distribusi normal.

Uji normalitas dapat dilihat dengan uji Kolmogorov Smirnov. Dasar pengambilan keputusannya adalah jika signifikansi di bawah 0,05 berarti terdapat perbedaan yang signifikan, dan jika signifikansi di atas 0,05 maka tidak terjadi perbedaan yang signifikan.<sup>58</sup>

b. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (*independen*). Untuk mengetahui ada atau tidaknya multikolonieritas, mengacu pada nilai yang dipakai untuk menunjukkan adanya multikolonieritas adalah nilai  $tolerance > 0,10$  atau sama dengan nilai  $VIF < 10$ .<sup>59</sup>

c. Uji heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homokedastisitas. Dan jika berbeda disebut dengan heterokesdesitas. Model regresi yang baik adalah yang Homokesdesitas atau tidak terjadi Heterokesdesitas.<sup>60</sup>

### 3.9 Uji Hipotesis

1. Uji Regresi Linier Berganda

Pengujian hipotesis yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan model persamaan regresi berganda. Model ini digunakan untuk menguji pengaruh dua atau lebih variabel *independen* terhadap variabel *dependen* dengan skala pengukuran interval atau rasio dalam suatu persamaan linier. Variabel *independen* terdiri dari Kepercayaan Nasabah dan Kualitas Layanan *e-Banking* sedangkan variabel *dependennya* adalah Kepuasan Nasabah. Persamaan regresi yang diinterpretasikan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

---

<sup>58</sup> Kasmadi dan Nia Siti Aminah. Panduan Modern Penelitian Kuantitatif. Bandung: Alfabeta. 2014

<sup>59</sup> Sugiyono, Metode Penelitian Manajemen. cet 3. Bandung : Alfabeta. 2014

<sup>60</sup> Fridayana Yudiantmajaya. Analisis Regresi dengan Menggunakan Aplikasi Komputer Statistik. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama. 2013

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

Keterangan:

$Y$  = Kepuasan Nasabah

$\alpha$  = Konstanta

$X_1$  = Kemudahan penggunaan m- *Banking*

$X_2$  = Kepercayaan Nasabah

$X_3$  = Risiko penggunaan m-*Banking*

$\beta_1, \beta_2, \beta_3$  = Koefisien Regresi

$e$  = Standar Error

Pengujian hipotesis dilakukan melalui uji t, uji F dan uji  $R^2$ .

## 2. Uji Parsial (Uji t)

Uji ini pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel *independen* secara individual (parsial) dalam menerangkan variasi variabel *dependen*. Langkah yang digunakan untuk menguji hipotesis ini adalah dengan menentukan *level of significance*-nya. *Level of significance* yang digunakan adalah sebesar 5 % atau ( $\alpha$ ) = 0,05. Jika  $\text{sig. } t > 0,05$  maka  $H_0$  ditolak namun jika  $\text{sig. } t < 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel *independen* dengan variabel *dependen*.

- Apabila  $t$  hitung lebih kecil dari  $t$  tabel maka  $H_0$  diterima, nya -masing variabel Persepsi Kemudahan ( $X_1$ ), Persepsi Kepercayaan ( $X_2$ ), dan Risiko ( $X_3$ ) tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah dalam Menggunakan *Mobile Banking* ( $Y$ ).
- Apabila  $t$  hitung lebih besar dari  $t$  tabel maka  $H_0$  ditolak dan  $H_0$  diterima, artinya masing-masing variabel Persepsi Kemudahan ( $X_1$ ), Persepsi Kepercayaan ( $X_2$ ), dan Risiko ( $X_3$ ) berpengaruh signifikan terhadap terhadap Kepuasan Nasabah dalam Menggunakan *Mobile Banking* ( $Y$ ).

### 3. Uji Simultan (Uji F)

Uji ini pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel *independen* yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel *dependen*. Jika nilai signifikansi  $< 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan sebaliknya, jika nilai signifikansi  $> 0,05$  maka  $H_0$  ditolak.<sup>61</sup>

### 4. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada intinya adalah mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel *dependen*. Nilai  $R^2$  adalah diantara nol dan satu. Jika nilai  $R^2$  berkisar hampir satu, berarti semakin kuat kemampuan variabel *independen* dalam menjelaskan variabel *dependen* dan sebaliknya jika nilai  $R^2$  semakin mendekati angka nol, berarti semakin lemah kemampuan variabel *independen* dalam menjelaskan variabel *dependen*.

---

<sup>61</sup> suliyanto. *Ekonometrika Terapan: Teori & Aplikasi dengan SPSS*. Yogyakarta: Andi. 2011

## **BAB IV**

### **GAMBARAN UMUM DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1. Gambaran Umum Objek penelitian**

##### **4.1.1. Sejarah Bank Syariah Indonesia**

Indonesia merupakan sebuah negara yang mayoritas beragama islam, sehingga Indonesia berpotensi untuk menjadi negara yang terdepan dalam sector keuangan berprinsip syariah. Seiring dengan kesadaran masyarakat terhadap halalnya sebuah produk dan dukungan kebudayaan yang kuat adalah faktor yang sangat penting dalam proses pengembangan industry berlabel halal di negara ini. Bank Syariah merupakan salah satunya. Bank syariah memegang peranan yang penting sebagai penyedia jasa pada semua *aktivitas* keuangan dalam industri halal. Dalam tiga dekade ini perbankan syariah di Indonesia mengalami perkembangan dan peningkatan yang signifikan. Penawaran dan perkembangan produk, peningkatan layanan, dan berkembangnya jaringan memperlihatkan respon perkembangan yang positif. Semangat terhadap perubahan menuju label syariah juga terlihat dari banyaknya Bank Syariah yang muncul dan melakukan aksi korporisasi. BUMN juga ikut mendukung adanya label keuangan syariah di Indonesia sehingga muncullah Bank Syariah Mandiri, Bank Negara Indonesia Syariah, dan Bank Rakyat Indonesia Syariah.

Margernya ketiga Bank Syariah BUMN ini terlaksana pada tanggal 1 Februari 2001 atau dalam kalender islam pada tanggal 19 Jumadil Akhir 1442 Hijriah, margernya ketiga Bank Syariah ini juga mengalami peralihan nama menjadi Bank Syariah Indonesia atau BSI. Dengan kata lain pada tanggal tersebut BSI resmi berdiri menjadi satu kesatuan Bank Syariah yang ada di Indonesia. Dengan menyatunya tiga Bank Syariah besar di Indonesia akan menghadirkan kelengkapan dalam pelayanan, jangkauan yang lebih luas, serta daya tampung untuk permodalan yang lebih banyak dan baik. Dengan dukungan dari induk Perusahaan yaitu Mandiri, Bank Negara Indonesia, dan Bank Rakyat Indonesia, dan juga dukungan yang diberikan pemerintah melewati Kementrian BUMN.

Bank Syariah Indonesia diciptakan dan didorong agar mampu bersaing di industri keuangan tingkat global. Dengan adanya penggabungan tersebut merupakan sebuah usaha untuk menciptakan Bank Syariah yang dapat dipercaya dan dibanggakan oleh umat, dengan harapan dapat menjadi kekuatan baru untuk pembangunan perekonomian nasional dan kontribusi terhadap kemakmuran masyarakat yang luas. Kemunculan Bank Syariah Indonesia juga merupakan gambaran wajah perbankan berlabel Syariah di Indonesia yang Modern, Universal dan memberikan kebaikan bagi segenap alam (Rahmatan Lil'Aalamiin).

#### **4.1.2. Visi Misi Bank Syariah Indonesia**

##### **1. Visi Bank Syariah Indonesia**

“Top 10 Global Islamic Bank”

##### **2. Misi Bank Syariah Indonesia**

1. Memberikan akses solusi keuangan syariah di Indonesia melayani >20 juta nasabah dan menjadi top 5 bank berdasarkan asset (500+T) dan nilai buku 50 T di tahun 2025.
2. Menjadi bank besar yang memberikan nilai terbaik bagi para pemegang saham.
3. Top 5 bank yang paling *profitable* di Indonesia (ROE 18%) dan valuasi kuat (PB>2)
4. Menjadi perusahaan pilihan dan kebanggaan para talenta terbaik Indonesia.
5. Perusahaan dengan nilai yang kuat dan memberdayakan masyarakat serta berkomitmen pada pengembangan karyawan dengan budaya berbasis kinerja.

#### **4.1.3. Struktur Organisasi Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Gubug**

Struktur organisasi dari Bank Syariah Indonesia KCP Gubug adalah sebagai berikut

Branch Manager : Faezal Reza

MRL TL : Novan Driyan K

BOSM : Sri Wahyuni H

CBRM : Faezal Reza

RSE : Aries Setyadi

Teller : Katata Nadia

Customer Service : Retno

GSS : Anggun P

Pelaksana Gadai : Dhini

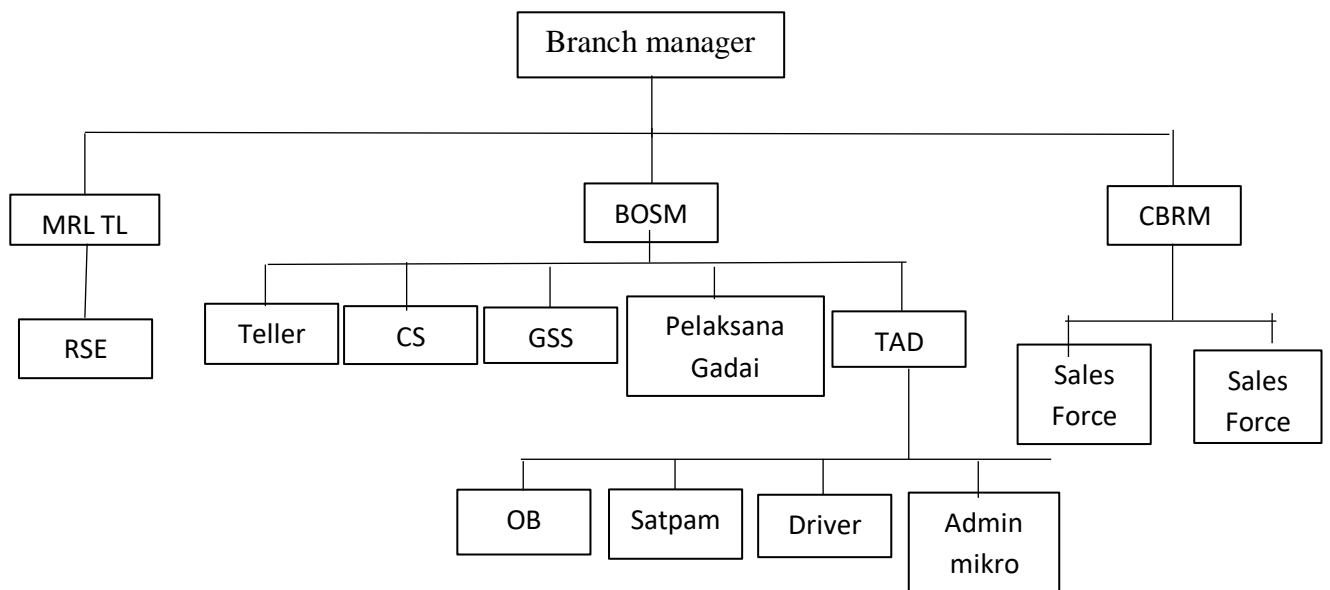
TAD : 1. Office Boy : Reky  
 2. Satpam : A.Thohirin, Bambang  
 3. Driver : Eddy  
 4. Admin Mikro : Habib

Sales Force : Wiwik

Sales Force : Mujiah

**Gambar 4.1**

**Struktur Organisasi**





#### **4.4.1. Produk – Produk *Digital Banking* Bank Syariah Indonesia**

##### **1. BSI *Mobile***

BSI *Mobile* merupakan salah satu produk *Digital Banking* yang dimiliki oleh BSI yang menyediakan fasilitas transaksi selama 24 *non stop*.

##### **2. BSI Aisyah**

BSI Aisyah merupakan robot chat yang tersedia 24 jam *non stop* yang dimiliki oleh BSI guna mendengarkan keluhan para nasabah atau jika nasabah mengalami kesulitan transaksi.

##### **3. Solusi Emas**

Solusi emas adalah salah satu produk *Digital Banking* yang dimiliki BSI guna mempermudah nasabah dalam menabung emas, jual beli e mas, dan transaksi emas lainya tanpa perlu datang ke kantor bank.

##### **4. BSI JadiBerkah.id**

BSI JadiBerkah.id merupakan salah satu produk yang dimiliki *Digital Banking* Bank Syariah Indonesia yang memiliki fitur kemudahan dalam berzakat, berinfa dan bersedekah.

##### **5. BSI ATM CRM**

BSI ATM CRM atau Cash Recycle Machine adalah ATM setor Tarik tunai dimana nasabah tidak harus mengantri lagi untuk melakukan setor tunai.

##### **6. BSI *Merchant Business***

EDC Bank Syariah Indonesia adalah fasilitas yang disiapkan oleh Bank Syariah Indonesia untuk nasabah yang mempunyai usaha guna memberikan kemudahan transaksi pembayaran karrtu debit ATM kepada *customernya*.

#### 7. BSI *Cardless Withdrawal*

*BSI Cardless Withdrawal* adalah fasilitas yang diberikan oleh Bank Syariah Indonesia untuk nasabah dalam bertransaksi dengan mesin ATM tanpa menggunakan kartu ATM.

#### 8. BSI *QRIS*

*BSI QRIS* adalah produk transaksi yang disediakan oleh BSI untuk nasabah dalam bidang pembayaran hanya dengan melakukan scan kode QR.

#### 9. Buka Rekening *Online*

Layanan buka rekening *online* adalah layanan yang diberikan oleh BSI untuk nasabah yang belum memiliki rekening tanpa harus datang langsung ke kantor cabang.

#### 10. BSI *Net*

*BSI net* adalah layanan fasilitas yang diberikan oleh Bank Syariah Indonesia untuk nasabah dalam memonitor dan transfer secara masal.

#### 11. Mitraguna *Online*

*Mitraguna Online* adalah layanan pembiayaan secara *online* yang dapat digunakan untuk ragam kebutuhan (Multiguna) yang halal, dengan sumber pembayaran dari gaji/pendapatan pegawai tetap (payroll melalui Bank Syariah Indonesia) dan tanpa menggunakan agunan. Pembiayaan *mitraguna online* menggunakan Akad Refinancing Syariah dengan Skema Al-Bai' dalam rangka Musyarakah Mutanaqishah (MMQ).

#### 12. BSI *Debit Card*

*BSI Kartu Debit* merupakan kartu ATM dari Bank Syariah Indonesia yang dapat digunakan untuk bertransaksi di ATM dan EDC di jaringan GPN dan International (Visa).

### 13. BSI *Debit OTP*

BSI *Debit OTP* merupakan layanan transaksi berbasis kartu debit yang menggunakan kode OTP sebagai PIN dalam setiap penggunaan transaksinya.

### 14. *Deposito Mobile*

*Deposito Mobile* adalah fitur yang diberikan oleh BSI kepada nasabah guna mempermudah nasabah dalam melakukan investasi.

### 15. Griya Hasanah *Online*

Pembiayaan BSI Griya Hasanah *Online Top Up* merupakan Pembiayaan dari PT Bank Syariah Indonesia Tbk (BSI), dalam bentuk penambahan Pembiayaan dari Pembiayaan eksisting BSI untuk tujuan konsumtif nasabah. Pembiayaan Griya Hasanah *Online Top Up* menggunakan Akad Refinancing Syariah dengan Skema Al-Bai' dalam rangka Musyarakah Mutanaqishah (MMQ).

### 16. E-mas BSI *Mobile*

Fitur e-mas (e-mas) merupakan produk layanan *Digital* yang disediakan Bank Syariah Indonesia (selanjutnya disebut Bank) dimana saldo kepemilikan emas milik Nasabah berupa gram emas yang disimpan melalui/ menggunakan BSI *Mobile*.

## **4.2. Gambaran Umum Responden**

Responden dalam penelitian ini adalah nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Gubug. Jumlah nasabah yang menjadi responden adalah sebanyak 100 orang. Berdasarkan data dari hasil kuisisioner kepada 100 responden, diperoleh kondisi responden tentang *Mobile Banking*.

**Tabel 4.1**

**Tabel Pekerjaan Responden**

No.	Pekerjaan	Frekuensi	Persentase
1	Pelajar / mahasiswa	34	34%
2	PNS	15	15%
3	Karyawan Swasta	41	41%
4	Wirausaha	2	2%
5	Lain – lain	8	8%
Jumlah		100	100%

Sumber: data primer(diolah)

Table menunjukkan jumlah responden Nasabah Bank Syariah Indonesia berdasarkan pekerjaan yaitu responden dengan pekerjaan pelajar / mahasiswa berjumlah 34 orang atau sebanyak 34 %. Nasabah dengan pekerjaan PNS berjumlah 15 orang atau sebanyak 15%. Nasabah dengan pekerjaan karyawan swasta berjumlah 41 orang atau sebanyak 41%. Nasabah dengan pekerjaan wirausaha sejumlah 2 orang atau sebanyak 2%. Dan nasabah dengan pekerjaan lain – lain (ibu rumah tangga, TNI, BUMN, perawat) sejumlah 8 orang atau 8%.

#### 4.2.1. Usia Responden

**Tabel 4.2**

**Usia Responden**

No	Usia	Frekuensi	Persentase
1	<20 tahun	10	10%
2	20-30 tahun	45	45%
3	31-40 tahun	25	25%
4	>40 tahun	20	20%
Jumlah		100	100%

Sumber: data primer (diolah)

Dalam table tersebut dijelaskan bahwa Nasabah Bank Syariah Indonesia dengan usia kurang dari 20 tahun berjumlah 10 orang atau sebanyak 10%. Nasabah berusia 20 – 30 tahun berjumlah 45 orang atau sebanyak 45%. Nasabah dengan usia 31 – 40 tahun berjumlah 25 orang atau sebanyak 25%. Dan nasabah berusia lebih dari 40 tahun berjumlah 20 orang atau sebanyak 20%.

#### 4.2.2. Jenis Kelamin Responden

**Tabel 4.3**  
**Jenis Kelamin Responden**

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
1	Perempuan	67	67%
2	Laki Laki	33	33%
Jumlah		100	100%

Sumber: data primer (diolah)

### 4.3. Analisis Data dan Interpretasi data

#### 4.3.1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui valid atau tidaknya sebuah kuisioner. Dalam menentukan kelayakan atau tidak suatu pertanyaan yang digunakan, maka peneliti menggunakan uji validitas dengan signifikansi sebesar 5%. Nilai r table dengan  $df = n - 2$  menjadi ( $df = 100 - 2 = 98$ ) sehingga r table pada taraf 5% adalah 0,1966.

Apabila r hitung  $> 0,1966$  maka item pertanyaan itu dinyatakan valid. Dan apabila r hitung  $< 0,1966$  maka item pertanyaan itu tidak valid.

**Tabel 4.4**  
**Hasil Uji Validitas**

Variabel	Indikator	R hitung	R Tabel	Keterangan
Kemudahan	P.1	0,836	0,1966	Valid
	P.2	0,883	0,1966	Valid
	P.3	0,635	0,1966	Valid
	P.4	0,861	0,1966	Valid
Kepercayaan	P.1	0,916	0,1966	Valid
	P.2	0,854	0,1966	Valid
	P.3	0,896	0,1966	Valid
	P.4	0,882	0,1966	Valid
Risiko	P.1	0,769	0,1966	Valid
	P.2	0,847	0,1966	Valid
	P.3	0,877	0,1966	Valid
Kepuasan	P.1	0,817	0,1966	Valid
	P.2	0,889	0,1966	Valid
	P.3	0,877	0,1966	Valid

Sumber : Data primer (diolah)

Dari data tersebut dapat diketahui bahwa nilai R hitung dari setiap item pertanyaan disetiap variabelnya memiliki nilai yang lebih besar dari  $r_{table} = 0,1966$ , maka dari itu R hitung bernilai positif dan besarnya R

hitung > R tabel sehingga dapat dikatakan valid. Jadi kesimpulan yang dapat diambil adalah valid.

#### 4.3.2. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas digunakan untuk mengetahui adanya konsistensi alat ukur dalam penggunaannya. Uji reliabilitas dilakukan juga sebagai tolak ukur untuk menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran tersebut tetap mempunyai konsistensi apabila dilakukan pengolahan data berulang kali. Apabila Cronbach Alpha ( $\alpha$ ) dari suatu variabel lebih besar dari 0,60 maka butir pertanyaan dalam instrumen tersebut dianggap reliabel atau dapat diandalkan. Hasil Uji reliabilitas dari variabel kemudahan, kepercayaan, risiko, dan kepuasan menggunakan *Mobile Banking* adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.5**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Cronbach Alpha	Rale of Thum	Keterangan
Kemudahan	0,813	0,6	Reliabel
Kepercayaan	0,908	0,6	Reliabel
Risiko	0,772	0,6	Reliabel
Kepuasan	0,786	0,6	Reliabel

Sumber: Data Primer diolah

Dari tabel yang tertera diatas dapat dilihat bahwa nilai Cronbach Alpha setiap variabel kemudahan, kepercayaan, risiko dan kepuasan nasabah dalam menggunakan *Mobile Banking* Bank Syariah Indonesia nilai nya lebih besar daripada Cronbach Alpha yaitu 0,6. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel kemudahan, kepercayaan, risiko dan kepuasan

nasabah dalam menggunakan *Mobile Banking* Bank Syariah Indonesia dikatakan reliabel.

#### 4.3.3. Uji Asumsi Klasik

##### 1. Uji Normalitas

Uji normalitas dapat dilihat dengan uji Kolmogorov Smirnov. Dasar pengambilan keputusannya adalah jika signifikansi di bawah 0,05 berarti terdapat perbedaan yang signifikan, dan jika signifikansi di atas 0,05 maka tidak terjadi perbedaan yang signifikan.

**Tabel 4.6**  
**Hasil Uji Normalitas**  
**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

			Unstandardized Residual
N			100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>		Mean	.0000000
		Std. Deviation	.98084034
Most Extreme Differences	Extreme	Absolute	.066
		Positive	.041
		Negative	-.066
Test Statistic			.066
Asymp. Sig. (2-tailed)			.200 <sup>c,d</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

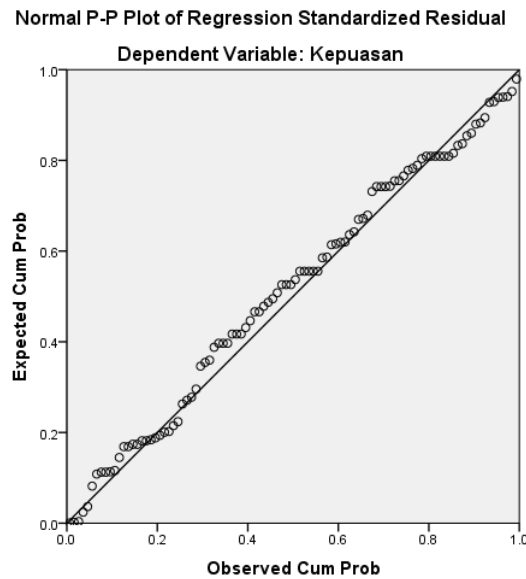
d. This is a lower bound of the true significance.

Dalam tabel uji Kolmogorov Smirnov didapat hasil Asymp. Sig. (2 - tailed) sebesar 0,200 lebih besar dari 0,05. Data akan dikatakan berdistribusi normal apabila nilai signifikansi (Sig.) > 0,05. Jadi sesuai dengan dasar



pengambilan keputusan uji Kolmogorov Smirnov, dan dapat ditarik kesimpulan bahwa data berdistribusi normal.

**Gambar 4.2**  
**Uji Normalitas dengan melihat diagram Histogram**



Sumber : Data Primer (diolah)

Dari diagram P-P Plot dapat dilihat bahwa sebaran data berada di alur garis diagonal. Maka dari diagram tersebut dapat disimpulkan bahwa data penelitian berdistribusi normal.

## 2. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (*independen*). Untuk mengetahui ada atau tidaknya multikolonieritas, mengacu pada nilai yang dipakai untuk menunjukkan adanya multikolonieritas adalah nilai  $\text{tolerance} > 0,10$  atau sama dengan nilai  $\text{VIF} < 10$ .

**Tabel 4.7**  
**Hasil Uji Multikolinearitas**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	4.354	1.090		3.996	.000		
Kemudahan	.274	.065	.378	4.216	.000	.533	1.875
Kepercayaan	.237	.055	.396	4.326	.000	.511	1.957
Risiko	-.075	.043	-.124	-1.733	.086	.839	1.193

a. *Dependent* Variabel: Kepuasan

Sumber : Data Primer diolah

Dari tabel yang tertera dapat dilihat nilai VIF variabel kemudahan  $1,875 < 10$ , dan nilai toleransinya sebesar  $0,533 > 0,10$ . Nilai VIF dari variabel kepercayaan sebesar  $1,957 < 10$ , dan nilai toleransi nya sebesar  $0,511 > 0,10$ . Nilai VIF dari variabel kepercayaan adalah  $1,193 < 10$ , dan nilai toleransinya sebesar  $0,839 > 0,10$ . maka dapat ditarik kesimpulan bahwa dalam data tersebut tidak terjadi multikolinieritas antar variabel.

### 3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homokedastisitas. Dan jika berbeda disebut dengan heterokesdesitas. Model regresi yang baik adalah yang Homokesdesitas atau tidak terjadi Heterokesdesitas.

**Tabel 4.8**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-.170	.661		-.257	.797
Kemudahan	.049	.039	.170	1.246	.216
Kepercayaan	-.021	.033	-.088	-.632	.529
Risiko	.050	.026	.209	1.920	.058

a. *Dependent* Variabel: RES2

Sumber: Data primer (diolah)

Dari data yang tergambar dalam tabel dapat dilihat bahwa nilai signifikan dalam variabel kemudahan sebesar  $0,378 > 0,05$ , nilai signifikan untuk variabel kepercayaan sebesar  $0,529 > 0,05$ , dan nilai signifikan dari variabel risiko sebesar  $0,058 > 0,05$ . Berdasarkan uji heteroskedastisitas glesjer setiap variabel memiliki nilai signifikan  $> 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa pada model regresi ini tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

#### 4.3.4. Uji Hipotesis

##### 1. Uji Regresi Linear Berganda

Uji ini pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel *independen* secara individual (parsial) dalam menerangkan variasi variabel *dependen*. Langkah yang digunakan untuk menguji hipotesis ini adalah dengan menentukan *level of significance*-nya. *Level of significance* yang digunakan adalah sebesar 5 % atau  $(\alpha) = 0,05$ . Jika  $\text{sign. } t > 0,05$  maka  $H_a$  ditolak namun jika  $\text{sig. } t < 0,05$  maka  $H_a$  diterima dan berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel *independen* dengan variabel *dependen*.

**Tabel 4.9**  
**Hasil Uji Analisis Regresi Liner Berganda**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	4.354	1.090		3.996	.000		
Kemudahan	.274	.065	.378	4.216	.000	.533	1.875
Kepercayaan	.237	.055	.396	4.326	.000	.511	1.957
Risiko	-.075	.043	-.124	-1.733	.086	.839	1.193

a. *Dependent* Variabel: Kepuasan

$$Y = 4,354 + 0,274x_1 + 0,237x_2 - 0,75x_3 + e$$

Dimana :

Y = Variabel *dependen* (kepuasan nasabah menggunakan *Mobile Banking* Bank Syariah Indonesia)

X1 = Variabel *independen* ( Kemudahan)

X2 = Variabel *independen* ( Kepercayaan)

X3 = Variabel *independen* ( Risiko)

e = Standart error\

Berdasarkan persamaan regresi linear berganda yang tertera dapat ditarik kesimpulan bahwa:

- a.  $\alpha$  (constant) sebesar 4,354 menerangkan bahwa jika variabel kemudahan (X1), Kepercayaan (X2), dan risiko (X3) dianggap sama saja dengan nol atau tidak dimasukkan dalam penelitian, maka nilai kepuasan nasabah menggunakan *Mobile Banking* Bank Syariah Indonesia (Y) sebesar 4,354 dalam skala 1 – 5 atau sebesar 4 ,35%

- b. b1 (koefisien regresi kemudahan) sebesar 0,274 menerangkan bahwa jika variabel kemudahan (X1) ditingkatkan, dalam hal ini indikator mudah untuk dipelajari dan mudah untuk digunakan, nyata dan dapat dipahami dan juga menghemat waktu, sebab itu nasabah yang menggunakan *Mobile Banking* Bank Syariah Indonesia akan meningkat sebesar 0,274 dalam skala 1 – 5 dengan asumsi variabel *independen* yang lain konstan (*ceteris paribus*)
- c. b2 (koefisien regresi kepercayaan) sebesar 0,237 menerangkan bahwa apabila variabel Kepercayaan X2 ditingkatkan, maka hal ini indikator kemampuan, kepercayaan dan juga kerahasiaan informasi maka kepuasan nasabah yang menggunakan *Mobile Banking* Bank Syariah Indonesia akan meningkat sebesar 0,237 dalam skala 1 – 5 dengan asumsi variabel *independe* lain konstan (*ceteris paribus*).
- d. b3 (koefisien regresi risiko) sebesar -0,075 menerangkan bahwa apabila variabel risiko (X3) ditingkatkan, dalam hal indikator system risiko penggunaan *Mobile* banking maka kepuasan nasabah dalam menggunakan *Mobile Banking* Bank Syariah Indonesia akan menurun sebesar -0,075 dalam skala 1 – 5 dengan asumsi variabel *independen* yang lain konstan (*ceteris paribus*)

## 2. Uji T

Uji ini pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel *independen* secara individual (parsial) dalam menerangkan variasi variabel *dependen*. Langkah yang digunakan untuk menguji hipotesis ini adalah dengan menentukan *level of significance*-nya. *Level of significance* yang digunakan adalah sebesar 5 % atau  $(\alpha) = 0,05$ . Jika  $\text{sign. } t > 0,05$  maka  $H_a$  ditolak namun jika  $\text{sig. } t < 0,05$  maka  $H_a$  diterima dan berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel *independen* dengan variabel *dependen*.

$$\begin{aligned} \text{Ketentuan t table} &= \alpha/2 : n-k-1 \\ &= 0,05/2 : 100 - 3 - 1 \end{aligned}$$

$$= 0,025 : 96$$

$$= 1,98498$$

### **Ketentuan T hitung > T tabel**

Untuk memberikan penjelasan uji t dapat dilihat dari tabel yang diatas bahwa

1. Hasil uji t dari variabel kemudahan diperoleh t hitung sebesar 4,216 > t tabel 1,98298, dengan nilai sig sebesar 0,000. Dimana hasil analisis dengan sig sebesar 0,000 < 0,05 maka H0 ditolak dan H1 diterima. Yang artinya variabel kemudahan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah yang menggunakan *Mobile Banking* Bank Syariah Indonesia.
2. Hasil dari uji t variabel kepercayaan diperoleh t hitung sebesar 4,326 > t tabel 1,98298, dengan nilai sig sebesar 0,000. Dimana hasil analisis dengan sig sebesar 0,000 < 0,05, maka H0 ditolak dan H2 diterima. Yang artinya variabel kepercayaan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah yang menggunakan *Mobile Banking* Bank Syariah Indonesia.
3. Hasil dari uji t variabel risiko diperoleh t hitung sebesar -1,733 < t tabel 1,98298, dengan sig sebesar 0,086. Dimana hasil sig 0,086 > 0,05, maka H0 diterima dan H3 ditolak. Yang mana artinya variabel risiko tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan *Mobile Banking*.

### **4. Uji Simultan F**

Uji ini pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel *independen* yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel *dependen*. Jika nilai signifikansi < 0,05 maka Ha diterima dan sebaliknya, jika nilai signifikansi > 0,05 maka Ha ditolak.

**4.10**  
**Hasil Uji Simultan F**

ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	136.147	3	45.382	45.743	.000 <sup>b</sup>
	Residual	95.243	96	.992		
	Total	231.390	99			

a. *Dependent* Variabel: Kepuasan

b. Predictors: (Constant), Risiko, Kemudahan, Kepercayaan

Berdasarkan tabel 4.10 didapat nilai F sebesar 45,743 dengan F sig 0,000, hal ini menunjukkan nilai F hitung > F tabel dengan kata lain  $45,743 > 2,698$ , dan nilai sig  $0,000 < 0,005$ . Maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa secara simultan kemudahan (X1), Kepercayaan (X2), dan Risiko (X3) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan *Mobile Banking* Bank Syariah Indonesia (Y).

### 5. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada intinya adalah mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel *dependen*. Nilai  $R^2$  adalah diantara nol dan satu. Jika nilai  $R^2$  berkisar hampir satu, berarti semakin kuat kemampuan variabel *independen* dalam menjelaskan variabel *dependen* dan sebaliknya jika nilai  $R^2$  semakin mendekati angka nol, berarti semakin lemah kemampuan variabel *independen* dalam menjelaskan variabel *dipenden*.

**Tabel 4.11**  
**Hasil Uji Koefisien Dererminasi**

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.767 <sup>a</sup>	.588	.576	.99605

a. Predictors: (Constant), Risiko, Kemudahan, Kepercayaan

Dalam tabel 4.11 tertera hasil dari  $R^2$  sebesar 0,588 atau 58,8%. Hal ini memperlihatkan bahwa persentase sumbangan pengaruh variabel kemudahan, kepercayaan dan risiko terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan *Mobile Banking* Bank Syariah Indonesia sebesar 58,8% variasi variabel *dependen*. Sekalipun sisanya dipengaruhi atau diperjelas dengan variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

#### 4.4. Pembahasan

1. Pada hasil uji t diketahui bahwa variabel kemudahan (X1) mempunyai nilai yang diperoleh dari T hitung sebesar 4,216 > dari t tabel yaitu 1,98498 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Dengan hasil signifikansi sebesar 0,000 terlihat jelas bahwa < 0,0 5, sehingga H0 ditolak dan H1 diterima. Dengan begitu variabel kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan *Mobile Banking* Bank Syariah Indonesia.

Hasil uji T yang didapat oleh peneliti selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Maya Qorri pada tahun 2019 dengan kesimpulan variabel kemudahan dan keamanan berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo menggunakan *e-Banking* bank umum syariah. Akan tetapi hasil ini tidak selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Nurdin, Rukma Ningrum, Sofyan Bachnid, Abdul Jalil dengan kesimpulan variabel kemudahan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking*.



Hasil dari penelitian ini didapat hasil bahwa variable kemudahan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y) dimana semakin mudah aplikasi *mobile banking* digunakan maka akan semakin puas pula nasabah dalam menggunakan *mobile banking*.

2. Variabel kepercayaan (X2) mempunyai nilai yang diperoleh dari R hitung sebesar 4,326 yang jelas terlihat  $>$  dari r tabel yaitu 1,98498 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Dengan hasil signifikansi 0,000 terlihat jelas bahwa  $<$  0,05, sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa H0 ditolak dan H2 diterima. Dengan begitu kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan *Mobile Banking* Bank Syariah Indonesia.

Hasil uji T yang didapat oleh peneliti memiliki hasil yang selaras dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Irfan Nurhadi Haris yang memiliki kesimpulan bahwa variabel kepercayaan nasabah secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. variabel kualitas layanan *m-Banking* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah. bahwa kepercayaan nasabah bank.

Hasil uji T tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa variable kepercayaan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah. Dimana semakin besar rasa percaya nasabah kepada bank dalam bertransaksi dan semakin kuat bank menjaga kepercayaan nasabah maka nasabah tersebut akan semakin puas terhadap penggunaan *mobile banking* itu sendiri.

3. Variabel risiko (X3) mempunyai nilai yang diperoleh dari R hitung sebesar -1,733 yang sudah pasti  $<$  1,98498 dan memperoleh nilai signifikansi 0,086. Dengan hasil signifikansi sebesar 0,086 terlihat jelas bahwa  $>$  0,05. Dengan begitu dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel risiko tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan *Mobile Banking* Bank Syariah Indonesia.

Hasil uji T yang didapat oleh peneliti dapat dilihat bahwa memiliki hasil yang selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Dr. Siti Rofingatun dan Kurniawan Patma pada tahun 2020 dengan kesimpulan variabel risiko tidak

berpengaruh terhadap minat menggunakan *financial teknologi*. Selaras pula dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Muchfakhul Anwar dengan hasil penelitian variabel risiko secara statistik tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan mobile banking (Y). Namun hasil dari uji T peneliti ini tidak selaras dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Ikbar Wibidilla yang memiliki hasil penelitian risiko penggunaan mobile banking berpengaruh pada minat nasabah dalam menggunakan mobile banking.

Hasil penelitian ini peneliti memiliki kesimpulan bahwa variable risiko (X3) tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah. Risiko besar atau kecil tidak mempengaruhi kepuasan nasabah untuk tetap menggunakan mobile banking. Nasabah akan terus tetap menggunakan mobile banking tanpa melihat risiko yang akan terjadi.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1. Kesimpulan**

Dalam penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui apakah variabel kemudahan, kepercayaan dan risiko memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan *Mobile Banking* Bank Syariah Indonesia KCP Gubug. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dan pembahasan yang telah dijabarkan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa:

1. Variabel kemudahan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan *Mobile Banking* hal tersebut dapat diperhatikan dari hasil pengujian kemudahan terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan *Mobile Banking* Bank Syariah Indonesia. Hasil dari uji parsial ( uji t ) memperoleh nilai t hitung  $>$  t tabel dengan nilai  $4,216 > 1,98498$  dan memperoleh nilai signifikansi sebesar  $0,000$  dimana lebih kecil dari  $0,05$ . Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Yang artinya variabel kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan *Mobile Banking* Bank Syariah Indonesia.
2. Variabel kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan *Mobile Banking* Bank Syariah Indonesia. Hal tersebut dapat diperhatikan dari hasil pengujian variabel kepercayaan terhadap kepuasan nasabah. Hasil dari uji parsial ( uji t ) memperoleh nilai t hitung  $>$  t tabel dengan nilai  $4,326 > 1,98498$  dan memiliki hasil signifikansi sebesar  $0,000 < 0,005$ . Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_2$  diterima. Yang artinya variabel kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan *Mobile Banking* Bank Syariah Indonesia.
3. Variabel risiko tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan *Mobile Banking* Bank Syariah Indonesia.

Hal tersebut dapat diperhatikan dari uji hasil variabel risiko terhadap kepuasan nasabah. Hasil dari uji parsial ( uji t ) memperoleh hasil nilai t hitung  $< t$  tabel dengan nilai  $-1,733 < 1,98498$  dan signifikansi sebesar  $0,086 > 0,05$ . Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa  $H_0$  diterima dan  $H_3$  ditolak. Yang artinya bahwa variabel risiko tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan *Mobile Banking* Bank Syariah Indonesia.

## 5.2.Saran

Berdasarkan hasil analisis dan penelitian yang dilakukan, saran yang diberikan penulis adalah sebagai berikut :

1. Bagi pihak bank

Bagi pihak bank BSI diharapkan memperhatikan kepuasan nasabah dalam menggunakan *Mobile Banking*. Diharapkan juga pihak bank memperbaiki dan memaksimalkan layanan yang diberikan sehingga nasabah semakin nyaman dan puas dengan layanan yang diberikan *Mobile Banking* Bank Syariah Indonesia.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan teori – teori yang sudah ada dalam penelitian ini. Dikembangkan pula dengan menambahkan faktor – faktor lain yang mempengaruhi kepuasan nasabah dalam menggunakan *Mobile Banking* baik dari Bank Syariah Indonesia maupun bank lain.

3. Bagi nasabah

Bagi nasabah diharapkan bersabar dan memaklumi jikalau ada gangguan pada *Mobile Banking*, karena dilihat dari usia berdirinya Bank Syariah Indonesia masih terhitung baru dan pastinya masih dalam proses perkembangan untuk menjadi yang lebih baik dan lebih efektif lagi.

## Daftar Pustaka

- Adit Prasetya, Muhammad, 'Pengaruh E-Service Quality Dan Trust Pada Internet Banking', 2016, 1–123
- Afendi, Arif, And Abdul Ghofur, 'Spiritual Well-Being And Religious Commitment In Explaining Customer Satisfaction And Loyalty In Sharia Banking', *Economica: Jurnal Ekonomi Islam*, 12.1 (2021), 97–118  
<<https://doi.org/10.21580/Economica.2021.12.1.6429>>
- Amanullah, Bastian, 'Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan, Dan Kepercayaan Terhadap Sikap Positif Penggunaan Layanan Mobile Banking', *Skripsi*, 2014, 66
- Amijaya, Gilang Rizky, 'Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Kemudahan, Risiko Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank Dalam Menggunakan Internet Banking', *Interfaces*, 30 (2010), 117–18
- Anwar, Muchfaktul, 'Pengaruh Persepsi Kegunaan, Kepercayaan Dan Risiko Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking', *Iain Salatiga*, 2018, 1–144
- Aydin, Serkan, 'The Analysis Of Antecedents Of Customer Loyalty In The Turkish Mobile Telecommunication Market', 2004  
<<https://doi.org/10.1108/03090560510601833>>
- Bachmann, Rainhard, And Akbar Zaheer, *Handbook Of Trust Research* (Bodmin: Edward Elgar Publishing, 2006)
- Bettelheim, Bruno, 'Laporan Keuangan Bri Tahun 2010', *A Psicanalise Dos Contos De Fadas. Tradução Arlene Caetano*, 1980, 466  
<<https://doi.org/10.1145/2505515.2507827>>
- Buchory, Herry, And Saladin, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank* (Bandung: Linda Karya, 2006)
- Chaffey, Dave, Adil Fadillah, Rini Syarif, Rahmadi Heksawan & Malik Deni, Iva Atika, Buhori Muslim, And Others, 'Pengaruh Satisfaction Dan Trust Terhadap Minat Beli Konsumen (Purchase Intention) Di Starbucks The Square Surabaya', *Journal Ecobisma*, 2.2 (2018), 1–11  
<<https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/download/14797/14574%0ahttp://ejournal.iaiskjmalang.ac.id/index.php/iqtis/article/view/146%0ahttps://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/view/13854%0ahttps://conf>>
- Dewi, Ni, And I Warmika, 'Peran Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat Dan Persepsi Risiko Terhadap Niat Menggunakan Mobile Commerce Di Kota Denpasar', *None*, 5.4 (2016), 251442
- Djaakum, Cita Sary, 'Peer To Peer Lending Against Ease Of Business Technology Acceptance Model (Tam) Approach', *Economica: Jurnal Ekonomi Islam*, 10.2 (2019), 217–38 <<https://doi.org/10.21580/Economica.2019.10.2.3476>>
- Fitri, Maltuf. Prinsip Kesyariahan Dalam Lembaga Syariah. *Jurnal Economica*. 2015
- Hadi, Syamsul, And Novi Novi, 'Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan Mobile Banking', *Optimum: Jurnal Ekonomi Dan Pembangunan*, 5.1 (2015), 55 <<https://doi.org/10.12928/Optimum.V5i1.7840>>
- Harish, I.N, 'Pengaruh Kepercayaan Nasabah Dan Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah', *Skripsi. Uin Syarif Hidayatullah*

- Jakarta, 2017, 17  
<https://News.Detik.Com/Berita-Jawa-Tengah/D-5798447/M-Banking-Dibobol-Duit-Nasabah-Setengah-Miliar-Raib>
- Nurdin, Rukma Ningrum, Sofyan Bacmid, And Abdul Jalil, ‘Pengaruh Manfaat, Kepercayaan Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Di Bank Mega Syariah Cabang Palu’, *Jurnal Ilmu Perbankan Dan Keuangan Syariah*, 3.1 (2021), 30–45  
 <<https://doi.org/10.24239/jipsya.v3i1.37.30-45>>
- Nurhadi Irfan, ‘No Title’, *Pengaruh Kepercayaan Nasabah Dan Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah* (2017)
- Oetomo, Budi, *Perencanaan Dan Pengembangan Sistem Informasi* (Yogyakarta: Andi, 2002)
- Pinontoan, Wulan, ‘Pengaruh E-Banking, Kualitas Pelayanan, Kualitas Komunikasi Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Pt. Bank Mandiri Cabang Manado’, *Emba*, 1.4 (2013), 192–201
- Qorri Aina, Maya, ‘Analisis Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan Dan Keamanan Terhadap Minat Menggunakan E-Banking Pada Bank Umum Syariah’, *Skripsi Uin Walisongo*, 2019, 105
- Rivai, Veitzhal, And Deddy Mulyadi, *Kepemimpinan Dan Perilaku Organisasi* (Jakarta: Pt. Raja Grafindo Persada, 2012)
- Rizal, Syamsul, And Munawir, ‘Pengaruh Kepuasan Nasabah Terhadap Menggunakan Mobile Banking (M-Banking) Pada Bank Bca Cabang Banda Aceh’, *Jurnal Emt Kita*, 1.2 (2017), 68–78 <<http://journal.lembagakita.org>>
- Rukhviyanti, Yudhi W. Arthana R. & Novi, ‘Pengaruh Minat Individu Terhadap Penggunaan mobile banking (M-Banking): Model Kombinasi Technology Acceptance Model (Tam) Dan Theory Of Planned Behavior (Tpb)’, *Jurnal Informasi*, VII.1 (2015), 25–44
- S, Ellys Cornelia, Nancy Veronica S, Endo Wijaya Kartika, And Thomas S Kaihatu, ‘Analisa Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Laundry 5asec Surabaya’, 45–57
- Setiawan, Andi, Siti Rofingatun, And Kurniawan Patma, ‘Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Efektivitas, Risiko Terhadap Minat Dan Penggunaan *Financial Technology* (Fintech) Dengan Minat Sebagai Variabel Mediasi’, *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Daerah*, 15.2 (2020), 35–48  
 <<https://doi.org/10.52062/jakd.v15i2.1623>>
- Soelistya, Djoko, And Heni Agustina Agustina, ‘Analisis Teknologi Informasi Mobile Banking Dan Persepsi Risiko Transaksi Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Bank Mandiri Syariah Cabang Jemur Handayani Surabaya)’, *Accounting And Management Journal*, 1.2 (2018), 89–100  
 <<https://doi.org/10.33086/amj.v1i2.77>>
- Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi Dan R&D)* (Bandung: Alfabeta, 2017)
- , *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi Dan R&D)* (Bandung: Alfabeta, 2017) <[www.cvalfabeta.com](http://www.cvalfabeta.com)>

- Tirtana, Irwan, And Permata Shinta Sari, 'Analisis Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan Dan Kepercayaan Terhadap Penggunaan Mobile Banking', *Prosiding Seminar Nasional Dan Call For Paper Program Studi Akuntansi-Feb Ums*, 25 (2014), 671–88 <<https://publikasiilmiah.ums.ac.id/xmlui/handle/11617/4589>>
- Wibiadila, Ikbar, 'Pengaruh Kegunaan, Kemudahan, Risiko, Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan Mobile Banking', *Management Journal*, 2.2 (2016), 1–13
- Wulandari, Novitasari Putri, Nadya Novandriani, And Karina Moeliono, 'Analisis Faktor-Faktor Penggunaan Layanan Mobile Banking Di Bandung', *Bisnis Dan Iptek*, 2017, 139–49
- [www.ojk.go.id](http://www.ojk.go.id)
- Yahya, Imam, Dan Retnandi, And Meita Putri, *Pengaruh Perubahan Biaya Transaksi Kartu Atm (Anjungan Tunai Mandiri) Pada Tabungan Faedah Terhadap Minat Bertransaksi Nasabah Di Brisyariah Kc Semarang*, Imam Yahya & Retnandi, 2016, VII <[www.brisyariah.co.id](http://www.brisyariah.co.id)>

## LAMPIRAN

### LAMPIRAN 1. KUESIONER PENELITIAN

#### A. Pengantar penelitian

#### KUESIONER PENELITIAN

Perkenalkan nama saya All Ghaniyyu Wahyu Suryanti mahasiswa UIN Walisongo Semarang Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Program Studi Perbankan Syariah angkatan 2018. Saat ini saya sedang mengadakan penelitian dalam rangka menyelesaikan skripsi. Penelitian ini menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data primer. Untuk itu, saya memohon kesediaan Saudara/i untuk meluangkan waktu mengisi kuesioner ini. seluruh jawaban yang telah saudara/i berikan akan saya gunakan sebaik-baiknya untuk penelitian dan semua jawaban dari responden terjamin kerahasiaannya. Atas partisipasi dan bantuannya, saya ucapkan terimakasih. Semoga segala urusan saudara/i di mudahkan oleh Allah SWT.

Hormat saya,

All Ghaniyyu Wahyu Suryanti

#### B. Identitas Responden

Email : .....

Nama : .....

Pekerjaan :

- a. Mahasiswa / Pelajar
- b. PNS



- c. Karyawan Swasta
- d. Wirausaha
- e. Lainnya

Jenis Kelamin :

- a. Perempuan
- b. Laki – laki

Usia :

- a. <20 tahun
- b. 20-30 tahun
- c. 30-40 tahun
- d. >40 tahun

Nomor shopeepay : ....

C. Kuesioner pengaruh kemudahan, kepercayaan dan risiko penggunaan *Mobile Banking* terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Gubug.

**1. Kemudahan penggunaan *Mobile Banking* (X1)**

No.	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1	Penggunaan <i>Mobile Banking</i> mudah dipelajari					

2	Saya merasa <i>Mobile Banking</i> mudah digunakan dalam segala bidang dan fiturnya					
3	Saya merasa <i>Mobile Banking</i> sangat mudah digunakan dalam bertransaksi					
4	Saya tidak pernah merasa kesulitan bertransaksi menggunakan <i>Mobile Banking</i>					

## 2. Kepercayaan (X2)

No.	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1	Saya percaya <i>Mobile Banking</i> menjamin keamanan privasi data pribadi saya					
2	Saya merasa aman jika melakukan transaksi menggunakan <i>Mobile Banking</i>					
3	Saya percaya <i>Mobile Banking</i> tidak akan membocorkan data saya ke pihak yang tidak					

	bertanggung jawab					
4	Transaksi menggunakan <i>Mobile Banking</i> akurat dan dapat dipercaya sepenuhnya					

### 3. Risiko (X3)

No.	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1	Transaksi menggunakan <i>Mobile Banking</i> memiliki biaya administrasi yang cukup besar					
2	Penggunaan <i>Mobile Banking</i> berisiko terhadap pembobolan atau pencurian					
3	Ada kemungkinan manipulasi transaksi atau kegagalan transaksi tanpa ada jaminan pengembalian dari pihak bank					

### 4. Kepuasan Nasabah (Y)

No.	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1	Saya merasa puas dengan pelayanan <i>Mobile Banking</i>					

2	Fitur dari <i>Mobile Banking</i> sudah lengkap dan sangat nyaman digunakan					
3	Pelayanan <i>Mobile Banking</i> tidak pernah mengecewakan saya					

## LAMPIRAN 2. MATRIKS TABULASI DATA

### Kemudahan Penggunaan (X1)

Responden	P1	P2	P3	P3
1	3	3	4	3
2	5	5	5	4
3	4	4	5	4
4	3	2	5	1
5	5	4	4	4
6	5	5	5	5
7	5	4	5	4
8	5	5	5	5
9	5	5	5	3
10	5	5	5	4
11	5	4	5	4
12	4	4	4	4
13	4	4	4	4
14	5	5	5	5
15	5	5	5	4
16	4	4	4	4
17	5	5	5	5
18	4	4	4	4
19	4	4	4	2
20	5	4	5	4
21	5	5	5	4
22	4	4	5	4
23	5	4	3	3
24	4	4	4	4
25	4	4	4	4
26	5	5	5	5
27	4	5	4	4

28	5	5	5	5
29	5	5	5	5
30	4	4	4	4
31	4	5	4	3
32	5	5	5	5
33	4	5	4	4
34	5	5	5	5
35	4	3	4	3
36	5	5	5	5
37	5	5	5	4
38	5	5	5	5
39	4	5	4	4
40	4	4	4	4
41	4	4	4	4
42	5	5	5	5
43	5	5	5	5
44	4	4	4	3
45	4	4	5	5
46	5	5	5	5
47	4	4	4	4
48	5	5	5	5
49	5	5	4	3
50	4	4	5	5
51	5	5	5	5
52	4	3	4	4
53	4	4	4	4
54	4	5	5	5
55	5	4	4	4
56	4	4	5	3
57	4	4	5	4

58	5	5	5	5
59	4	4	4	3
60	5	5	5	4
61	4	4	4	4
62	5	5	5	5
63	4	4	4	4
64	5	4	4	4
65	4	4	5	4
66	4	4	4	2
67	4	4	4	4
68	4	4	4	4
69	4	4	4	4
70	4	5	5	4
71	4	4	4	4
72	4	4	4	4
73	5	5	5	5
74	5	4	4	3
75	4	4	5	3
76	5	5	5	5
77	4	4	5	3
78	4	4	4	4
79	5	5	5	5
80	4	4	4	4
81	4	4	4	4
82	5	5	5	4
83	4	4	5	4
84	4	4	4	2
85	4	4	4	4
86	4	4	5	4
87	4	4	4	4

88	4	4	4	4
89	4	4	4	4
90	4	4	4	4
91	4	4	5	3
92	4	4	4	4
93	5	5	5	5
94	5	4	4	3
95	5	5	5	5
96	5	5	5	4
97	4	4	4	3
98	2	2	5	1
99	4	4	4	3
100	4	4	5	4

**Kepercayaan (X2)**

Responden	P5	P6	P7	P8
1	4	3	4	4
2	4	4	4	4
3	4	4	4	4
4	2	3	1	2
5	4	4	4	4
6	5	5	5	5
7	3	3	4	3
8	5	5	5	5
9	5	5	5	5
10	4	4	4	4
11	4	4	3	3
12	3	3	3	4
13	4	4	4	4



14	5	5	4	3
15	5	5	5	4
16	4	4	4	4
17	5	5	5	5
18	4	5	4	4
19	4	4	4	4
20	4	4	4	4
21	4	4	4	4
22	4	4	4	5
23	2	3	4	3
24	4	4	4	4
25	4	5	4	5
26	5	5	5	5
27	4	5	4	3
28	5	5	5	5
29	5	5	5	5
30	3	3	3	3
31	5	4	4	4
32	3	3	3	3
33	5	4	5	4
34	4	4	4	4
35	5	4	5	5
36	5	5	5	5
37	4	4	4	4
38	5	5	5	5
39	4	4	5	4
40	4	5	5	4
41	4	5	4	3
42	5	5	5	5
43	5	5	5	5

44	3	4	4	3
45	5	4	5	5
46	5	5	5	5
47	4	5	4	4
48	5	5	5	5
49	4	4	3	4
50	4	5	4	5
51	4	4	4	4
52	4	4	3	4
53	4	4	4	4
54	4	4	4	4
55	4	4	4	4
56	4	4	3	3
57	4	4	4	4
58	4	4	4	4
59	4	4	4	4
60	4	5	4	5
61	4	4	4	4
62	5	5	5	5
63	3	4	3	4
64	4	3	4	4
65	4	4	4	4
66	4	4	4	4
67	4	4	4	4
68	4	4	4	4
69	4	4	4	4
70	4	4	4	4
71	4	4	3	4
72	4	4	4	4
73	5	5	5	5

74	3	4	3	4
75	4	5	3	4
76	5	5	5	5
77	4	4	4	4
78	3	3	3	3
79	4	4	4	4
80	4	4	4	4
81	4	4	4	4
82	4	4	5	5
83	5	5	4	4
84	4	4	4	4
85	4	4	4	4
86	4	4	4	4
87	3	4	3	3
88	4	4	4	4
89	4	4	2	4
90	4	4	4	4
91	4	3	4	3
92	4	4	4	4
93	5	5	5	5
94	5	4	5	4
95	5	5	5	5
96	5	5	5	5
97	3	4	4	4
98	2	1	1	2
99	3	4	3	4
100	4	4	5	4

### Risiko (X3)

Responden	P9	P10	P11
1	4	3	4
2	3	3	4
3	3	2	3
4	3	1	2
5	3	3	3
6	5	3	3
7	4	3	2
8	2	2	2
9	5	3	3
10	2	3	3
11	4	3	4
12	4	4	4
13	3	2	3
14	4	4	4
15	1	5	3
16	2	4	3
17	5	5	5
18	4	3	3
19	2	2	2
20	3	1	1
21	2	1	1
22	2	2	4
23	5	5	5
24	2	3	3
25	4	3	3
26	1	1	1
27	2	3	3
28	1	1	2

29	2	2	2
30	2	4	4
31	3	2	3
32	4	4	4
33	3	3	4
34	2	3	4
35	5	3	3
36	4	3	3
37	2	2	2
38	2	2	2
39	3	3	3
40	3	3	4
41	3	3	4
42	2	2	2
43	1	1	1
44	4	3	4
45	2	2	2
46	1	2	2
47	3	4	4
48	4	3	2
49	3	3	3
50	2	2	3
51	4	2	3
52	3	2	4
53	3	4	4
54	2	3	2
55	2	3	3
56	4	5	5
57	2	3	3
58	4	3	3

59	3	3	3
60	4	2	2
61	2	2	4
62	2	2	2
63	3	3	3
64	4	4	4
65	2	2	2
66	4	2	3
67	4	4	4
68	3	3	3
69	3	3	3
70	2	2	2
71	2	3	3
72	5	4	4
73	4	2	2
74	2	3	2
75	2	3	3
76	1	1	1
77	4	3	2
78	5	5	5
79	2	3	2
80	2	4	3
81	2	3	3
82	4	2	2
83	2	2	1
84	2	4	2
85	2	2	2
86	2	3	2
87	4	2	2
88	4	3	3

89	4	3	3
90	3	3	3
91	2	4	5
92	2	2	2
93	2	2	2
94	3	4	3
95	3	2	2
96	4	2	4
97	4	4	3
98	3	5	5
99	3	4	3
100	4	4	4

**Kepuasan Nasabah (Y)**

Responden	P12	P13	P14
1	4	4	3
2	4	4	4
3	4	4	4
4	2	3	5
5	4	4	4
6	5	5	5
7	4	4	4
8	5	5	5
9	5	5	3
10	4	4	4
11	4	3	3
12	4	4	4
13	4	4	4
14	5	5	5

15	5	4	4
16	4	4	4
17	5	5	5
18	4	5	4
19	4	4	4
20	5	4	4
21	4	4	4
22	5	5	4
23	3	3	3
24	4	4	4
25	4	4	4
26	5	5	5
27	4	4	3
28	5	5	5
29	5	5	5
30	4	3	3
31	4	4	4
32	4	4	4
33	4	4	4
34	4	4	4
35	4	2	3
36	5	5	5
37	4	4	4
38	5	5	5
39	4	4	4
40	4	4	4
41	4	4	4
42	5	5	5
43	5	5	5
44	3	3	3



45	5	5	5
46	5	4	4
47	4	4	5
48	5	4	4
49	4	4	3
50	4	4	5
51	4	4	4
52	4	4	4
53	4	4	4
54	4	4	4
55	4	4	3
56	4	4	3
57	4	4	4
58	4	4	4
59	4	4	3
60	4	4	4
61	4	4	3
62	5	5	5
63	4	4	4
64	3	3	3
65	4	4	4
66	4	4	4
67	4	4	4
68	4	4	3
69	4	4	4
70	4	4	4
71	4	4	4
72	4	4	4
73	5	5	4
74	4	5	4

75	4	4	3
76	5	5	5
77	4	4	4
78	4	4	4
79	4	5	5
80	4	4	4
81	4	4	4
82	4	4	2
83	5	4	4
84	4	4	2
85	4	4	4
86	4	4	4
87	4	4	4
88	4	4	3
89	4	4	4
90	4	4	4
91	4	5	3
92	4	4	4
93	5	5	5
94	4	4	4
95	5	5	4
96	5	5	4
97	4	4	4
98	4	3	2
99	4	4	4
100	5	4	4

### LAMPIRAN 3. OUTPUT SPSS

#### 1. UJI VALIDITAS

##### Hasil Uji Validitas Kemudahan (X1)

##### Correlations

		P1	P2	P3	P4	total
P1	Pearson Correlation	1	.762**	.386**	.585**	.836**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
P2	Pearson Correlation	.762**	1	.418**	.666**	.883**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
P3	Pearson Correlation	.386**	.418**	1	.386**	.635**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
P4	Pearson Correlation	.585**	.666**	.386**	1	.861**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
total	Pearson Correlation	.836**	.883**	.635**	.861**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

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

## Uji Validitas Kepercayaan (X2)

### Correlations

		P1	P2	P3	P4	total
P1	Pearson Correlation	1	.735**	.777**	.738**	.916**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
P2	Pearson Correlation	.735**	1	.640**	.675**	.854**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
P3	Pearson Correlation	.777**	.640**	1	.728**	.896**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
P4	Pearson Correlation	.738**	.675**	.728**	1	.882**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
total	Pearson Correlation	.916**	.854**	.896**	.882**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

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

### Uji Validitas Risiko (X3)

#### Correlations

		P1	P2	P3	Total
P1	Pearson Correlation	1	.408**	.476**	.769**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100
P2	Pearson Correlation	.408**	1	.727**	.847**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100
P3	Pearson Correlation	.476**	.727**	1	.877**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100
Total	Pearson Correlation	.769**	.847**	.877**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

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

## Uji Validitas Kepuasan (Y)

### Correlations

		P1	P2	P3	Total
P1	Pearson Correlation	1	.714**	.430**	.817**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100
P2	Pearson Correlation	.714**	1	.569**	.889**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100
P3	Pearson Correlation	.430**	.569**	1	.824**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100
Total	Pearson Correlation	.817**	.889**	.824**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

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

## 2. Uji Reliabilitas

### Kemudahan (X1)

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.813	4

**Kepercayaan (X2)**

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.908	4

**Risiko (X3)**

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.772	3

**Kepuasan (Y)**

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.786	3

### 3. Uji Normalitas

#### Hasil Uji Normalitas

#### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.98084034
	Most Extreme Absolute Differences	.066
	Positive	.041
	Negative	-.066
Test Statistic		.066
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

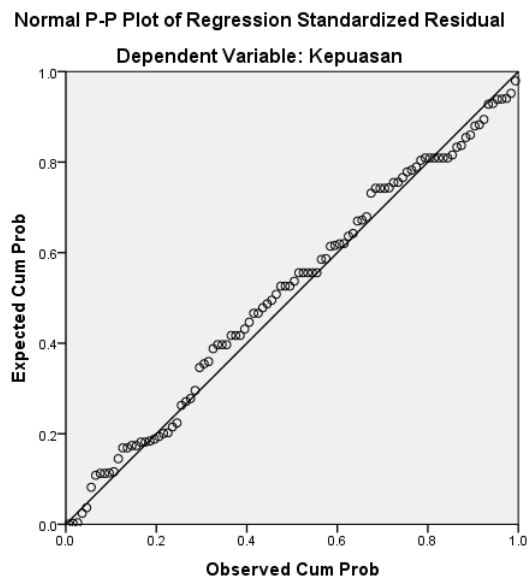
a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

#### Uji Normalitas dengan melihat diagram Histogram





#### 4. Uji Multikolinearitas

##### Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	4.354	1.090		3.996	.000		
Kemudahan	.274	.065	.378	4.216	.000	.533	1.875
Kepercayaan	.237	.055	.396	4.326	.000	.511	1.957
Risiko	-.075	.043	-.124	-1.733	.086	.839	1.193

a. Dependent Variable: Kepuasan

#### 5. Uji Heterokedastisitas

##### Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4.354	1.090		3.996	.000
Kemudahan	.274	.065	.378	4.216	.000
Kepercayaan	.237	.055	.396	4.326	.000
Risiko	-.075	.043	-.124	-1.733	.086

a. Dependent Variable: Kepuasan

## 6. Uji Linear Berganda Dan Uji T

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.354	1.090		3.996	.000
	Kemudahan	.274	.065	.378	4.216	.000
	Kepercayaan	.237	.055	.396	4.326	.000
	Risiko	-.075	.043	-.124	-1.733	.086

a. *Dependent Variable:* Kepuasan

## 7. Uji Parsial F

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	136.147	3	45.382	45.743	.000 <sup>b</sup>
	Residual	95.243	96	.992		
	Total	231.390	99			

a. *Dependent Variable:* Kepuasan

b. Predictors: (Constant), Risiko, Kemudahan, Kepercayaan

## 8. Uji Koefisien Determinasi R<sup>2</sup>

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.767 <sup>a</sup>	.588	.576	.99605

a. Predictors: (Constant), Risiko, Kemudahan,  
Kepercayaan

## **Daftar Riwayat Hidup**

Nama : All Ghaniyyu Wahyu Suryanti

Tempat Tanggal Lahir: Demak, 23 Agustus 2000

Jenis Kelamin : Perempuan

Agama : Islam

Alamat : Karangpacing Rt 01 / 10 Rejosari, Karangawen, Demak

Status : Belum menikah

Kewarganegaraan : Indonesia

Nama Ayah : Riyanto

Pekerjaan Ayah : Guru Swasta

Nama Ibu : Surati

Pekerjaan Ibu : Guru Swasta

No. Telephone : 087848598802

Email : ghaniyyu23@gmail.com

### Jenjang Pendidikan

1. SD : SDN Tlogorejo 2 (2006 – 2012)
2. SMP : SMP N 1 Karangawen (2012 – 2015)
3. SMA : SMA Muhammadiyah Gubug ( 2015 – 2018)