

**ANALISIS KEPUASAN NASABAH TERHADAP KUALITAS *MOBILE***

***BANGKING***

**( Studi Kasus Pada Bank BNI Syariah Cabang Mataram )**

**SKRIPSI**



**Oleh:**

**Herdiyansah**

**NIM. 150.215.182.5**

**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MATARAM  
MATARAM**

**2021**

**ANALISIS KEPUASAN NASABAH TERHADAP KUALITAS *MOBILE***

***BANGKING***

**( Studi Kasus Pada Bank BNI Syariah Cabang Mataram )**

**SKRIPSI**

**Diajukan kepada Universitas Islam Negeri Mataram  
Untuk melengkapi persyaratan mencapai gelar  
Sarjana Ekonomi**



**Oleh:**

**Herdiyansah**

**NIM. 150.215.182.5**

**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MATARAM  
MATARAM**

**2020**

## PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi oleh : Herdiyansah, NIM : 1502151825, dengan judul "Analisis Kepuasan Nasabah Terhadap Kualitas *Mobile Banking* ( Studi Kasus Pada Bank BNI Syariah Cabang Mataram )" telah memenuhi syarat dan disetujui untuk diuji:

Disetujui pada tanggal: 11 Januari 2021

Di bawah bimbingan:

Pembimbing I,

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
MATARAM

Pembimbing II,

  
Hj. Siti Nurul Khaerani, MM  
NIP. 197504122003122002

  
Muhammad Johari, MSI  
NIP. 198501272018011811

## NOTA DINAS PEMBIMBING

Maturam, 11 Januari 2021

Hal: Ujian Skripsi

**Yang Terhormat**

**Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
di Mataram**

*Assalamu alaikum Wr. Wbr*

Dengan hormat, setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi, kami berpendapat skripsi saudara:

Nama Mahasiswa : Herdiyansah  
NIM : 1502151825  
Jurusan/Fakultas : Perbankan Syariah/Ekonomi dan Bisnis Islam  
Judul : Analisis Kepuasan Nasabah Terhadap Kualitas Mobile Banking ( Studi Kasus Pada Bank BNI Syariah Cabang Mataram ).

Telah memenuhi syarat untuk diajukan dalam sidang *muqoyamah* skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Mataram. Oleh karena itu, kami berharap agar skripsi ini dapat di-*muqoyamah*-kan.

*Wassalamu alaikum Wr. Wbr*

Pembimbing I,



Hj. Siti Nurul Khairani, MM  
NIP. 197504122003122002

Pembimbing II,



Muhammad Johari, MSI  
NIP. 198501272018011001

PENGESAHAN DEWAN PENGUJI

Skripsi oleh Herdjanah, NIM: 1502151825 dengan judul "Analisis Kepuasan Nasabah Terhadap Kualitas *Mobile Banking* : Studi Kasus Pada Bank BNI Syariah Cabang Mataram" telah dipersembahkan di dalam dewan pengaji Universitas Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Mataram pada tanggal: 19 Januari 2021.

Dewan Muzaqasyah:

1. Ketua Sidang/ Pemb. I : Siti Nurul Khasrini, MEd  
NIP. 197506122005122002

2. Sekretaris Sidang/ Pemb. II : Muhamad Johar, MNI  
NIP. 198501272018011001

3. Pengaji I : Devi Sartika Nasution, M.Ed  
NIP. 1979120220111012007

4. Pengaji II : Syarifah, S.Pd, M.Hum  
NIP. 198509152015032004

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

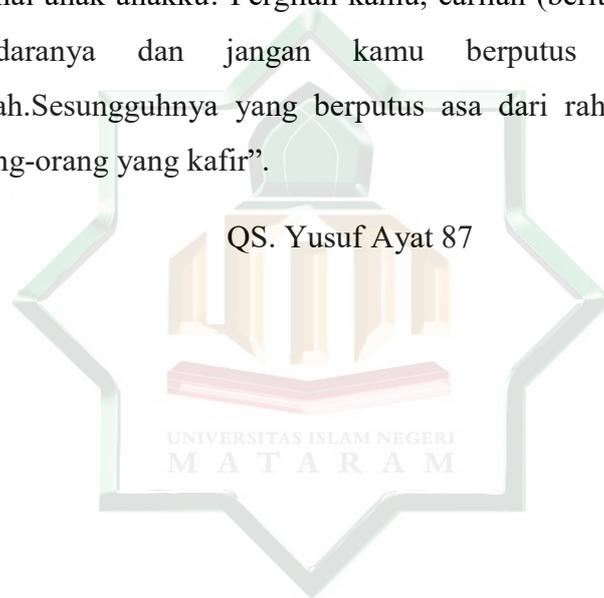


## MOTTO

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِنَّا جَعَلْنَا لَكُمْ آيَاتٍ فِي حَيَاتِكُمْ وَإِنَّا جَعَلْنَا لَكُمْ آيَاتٍ فِي حَيَاتِكُمْ وَإِنَّا جَعَلْنَا لَكُمْ آيَاتٍ فِي حَيَاتِكُمْ  
الْقَوْمِ الْكَافِرِينَ ﴿٨٧﴾

Artinya: “Wahai anak-anakku! Pergilah kamu, carilah (berita) tentang Yusuf dan saudaranya dan jangan kamu berputus asa dari rahmat Allah. Sesungguhnya yang berputus asa dari rahmat Allah, hanyalah orang-orang yang kafir”.

QS. Yusuf Ayat 87



Perpustakaan UIN Mataram

## PERSEMBAHAN

Semoga Karya Ilmiah ini diberkahi Allah SWT dan Rasulullah SAW. Puji syukur senantiasa kupersembahkan dari lubuk hati yang terdalam kepada Allah SWT. Sholawat serta Salam ku sanjungkan bagi Nabi Muhammad Rosulullah SAW.

Skripsi ini ku persembahkan kepada:

1. Kedua orang tua ku Bapak Syarifuddin H. jafar dan ibu Wilda wati sang Motivator & Inspirator nomor satu sepanjang sejarah hidupku, dukungan yang tak pernah kenal lelah, doa mereka, kasih sayang mereka, keikhlasan serta ridho yang selalu beliau berikan sepanjang waktu. Semoga mereka berdua selalu di berikan kesehatan dan sisa umur yang bermanfaat. Amiin
2. Yang tersayang kakak ku, Helda wilda, dan Adikku Hernan pasya Islamiya, Hesti Chantika Wulandari dan Muhammad Rifki aditya. Yang selalu mendukung dan memberi semangat hingga skripsi ini bisa terselesaikan.
3. Saudara-saudara dan sahabat-sahabatku yang tidak bisaku sebut satu-satu nama nya, terima kasih karna kalian selalu ada untukku, serta teman-teman yang telah memberikan saya motivasi untuk menyelesaikan skripsi ini.
4. Pemimpin bank BNI syariah yang telah mengizinkan untuk melakukan penelitian beserta kerja samanya.
5. Almater UIN Mataram yang selalu aku banggakan.
6. Terimakasih teman-teman kelas B/PSY atas canda tawa yang sudah terukir di bangku perkuliahan.
7. Semua pihak yang terlibat dalam membantu penulis baik secara moril maupun materil sehingga skripsi ini terselesaikan.

## KATA PENGANTAR



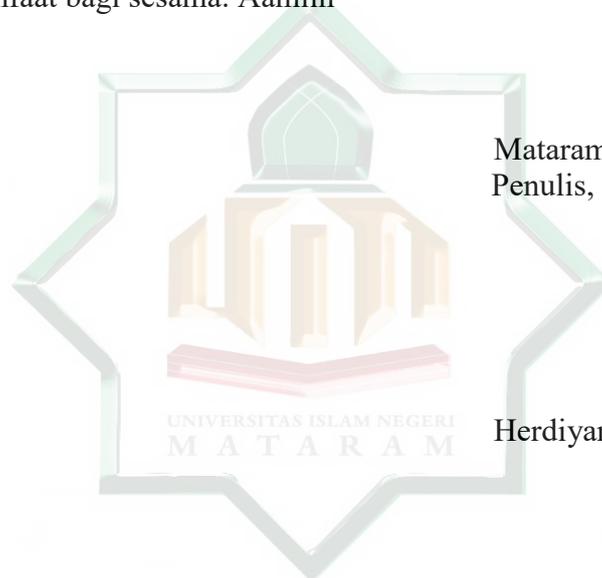
Puji dan syukur hanya kepada Allah SWT. Karena berkat rahmat dan karuni-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul “Analisis Kepuasan Nasabah Terhadap Kualitas Mobile Banking ( Studi Kasus Pada Bank BNI Syariah Cabang Mataram)” sebagaimana diharapkan.

Penulis skripsi ini dilakukan di bawah arahan/bimbingan yang terhormat Ibu Hj. Siti Nurul Khairani, MM, selaku pembimbing I dan Bapak Muhamad Johari, MSI selaku pembimbing II. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada beliau berdua atas arahan dan dedikasinya sehingga penyusunan hasil penelitian ini dapat terselesaikan secara jadwal waktu yang telah ditentukan. Pada kesempatan ini pula, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Mutawalli, M.Ag, selaku Rektor UIN Mataram
2. Bapak Dr. H. Ahmad Amir Aziz, M.Ag, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Mataram.
3. Bapak Dr. Muhammad Yusup, MSI, selaku ketua Jurusan Perbankan Syariah UIN Mataram.
4. Ibu Siti Nurul Khairani, MM selaku pembimbing I dan Bapak Muhamad Johari, MSI selaku pembimbing II. Terima kasih yang telah meluangkan waktu dan tenaga untuk memberikan arahan dan bimbingannya kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini

5. Bapak Dr. Muhammad Yusup MSI, selaku wali kelas B Perbankan Syariah yang telah memberikan arahan dan motivasi kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
6. Kepada teman-teman seperjuanganku kelas B Perbankan Syariah yang telah memberikan suka duka dan canda tawa selama di bangku kuliah.

Semoga amal kebaikan dari berbagai pihak tersebut mendapat pahala yang berlipat-ganda dari Allah SWT. Dan semoga karya ilmiah ini bermanfaat bagi sesama. Aamiin



Mataram, 19 Januari 2021  
Penulis,

Herdiyansah

Perpustakaan UIN Mataram

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL .....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN NOTA DINAS PEMBIMBING.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN.....	v
HALAMAN PENGESAHAN.....	vi
HALAMAN MOTO.....	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL .....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xv
ABSTRAK .....	xvi
<b>BAB I      PENDAHULUAN</b>	
A. LatarBelakang.....	1
B. Rumusan Masalah .....	6
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	7
1. Tujuan Penelitian .....	7
2. Manfaat Penelitian .....	7
D. Ruang Lingkup dan Setting Penelitian.....	8
1. Ruang Lingkup .....	8
2. Setting Penelitian .....	8
E. Telaah Pustaka.....	9
F. Kerangka Teori.....	14
1. Teori kepuasan nasabah.....	14
2. Teori Mobile banking .....	21
3. Kualita pelayanan.....	22
4. Bank Syariah .....	25
5. Technology Acceptance Model (TAM).....	28
G. Metodologi Penelitian .....	31
1. Pendekatan Penelitian.....	31
2. Kehadiran Peneliti .....	32
3. Waktu dan Lokasi Peneliti.....	33
4. Sumber Dan Jenis Data.....	35
5. Prosedur Pengumpulan Data.....	35
a. Observasi.....	36
b. Wawancara.....	36
6. Tehnik Analisis Data .....	39
7. Pengecekan Keabsahan Data .....	42
a. Derajat kepercayaan ( <i>Kredibility</i> ).....	42
b. Penguji <i>Transferbility</i> .....	42
c. Pengujian <i>Depenability</i> .....	42

d. Pengujian <i>Konfirmability</i> .....	43
a. Triangulasi .....	43
b. Ketekunan pengamatan .....	44
c. Pembahasan teman sejawat .....	45
H. Sistematika Pembahasan .....	45
<b>BAB II PAPAN DATA DAN TEMUA</b>	
A. Sketsa Bank BNI Syariah Cabang Mataram .....	47
1. Sejarah singkat berdirinya Bank BNI Syariah Cabang Mataram.	48
2. Profil lembaga Bank BNI Syariah.....	50
3. Letak geografis PT. Bank BNI Syariah Cabang Mataram	50
4. Visi dan Misi Bank BNI Syariah.....	50
5. Budaya kerja Bank BNI Syariah .....	51
6. Sarana dan prasarana pada PT Bank BNI Syariah Cabang Mataram .....	52
7. Produk dan layanan jasa PT Bank BNI Syariah Cabang Mataram .....	53
8. Struktur Organisasi.....	60
B. Temuan Data .....	62
1. Kualitas pelayanan Mobile banking pada Bank BNI Syariah Cabang Mataram .....	62
2. Kepuasan nasabah Bank BNI Syariah terhadap pelayanan <i>Mobile banking</i> .....	69
<b>BAB III PEMBAHASAN</b>	
A. Kualitas pelayanan Mobile banking pada Bank BNI Syariah Cabang Mataram .....	77
B. Kepuasan nasabah Bank BNI Syariah terhadap pelayanan <i>Mobile banking</i> .....	80
<b>BAB IV PENUTUP</b>	
A. Kesimpulan.....	85
B. Saran.....	85

## DAFTAR PUSTAKA

## LAMPIRAN

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

**ANALISIS KEPUASAN NASABAH TERHADAP KUALITAS *MOBILE*  
*BANGKING***

**( Studi Kasus Pada Bank BNI Syariah Cabang Mataram )**

**SKRIPSI**

**Oleh:**

**Herdiyansah**

**NIM. 150.215.182.5**

**ABSTRAK**

Kepuasan nasabah adalah suatu tanggapan emosional yang dirasakan oleh nasabah pada saat mereka menikmati pengalaman menggunakan produk atau jasa. Industri perbankan menyediakan fasilitas *mobile banking* guna mencapai kepuasan nasabah. Kepuasan nasabah dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, di antaranya adalah kualitas layanan dan kualitas produk. Kualitas layanan yaitu nasabah akan merasa puas apabila mereka mendapatkan layanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan. Kualitas produk yaitu nasabah akan puas apabila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas. Namun teori tersebut bertentangan dengan kenyataan yang ada, di mana hasil wawancara dengan nasabah mengatakan bahwa kualitas layanan dan kualitas produk *mobile banking* masih belum sesuai dengan harapannya namun ada juga nasabah yang tetap merasa puas dan menggunakan kembali *mobile banking* tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk menjawab pertanyaan tentang Analisis Kepuasan Nasabah Terhadap Kualitas *Mobile Banking* Studi Kasus Pada Bank BNI Syariah Cabang Mataram.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Teknik pengumpulan data yang dipakai ialah teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi. Objek penelitian ini adalah nasabah Bank BNI Syariah Cabang Mataram.

Temuan dari penelitian ini menunjukkan bahwa kepuasan nasabah terhadap kualitas *mobile banking* dapat dikatakan cukup baik walaupun banyak dari nasabah Bank BNI Syariah Cabang Mataram masih belum sesuai dengan harapannya namun nasabah tetap merasa puas dan menggunakan kembali *mobile banking* tersebut.

***Kata kunci:*** *Mobile banking, Harapan nasabah, jasa/produk*

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi yang semakin pesat dari tahun ke tahun mendukung keberhasilan sebuah organisasi dalam persaingan bisnis. Semakin mudah dan cepatnya mendapatkan informasi dengan menggunakan teknologi berdampak pada peningkatan interaksi antar individu untuk mendapat informasi yang dibutuhkan. Hal ini memberikan pengaruh terhadap perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, baik dalam kegiatan ekonomi maupun sosial masyarakat termasuk kegiatan transaksi keuangan baik secara langsung maupun tidak langsung.

Bank adalah suatu usaha yang bergerak dibidang kepercayaan, yang dalam hal ini adalah sebagai media perantara keuangan (*financial intermediate*) antara debitur dan kreditur. Sedangkan Jasa Perbankan adalah kegiatan yang diidentifikasi secara tersendiri yang pada hakikatnya bersifat tak terlabat (*intangible*) yang merupakan pemenuhan kebutuhan dan tidak harus terikat pada penjualan produk atau jasa lain.<sup>1</sup> Dewasa ini, Bank telah memanfaatkan perkembangan teknologi dalam layanan perbankan dengan meluncurkan media layanan perbankan berbasis teknologi informasi, yaitu Mobile Banking (*M-Banking*). Mobile Banking membuka kesempatan bagi nasabah untuk melakukan transaksi

---

<sup>1</sup>Syamsul Rizal dan Munawir, "Pengaruh Kepuasan Nasabah Terhadap Menggunakan *Mobile Banking (M-Banking)* Pada Bank BCA Cabang Banda Aceh", Jurnal Ekonomi dan Manajemen Teknologi, Vol.1, Nomor 2 Oktober 2017, hlm.1.

perbankan melalui perangkat *handphone* atau *Personal data Assistant* (PDA).

Industri perbankan menyediakan fasilitas *m-banking* guna mencapai kepuasan nasabah. Dengan adanya berbagai kemudahan layanan *m-banking* diharapkan nasabah akan memperoleh kepuasan dalam menggunakan berbagai macam produk oleh pihak bank. Berdasarkan survey yang dilakukan, diperoleh dalam jumlah pengguna *m-banking* di Indonesia mencapai 19,9 juta nasabah dari delapan Bank di Indonesia seperti BCA, Bank BNI, Bank CIMB Niaga, Bank Dinamon, Bank Pertama, dan Bank Panin. Kedelapan bank terbesar di Indonesia tersebut berdasarkan asset yang dimilikinya.<sup>2</sup>

*Mobile banking* merupakan sebuah fasilitas dari bank dalam era modern ini yang mengikuti perkembangan teknologi dan komunikasi. Layanan yang terdapat pada *mobile banking* meliputi pembayaran, transfer, history, dan lain sebagainya. Penggunaan layanan *mobile banking* pada telepon seluler memungkinkan para nasabah dapat lebih mudah untuk menjalankan aktivitas perbankannya tanpa batas ruang dan waktu. Dengan adanya layanan *mobile banking* diharapkan

---

<sup>2</sup> Aditya Wardhana, "Pengaruh kualitas Layanan Mobile Banking ( *M-Banking* ) Terhadap Kepuasan Nasabah Di Indonesia", *Derema Jurnal Manajemen*, Vol.10, Nomor 2, September 2015. Hlm 22.

dapat memberikan kemudahan dan manfaat bagi para nasabah dalam melakukan akses ke bank tanpa harus datang langsung ke bank.<sup>3</sup>

Jadi fasilitas mobile banking dapat menjawab tuntutan nasabah yang menginginkan layanan cepat, aman, nyaman, murah, dan tersedia setiap saat (24 jam non-stop), serta dapat diakses dari mana saja, cukup melalui telepon seluler. Fasilitas yang ditawarkan *mobile banking* antara lain cek saldo, mutasi 10 transaksi terakhir, transfer (sesama Bank Syariah atau bank lain), pembayaran tagihan, menu favorit dan lain-lain. Hasil Survei Nielsen menunjukkan bahwa penggunaan Mobile Banking meningkat tiga poin persentase dari 2010, yakni mencapai 37% pada 2011.<sup>4</sup>

Di Indonesia mobile banking bukanlah hal yang asing lagi, karena telah menjadi bagian dari inovasi perbankan dalam mengikuti persaingan bisnis global. Oleh karena itu, institusi-institusi perbankan berusaha memberikan kepuasan pelayanan kepada para nasabahnya dengan memberikan fasilitas perbankan, berupa layanan mobile banking untuk melakukan transaksi atau bisnis. Penggunaan jaringan seluler untuk kepentingan transaksi komersial (*mobile commerce*) dinilai cukup aman, karena identitas pengguna lebih jelas, satu nomor ponsel hanya

---

<sup>3</sup> Hanif Astika Kurniawati, "Analisis Minat Penggunaan Mobile Banking Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) Yang Telah Dimodifikasi", Jurnal Ekonomi Bisnis dan Akutansi, Vol. IV, Nomor 1, September 2017, hlm. 24.

<sup>4</sup> Imam Sugih Rahayu, "Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Dengan Menggunakan Kerangka Technology Acceptance Model (Tam) pada PT Bank Syariah Mandiri Cabang Yogyakarta", Jurnal Ekonomi Bisnis dan Akutansi, Vol. V, Nomor 2, Desember 2015, hlm. 138.

digunakan oleh satu orang. Maka mobile banking terlihat lebih sukses perkembangannya di Indonesia.<sup>5</sup>

Kepuasan nasabah merupakan hal pokok yang tidak boleh diabaikan bagi suatu perusahaan yang bergerak dibidang jasa Perbankan. Karena kepuasan nasabah merupakan aspek penting untuk mempertahankan citra perusahaan di masyarakat luas, sehingga pelayanan yang bermutu bagi nasabah perlu ditingkatkan. Peningkatan kualitas pelayanan kepada para nasabah adalah hal penting dalam upaya meningkatkan kepuasan nasabah. Hal tersebut sangat penting karena mengingat peranan nasabah yang sangat besar dalam kontribusi pendapatan secara langsung maupun secara tidak langsung untuk mendukung eksistensi perusahaan.<sup>6</sup>

Kualitas layanan, kualitas produk, dan kepuasan nasabah memiliki hubungan yang erat. Menurut Freddy Rangkuti, tidak ada gunanya produk yang berkualitas kalau tidak diimbangi dengan kualitas layanan dengan baik. Sebaliknya layanan yang luar biasa juga tidak akan ada artinya apabila tidak di dukung oleh produk yang berkualitas, maka semakin tinggi pula tingkat kualitas, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan nasabah yang di hasilkan.<sup>7</sup>

---

<sup>5</sup> Syamsul Hadi, "Faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan layanan Mobile banking", Jurnal Ekonomi dan Pembangunan, Vol. 5, Nomor 2, Desember 2015, hlm. 56.

<sup>6</sup> Nina Indah Febriana, "Analisis Kualitas Pelayanan Bank Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Tulungagung", Jurnal Ekonomi Syariah, Vol. 1, Nomor 1, September 2013, hlm 2.

<sup>7</sup> Freddy Rangkuti, Customer Service Satisfaction dan Call Center Berdasarkan Iso 9001, ( Jakarta: PT Granmedia Building, 2013 ), hlm 8

Hasil wawancara dengan nasabah yang menggunakan *Mobile banking* BNI Syariah yang bernama Hanifah mengatakan bahwa kualitas produk dan layanan *mobile banking* masih rendah belum sesuai dengan harapannya, dimana ia berharap dengan adanya produk *mobile banking* ia dapat memenuhi kebutuhannya, namun pada kenyataannya produk tersebut belum mampu memenuhi kebutuhannya karena ketika ia ingin membeli kuota data XL yang tersedia pada layanan *mobile banking* hanya kuota data layanan telkomsel dan indosat. Selain itu, ketika ia ingin membeli pulsa HP dengan nominal 10.000 yang tersedia hanyalah nominal 20.000 ke atas. Meskipun kualitas produk dan layanan *mobile banking* BNI Syariah cabang Mataram belum sesuai harapannya ia mengaku tetap merasa puas dan tetap menggunakan kembali produk *mobile banking* BNI Syariah cabang Mataram karena biaya transfer murah dan cek saldo mudah.<sup>8</sup>

Sedangkan hasil wawancara dengan nasabah pengguna *mobile banking* BNI Syariah cabang Mataram yang bernama Muhammad Alfian mengatakan bahwa kualitas *mobile banking* masih rendah karena *mobile banking* ketika diakses sering mengalami error, contohnya apabila melakukan transfer terlalu malam biasanya muncul layanan tidak tersedia, namun, meski layanan *mobile banking* yang di terimanya lebih rendah dari harapannya, ia mengaku tetap merasa puas dan menggunakannya kembali karena dengan adanya layanan *mobile banking* ia tidak perlu

---

<sup>8</sup>Hanifah, *Wawancara*, Mataram, 4 Maret 2020

pergi ke bank untuk melakukan berbagai transaksi bahkan gratis biaya administrasi atas penggunaan mobile banking tersebut.<sup>9</sup>

Sebagai bagian dari industri perbankan syariah, BNI Syariah Cabang Mataram harus terus berupaya meningkatkan kualitas layanan dan produk *mobile banking*, karena kepuasan nasabah dipengaruhi oleh kualitas layanan dan produk yang dikehendaki nasabah, sehingga jaminan kualitas menjadi prioritas utama bagi bank. Dengan demikian jika kualitas *mobile banking* semakin ditingkatkan, maka kepuasan nasabah akan semakin banyak atau besar.

Berdasarkan latar belakang di tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "*Analisis Kepuasan Nasabah Terhadap Kualitas Mobile Banking ( Studi kasus Pada Bank BNI Syariah Cabang Mataram)*" Bank BNI Syariah Cabang Mataram di pilih sebagai tempat penelitian karena BNI Syariah Cabang Mataram merupakan salah satu bank syariah yang sudah membuka layanan mobile banking untuk nasabahnya.

## **B. Rumusan Masalah**

Terdapat beberapa pembahasan yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana kualitas pelayanan mobile banking pada bank BNI Syariah Cabang Mataram?

---

<sup>9</sup> Muhammad Alfian, *Wawancara*, Mataram , 5 Maret 2020

2. Bagaimana kepuasan nasabah bank BNI Syariah terhadap pelayanan mobile banking ?

### **C. Tujuan dan Manfaat**

#### 1. Tujuan

Berdasarkan Rumusan Masalah Paparkan di atas Maka tujuan dari Penelitian ini adalah :

- a. Untuk mengetahui kualitas pelayanan Mobile Banking Pada Bank BNI Syariah Cabang Mataram
- b. Untuk mengetahui kepuasan nasabah terhadap pelayanan Mobile Banking pada Bank BNI Syariah Cabang Mataram.

#### 2. Manfaat

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

##### a. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan referensi terhadap ilmu perbankan syariah yang berkaitan dengan mobile banking. Selain itu, berguna juga sebagai tambahan wawasan dan pengetahuan peneliti lain yang akan mengkaji lebih dalam mengenai ilmu perbankan syariah khususnya kepuasan nasabah.

##### b. Manfaat Praktis

1. Bagi penulis

Secara praktis dapat menambah wawasan dan pengetahuan penulis mengenai perbankan syariah khususnya yang berkaitan dengan kualitas pelayanan *mobile banking*.

## 2. Bagi Bank

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan masukan atau pertimbangan-pertimbangan bagi Bank BNI Syariah dalam rangka menyusun strategi untuk meningkatkan layanan sehingga bisa meningkatkan kepuasan nasabah.

### **D. Ruang Lingkup dan *Setting* Penelitian**

Ruang lingkup dan lokasi penelitian, sangat erat dengan batasan-batasan penelitian dan tempat lokasi dimana penelitian bisa mendapatkan informasi yang akan dijadikan objek penelitian.

#### 1. Ruang Lingkup

Dalam penelitian ini, penelitian akan membahas tentang kepuasan nasabah terhadap kualitas *mobile banking* pada Bank BNI Syariah Cabang Mataram.

#### 2. *Setting* Penelitian

Adapun *setting* penelitian yang dilakukan peneliti berlokasi di Bank BNI Syariah, Jl. Pejangik, Cakranegara, Kota Mataram, Nusa Tenggara Barat. Adapun alasan memilih lokasi ini sebagai tempat penelitian adalah, menurut informasi yang peneliti ketahui bahwa permasalahan mengenai Analisis pelayanan kepuasan nasabah

terhadap kualitas mobile banking ini belum pernah dilakukan oleh peneliti lain.

#### E. Telaah Pustaka

Telaah Pustaka ini dibuat untuk mengetahui perbedaan dan keaslian dari penelitian yang akan dilakukan, maka sangatlah perlu disajikan beberapa hasil kajian atau penelitian yang pernah dilakukan.

Beberapa penelitian antara lain, adalah sebagai berikut:

1. Abdurrahman Al-Gunain, dengan judul, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keinginan Nasabah Untuk Menggunakan Fasilitas Mobile Banking Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Yogyakarta" tahun 2010, Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.<sup>10</sup>

Dalam skripsi yang ditulis oleh Abdurrahman Al-Gunain yakni membahas tentang Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keinginan Nasabah Untuk Menggunakan Fasilitas Mobile Banking, Memberikan kesimpulan bahwa keamanan, etika, privasi, keterbukaan, kecepatan, tanggapan, kualitas informasi, control pengeluaran, dan reputasi berpengaruh terhadap kepercayaan, sedangkan kepercayaan dan komitmen berpengaruh terhadap keinginan untuk menggunakan *mobile banking*.<sup>11</sup>

---

<sup>10</sup> Abdurrahman Al-Gunain, "Faktor-faktor yang mempengaruhi keinginan nasabah untuk menggunakan Fasilitas mobile banking pada Bank Syariah Mandiri Cabang Yogyakarta" (Skripsi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Yogyakarta 2010).

<sup>11</sup> Ibid, 84

Persamaan dengan penelitian yang di lakukan yaitu sama-sama membahas mengenai *Mobile Banking*, Sedangkan perbedaannya dalam penelitian terletak pada focus pembahasannya dimana, Abdurrahman Al-Gunain membahas tentang Faktor-Faktor Yang mempengaruhi Keinginan Nasabah Untuk menggunakan Fasilitas Mobile Banking sedangkan penelitian ini membahas tentang kepuasan nasabah terhadap kualitas mobile banking, perbedaan lainya terletak pada tempat penelitiannya yang dimana Abdurrahman Al-Gunain melakukan penelitian di Bank Syariah Cabang Mandiri Cabang Yogyakarta, Sedangkan penelitian ini melakukan penelitian di Bank BNI Syariah Cabang Mataram.

2. Tajudin Naqib, dengan Judul, "Pengaruh persepsi kegunaan, Kepercayaan Dan Resiko Terhadap Minat Menggunakan *Mobile banking* (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Salatiga ), tahun 2019. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Salatiga.<sup>12</sup>

Dalam skripsi yang ditulis oleh Tajudin Naqib yakni menggunakan metode kuantitatif dan membahas tentang pengaruh persepsi kegunaan, kepercayaan dan resiko terhadap minat menggunakan *Mobile Banking*, penelitian ini meneliti tiga faktor secara bersama-sama yaitu, persepsi kegunaan, kepercayaan dan resiko yang diduga mempengaruhi nasabah dalam penggunaan *mobile banking*

---

<sup>12</sup>Tajudin Naqib, dengan Judul, "Pengaruh persepsi kegunaan, Kepercayaan Dan Resiko Terhadap Minat Menggunakan *Mobile Banking* Studi kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Iain Salatiga", ( Skripsi IAIN Salatiga, 2019 )

syariah. Selain itu yang menjadi obyek penelitian ini adalah mahasiswa FEBI IAIN Salatiga,<sup>13</sup> Dalam skripsi tersebut, peneliti menyimpulkan bahwa variabel persepsi kegunaan secara statistik berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan *mobile banking*. Artinya semakin tinggi persepsi kegunaan maka akan meningkatkan minat menggunakan *mobile banking*, Variabel kepercayaan secara statistik tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan *mobile banking*. Hasil ini menunjukkan semakin tinggi kepercayaan maka tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan *mobile banking*, dan variabel resiko secara statistik tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan *mobile banking*. Hasil penelitian ini menunjukkan semakin tinggi resiko tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan *mobile banking*.<sup>14</sup>

Adapun kesamaan penelitian yang ditulis Tajudin Naqib dengan penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang *Mobile banking*, Sedangkan letak perbedaannya yaitu terletak pada metode penelitiannya, Tajudin Naqib melakukan penelitian menggunakan metode penelitian kuantitatif sedangkan penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif, perbedaannya juga terletak pada focus penelitian dan tempat penelitian. Penelitian Tajudin naqid hanya membahas focus terhadap Persepsi Kegunaan, Kepercayaan Dan

---

<sup>13</sup>*Ibid*, hlm17

<sup>14</sup>*Ibid*, hlm81

Resiko Terhadap Minat Menggunakan *Mobile Banking*, Sedangkan penelitian ini membahas focus terhadap kepuasan nasabah terhadap kualitas Mobile banking.

3. Anggun Syaputri Intani Robbi, dengan judul, "Analisis strategis pemasaran aplikasi BNI Mobile banking di Bank BNI Syariah KCP Gresik", tahun 2018. Fakultas ekonomi dan bisnis islam, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel.<sup>15</sup>

Dalam skripsi yang ditulis oleh Anggun Syaputri Intani Robbi, Menggunakan metode penelitian kualitatif dan Anggun Syaputri Intani memberikan kesimpulan bahwa Strategi pemasaran yang dilakukan pihak bank BNI Syariah KCP Gresik dalam meningkatkan minat nasabah pada penggunaan aplikasi BNI Mobile Banking dilakukan melalui beberapa tahap, di antaranya dengan menentukan segmentasi. Diketahui bahwa pihak bank BNI Syariah KCP Gresik memilih segmentasi berdasarkan gaya hidup yang serba cepat sehingga apabila di tawarin aplikasi BNI *Mobile banking*. Selanjutnya, Target pasar yang dituju ialah para pengusaha, mahasiswa, dan buruh pabrik. Penentuan posisi Bank BNI Syariah KCP Gresik melalui Mobile banking ini aplikasi ini akan menjadikan sarana dan fasilitas yang akan mempermudah transaksi nasabah sehingga lebih cepat dan efisien. Strategi yang kedua yaitu meliputi penentuan bauran pemasaran yang meliputi beberapa aspek, pertama adalah aspek

---

<sup>15</sup>Anggun Syaputri Intani Robbi, "Analisis strategis pemasaran aplikasi BNI Mobile banking di Bank BNI Syariah KCP Gresik", (Skripsi UIN Sunan Ampel, 2018).

produk. Aplikasi BNI Mobile Banking merupakan sebuah produk dari BNI Syariah yang diciptakan untuk memudahkan urusan transaksi para nasabah, mereka bisa kapan saja dan dimana saja menggunakan aplikasi ini. Kedua ialah penentuan harga yang pada aplikasi BNI Mobile Banking ini ditentukan harga untuk setiap transaksinya berdasarkan dengan harga pasaran pada umumnya. Ketiga ialah tempat, BNI Mobile Banking merupakan layanan yang tidak bergantung pada tempat, Artinya nasabah yang ingin memakai Aplikasi ini dapat bertransaksi langsung dimanapun dan kapanpun.<sup>16</sup>

Adapun kesamaan penelitian yang ditulis Anggun Syaputri Intani Robbi dengan penelitian ini adalah sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif serta sama-sama membahas tentang Mobile banking sedangkan letak perbedaannya yaitu terletak pada fokus pembahasannya yang dimana Anggun Syaputri Intani Robbi membahas tentang strategis pemasaran aplikasi BNI Mobile banking sedangkan penelitian ini membahas tentang kepuasan nasabah terhadap kualitas mobile banking, perbedaan lainnya terletak pada tempat penelitiannya yang di mana Anggun Syaputri Intani Robbi melakukan penelitian di Bank BNI Syariah KCP Gresik sedangkan penelitian ini melakukan penelitian di Bank BNI Syariah Cabang Mataram.

---

<sup>16</sup>*Ibid*, hlm 87

## **F. Kerangka Teori**

### **1. Teori Kepuasan Nasabah**

#### **a. Pengertian Kepuasan Nasabah**

Kepuasan pelanggan merupakan factor terpenting dalam berbagai kegiatan bisnis. Kepuasan pelanggan adalah tanggapan konsumen terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan yang sebelumnya dengan kinerja produk yang dirasakan. Dengan terpuasnya keinginan dan kebutuhan para pelanggan, maka tentunya konsumen tersebut akan selalu menggunakan atau mengkonsumsi produk tersebut secara terus menerus. Dengan begitu produk dari perusahaan tersebut dinyatakan laku di pasaran, sehingga perusahaan akan dapat memperoleh laba dan akhirnya perusahaan akan tetap survive atau dapat bertahan bahkan kemungkinan akan berkembang.<sup>17</sup>

Dalam melakukan usahanya, perusahaan baik besar maupun kecil tidak terlepas dari penjualan, penjualan yang baik akan menciptakan suatu kepuasan. Kotler dan Armstrong mengemukakan bahwa kepuasan nasabah adalah perasaan senang atau kecewa seseorang sebagai hasil dari perbandingan antara prestasi atau produk yang dirasakan dan yang diharapkan.<sup>18</sup>

---

<sup>17</sup> Thalia Claudia Mawey, Altje L. Tumbel dan Imelda W. J. Ogi, "Pengaruh kepercayaan dan kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah PT Bank Sulutgo", *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Akutansi*, Vol. 6 Nomor 3, juli 2018, halm. 1201

<sup>18</sup> Kotler, Philip dan Gari Armstrong, *Prinsip-prinsip pemasaran*, edisi 12, jilid 1 (Jakarta: Erlangga, 2008) hlm. 150.

## **b. Indikator kepuasan konsumen**

Menurut Kotler, Ang, Leong dan Tan, Indikator kepuasan pelanggan yaitu:<sup>19</sup>

1. Kinerja (*Perceived performance*)
2. Harapan (*Expectations*)
3. Kepuasan menyeluruh (*Overall Satisfaction*)

Menurut Zeithaml et al dalam Haryono, kepuasan pelanggan akan di tentukan oleh lima factor, yaitu fitur produk dan layanan emosi pelanggan atribut dari keberhasilan atau kegagalan layanan, persepsi akan kewajaran dan keadilan, serta pelanggan yang lain anggota keluarga dan rekan.

## **c. Loyalitas pelanggan**

Menurut Griffin, karakteristik pelanggan yang loyal yaitu sebagai berikut:<sup>20</sup>

1. Melakukan pembelian ulang secara teratur (*repeat purchase*).  
Loyalitas lebih mengacu pada wujud perilaku dari unit-unit pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian secara terus menerus terhadap barang dan jasa suatu perusahaan yang dipilih. Tingkat kepuasan terhadap tokoh akan mempengaruhi mereka untuk membeli kembali.

---

<sup>19</sup> Nadia agustina, Ahmad fauzi DH, dan Inggang perwangsa nuralam,” pengaruh kepuasan pelanggan, biaya beralih, dan kepercayaan merek terhadap loyalitas pelanggan”, Jurnal Adminitrasi bisnis, Vol. 64, No. 1, November 2018, hlm. 95

<sup>20</sup>Jill Griffin, “Customer Loyalty :Menumbuhkan dan mempertahankan kesetiaan pelanggan”, Jakarta: Erlangga, 2005, hlm. 31.

2. Membeli antar lini produk dan jasa (*purchase across product and service lines*). Membeli di luar lini produk dan jasa artinya keinginan untuk membeli lebih dari produk dan jasa yang telah ditawarkan oleh perusahaan dalam suatu urusan maka akan percaya juga untuk urusan lain.
3. Mereferensikan kepada orang lain (*referrals*). Pelanggan yang royal dengan sukarela merekomendasikan perusahaan kepada teman-teman dan rekannya.
4. Menunjukkan kekebalan terhadap tarikan dan pesaing (*retention*). Tidak mudah terpengaruh oleh tarikan persaingan perusahaan sejenis lainnya.

#### **d. Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan Nasabah**

Secara garis besar motivasi seorang nasabah dalam mengambil suatu produk dipengaruhi oleh faktor ekonomis dari produk tersebut, selain itu seseorang (nasabah) juga termotivasi oleh beberapa faktor diantaranya sebagai berikut:

##### 1) Lokasi atau Akses

Lokasi adalah tempat dimana diperjual belikannya produk cabang bank dan pusat pengendalian perbankan. Penentuan lokasi atau cabang bank merupakan salah satu kebijakan yang sangat penting baik yang terletak dalam lokasi yang strategis sangat memudahkan nasabah dalam berurusan dengan bank.

## 2) Pelayanan dan fasilitas

Dalam memberi layanan kepada Nasabah yaitu pada umumnya nasabah menginginkan layanan yang cepat dan akurat. Sering kali harga jasa Bank tidak menjadi masalah bagi nasabah mendapatkan layanan yang memuaskan dikarenakan Bank juga memiliki fasilitas yang memadai dan tergolong canggih.

## 3) Harga

Jumlah uang (ditambahkan beberapa Produk kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan layanan.

## 4) Segi keamanan

Para nasabah tidak hanya menginginkan pelayanan yang mudah akan tetapi nasabah juga menginginkan kenyamanan dan keamanan. Selain keamanan untuk nasabah, Untuk instansi tersebut juga di haruskan memiliki keamanan yang ketat, Sehingga nasabah merasa yakin dan tidak was-was melakukan transaksi di bank tersebut.

## 5) Sesuai kebutuhan

Informasi apapun yang diinginkan oleh nasabah, bias langsung dapat di akses dengan mudah tanpa harus menunggu waktu lama (Mengantri) di Bank.

#### 6) Fleksibel

Transaksi bias di lakukan dimanapun, tanpa harus ke bank.

#### 7) Nilai Keagamaan atau Religius<sup>21</sup>

### c. Kepuasan Nasabah Menurut Perspektif Islam

Berdasarkan konsep ekonomi menyatakan bahwa kepuasan nasabah terjadi bila kebutuhan yang bersifat fisik telah terpenuhi, dalam islam kepuasan terjadi manakalah telah terpenuhinya kebutuhan fisik maupun non fisik seseorang. Kebutuhan fisik bukan dalam arti keinginan semata, tetapi kebutuhan yang memiliki nilai manfaat tertentu (berdasarkan pada tingkat kemaslahatan). Sedangkan kebutuhan non fisik berupa nilai ibadah yang didapati dari apa yang telah dilakukan.<sup>22</sup>

Untuk mencapai tingkat kepuasan dalam kegiatan konsumsi, Islam memberikan beberapa panduan yang didalamnya

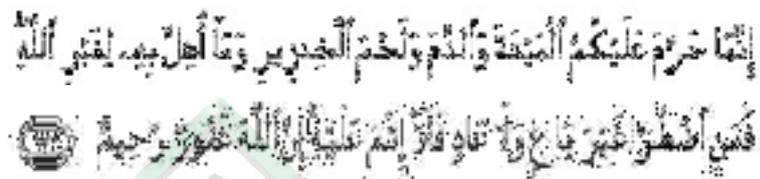
---

<sup>21</sup> Kasmir, *Pemasaran Bank*, edisi pertama cetakan kedua (Jakarta: Kencana, 2004) hlm. 145

<sup>22</sup> Heri Sudarsono, *Konsep Ekonomi Islam Cetakan Ketiga*, (Yogyakarta: Ekonosia 2004), hlm 168-173.

menyiratkan batasan kepuasan dalam pandangan Islam, tentunya dengan memperhatikan kemaslahatannya yaitu:

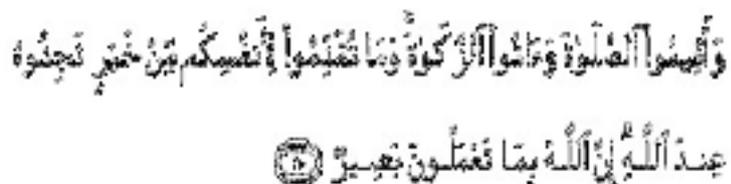
- a. Barang yang dikonsumsi tidak Haram atau halal, Sebagaimana Allah dalam QS Al-Baqarah ayat 173.



*Artinya: Sesungguhnya Allah SWT hanya mengharamkan bagimu bangkai, darah, daging babi dan binatang yang (ketika disembelih) disebut (nama) selain Allah. Tetapi barang siapa dalam keadaan terpaksa (memakannya) sedang ia tidak menginginkannya dan tidak (pula) melampaui batas, maka tidak ada dosa baginya.*

*Sesungguhnya Allah Maha Pengampun lagi Maha Penyayang.<sup>23</sup>*

- b. Memperhitungkan Zakat dan infak, sebagaimana firman Allah dalam QS Al-Baqarah Ayat 110.<sup>24</sup>



<sup>23</sup>Zainal Arifin, "yang diharakan dari babi, kajian terhadap Q.S al-baqarah 2 ayat 173", Jurnal Kajian nilai-nilai keislaman, vol 2, nomor 1 januari 2014. Hlm 27-43.

<sup>24</sup>Dapartemen Agama RI, surat Al-Baqarah Ayat 110, *Al-Hidayah Al-Quran tafsir kata Tajwid dan kode angka*, ( Tangerang selatan Banten : Kalim, 2010), hlm 38.

*Artinya: Dan dirikanlah sholat dan tunaikan zakat. Dan kebaikan apa saja yang kamu usahakan bagi dirimu, tentu kamu akan mendapat pahalanya pada sisi Allah. Sesungguhnya Allah Maha Melihat apa-apa yang kamu kerjakan.*

Dari kedua dalil diatas maka sangatlah jelas bahwa kriteria kepuasan dalam islam yaitu apabila telah terpenuhinya kebutuhan fisik maupun non fisik seseorang. Dalam pemenuhan kebutuhan fisik, diharapkan bagi umat islam agar memperhatikan tentang halal ataupun haram, karena sudah dijelaskan dalam Al-quran bahwasanya sebaik-baiknya makanan yaitu makanan yang halal dan seburuk-buruknya makanan yaitu makanan yang haram. Maka sebagai muslim hendaknya agar tetap menjaga kehalalan, baik itu makanan, harta benda, ataupun yang lainnya.

Sedangkan kebutuhan non fisik dalam islam merupakan kebutuhan yang mementingkan kemaslahatan, sehingga tidak lupa untuk membayar zakat dan infak. Karena infak juga mengajarkan indahnyanya berbagi terhadap sesama dengan menyumbangkan sebagian harta yang kita miliki, lewat zakat ataupun infak. Segerakanlah zakat bila telah memenuhi syarat dan rukuk zakat, baik itu zakat harta,

maupun zakat badan. Karena zakat merupakan salah satu wujud kita dalam mensucikan atau membersihkan harta ataupun benda.

## 2. Teori *Mobile Banking*

### a. Pengertian *Mobile banking*

*Mobile Banking* adalah layanan perbankan yang dapat di akses langsung melalui jaringan telepon seluler/handphone GSM (Global for Mobile Communication) atau CDMA dengan menggunakan layanan data yang telah di sediakan oleh operator telepon seluler missal XL, Indosat, dan operator telepon lainnya<sup>25</sup>.

Dengan adanya layanan *mobile banking* diharapkan dapat memberikan kemudahan dan manfaat bagi para nasabah dalam melakukan akses ke bank tanpa harus datang langsung ke bank.<sup>26</sup>

### b. Manfaat *Mobile Banking*

#### b. Kenyamanan bertransaksi kapan saja dan dimana saja

Nasabah dapat melakukan transaksi atau membayar tagihan kapanpun dan di manapun.

#### c. Kemudahan melakukan transaksi

*Mobile banking* melalui Hp sangat mudah untuk di mengerti. Tampilan dari *mobile banking* juga sangat

---

<sup>25</sup> Muryanto Supriyono, *Buku Pintar Perbankan*, (Yogyakarta: C.V Andi Offset, 2011), hlm.67.

<sup>26</sup> Hanif Astika Kurniawati, Wahyu Agus Winarno1 dan Alfi Arif, "Analisis Minat Penggunaan *Mobile Banking* Dengan Pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM) Yang Telah Dimodifikasi", *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Akutansi*, Vol.IV, Nomor 1, Oktober 2017. hlm 24

simple. Nasabah hanya perlu mengikuti intruksi untuk melakukan transaksi. Hal ini juga menghemat pencatatan dari transaksi yang dilakukan.

- d. Dapat di aplikasikan pada semua jenis SIM Card dan ponsel yang menggunakan teknologi GPRS.
- e. Dilengkapi fitur special transfer real time ke bank transfer ke bukan pemegang rekening.<sup>27</sup>

### 3. Teori tentang Kualitas pelayanan

#### a. Pengertian Kualitas pelayanan

Secara umum kualitas merupakan salah satu cara bagi perusahaan untuk menguasai pasar. Sedangkan bagi masyarakat kualitas adalah alat ukur sekaligus cara seseorang dalam mencapai kepuasan. Kualitas didefinisikan sebagai totalitas dari karakteristik suatu produk (yang menunjang kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dispesifikasikan atau ditetapkan. Kualitas di pengaruhi oleh 2 (Dua) Faktor yaitu *expected service* dan *Pereived service*.<sup>28</sup> Apabila jasa yang diterima atau dirasakan *perceived services* sesuai yang diharapkan, maka jasa yang diterima atau di rasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas yang di harapkan sangat baik dan memuaskan, jika jasa yang diterima melampui harapan

---

<sup>27</sup>Rahmawati dan Noer Ariska Idola, "Pengaruh keputusan untuk menggunakan Fasilitas Mobile Banking dalam standar pelayanan di PT. Bank BRI Syariah Cabang Pekangbaru", Jurnal Al hikmah, Vol. 15 No, 2 Oktober 218, hlm 33.

<sup>28</sup>Hardiansyah, *Kualitas Peayanan Publik*, (Yogyakarta: gava Media, 2011) hlm. 49

pelanggan, maka kualitas jasa dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal.

Ciri-ciri yang menentukan kualitas pelayanan antara lain:<sup>29</sup>

- 1) Ketetapan waktu pelayanan, yang meliputi waktu tunggu dan waktu proses.
- 2) Akurasi pelayanan, yang meliputi bebas dari kesalahan.
- 3) Kesopanan dan keramahan dalam memberikan pelayanan.
- 4) Kemudahan mendapatkan pelayanan.
- 5) Kenyamanan dalam memperoleh pelayanan.
- 6) Atribut pendukung pelayanan lainnya.

**b. Indikator kualitas pelayanan**

philip kotler mengemukakan lima indicator pelayanan, yaitu:<sup>30</sup>

1. *Tangibles* adalah suatu bentuk penampilan fisik, peralatan personal, media komunikasi dan hal-hal yang lainnya yang bersifat fisik.
2. *Reliability* adalah suatu kemampuan untuk memberikan jasa yang dijanjikan akurat dan terpercaya.
3. *Responsivnees* adalah suatu respon atau kesigapan karyawan dalam membantu konsumen dan memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap.

---

<sup>29</sup>Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Andi, 2002) hlm. 125.

<sup>30</sup>Pilip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2016), hlm.284.

4. *Assurance* adalah kemampuan karyawan atas pengetahuan terhadap produk secara tepat, kualitas, keramahan, perkataan atau kesopanan dalam memberikan pelayanan, keterampilan dalam memberikan informasi dan kemampuan dalam menanamkan kepercayaan konsumen terhadap perusahaan.
5. *Emphaty* adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan perhatian yang bersifat individual atau pribadi kepada para konsumen.

Dari lima indicator-indikator di atas akan digunakan sebagai indicator dalam wawancara yang akan digunakan penulis untuk pengambilan data.

### c. Tehnik pengukuran kepuasan konsumen

Menurut kotler yang dikutip dari buku *Total Quality Management* ada beberapa metode yang dapat digunakan untuk mengukur kepuasan konsumen, yaitu:<sup>31</sup>

1. Sistem keluhan dan saran, organisasi yang berpusat pelanggan ( *Costumer Centered* ) memberikan kesempatan kepada pelanggannya untuk menyampaikan saran dan keluhan. Informasi ini dapat memberikan ide-ide cemerlang bagi perusahaan dan memungkinkannya untuk bereaksi secara tanggap dan cepat untuk mengatasi masalah-masalah yang

---

<sup>31</sup>Fandy Tjiptono. *Total Quality Manajemen*, (Yogyakarta: Andy, 2003) hlm. 104.

timbul.

2. *Ghost Shopping*, salah satu cara untuk memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah dengan memperkerjakan beberapa orang untuk berperan atau bersikap sebagai pembeli potensial, kemudian melaporkan temuan-temuannya mengenai kekuatan dan kelemahan produk perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam pembelian produk-produk tersebut. Selain itu *ghost shopping* dapat mengamati cara penanganan setiap keluhan.
3. *Lost customer analysis*, perusahaan menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli atau yang telah pindah pemasok agar dapat memahami mengapa hal itu terjadi. Pemantauan *customer loss rate* (tingkat pelanggan yang hilang) juga penting, peningkatan *customer loss rate* menunjukkan kegagalan perusahaan dalam memuaskan pelanggannya.
4. Survei kepuasan pelanggan, umumnya penelitian mengenai kepuasan pelanggan dilakukan dengan penelitian survey, baik melalui pos, telepon, maupun wawancara langsung. Perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik secara langsung dan juga memberikan tanda (signal) positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap para pelanggannya.

#### **4. Teori Bank Syariah**

##### **a. Pengertian Bank Syariah**

Bank syariah terdiri atas dua kata, yaitu bank dan syariah. Kata bank bermakna suatu lembaga keuangan yang berfungsi sebagai perantara keuangan dari dua pihak, yaitu pihak yang berlebihan dana dan pihak yang kekurangan dana. Kata syariah dalam versi bank syariah di Indonesia adalah aturan perjanjian berdasarkan yang dilakukan oleh pihak bank dan pihak yang lain untuk penyimpangan dana atau pembiayaan kegiatan usaha dan kegiatan lainnya sesuai dengan hukum islam.<sup>32</sup>

Bank syariah merupakan bank yang mengikuti system ekonomi Islam. Menurut Fazlurrahman, ekonomi islam menurut para pembangun dan pendukungnya di bangun di atas atau setidaknya diwarnai oleh prinsip-prinsip religious, berorientasi dunia dan akhirat.<sup>33</sup>

Bank syariah juga disebut sebagai bank Islam yaitu bank yang beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip syariat islam, yang tata cara beroperasinya mengacu kepada ketentuan-ketentuan Al-quran dan Hadist. Ketentuan-ketentuan syariah Islam Khususnya yang menyangkut tatacara bermuamalat secara Islam.

##### **b. Tujuan Bank Syariah**

---

<sup>32</sup> Zainuddin Ali, *Hukum perbankan syariah*, ( Jakarta: Sinar Grafika, 2008 ), hlm. 2

<sup>33</sup> Agus Marimin, Abdu Haris Romhoni, dan Tira Nur Fitria, "Perkembangan bank syariah di Indonesia", *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, vol. 01, Nomor 02 Juli 2015, hlm. 77.

Di bandingkan dengan bank konvensional, Bank syariah memiliki tujuan lebih luas dari pada bank konvensional, namun tetap mencari keuntungan dimana keuntungan tersebut di dapatkan dengan cara-cara yang syariah dan berasal dari sektor riil sehingga tidak adanya unsure riba. Adapun tujuan Bank syariah sebagai berikut:

1. Menyediakan lembaga keuangan perbankan untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat.
2. Memotivasi masyarakat untuk ikut serta dalam pembangunan.
3. Merubah cara berpikir masyarakat agar lebih baik dan lebih ekonomis agar masyarakat tersebut lebih baik dalam hidupnya.
4. Melalui produk perbankan Syariah yang ada, akan menyadarkan masyarakat mengenai pentingnya berbagi dan bagi hasil. Artinya masyarakat tidak lagi melakukan riba.<sup>34</sup>

### c. Fungsi dan Peran Bank Syariah

Bank syariah adalah bank yang menjalankan fungsi intermediasinya berdasarkan prinsip-prinsip syariat Islam. Peran dan fungsi bank syariah, di antaranya sebagai berikut:

- a. Sebagai tempat menghimpun dana dari masyarakat atau dunia usaha dalam bentuk tabungan (*mudharabah*), dan giro (*wadiah*), serta menyalurkannya kepada sektor riil yang membutuhkan.

---

<sup>34</sup> Heri Sudarsono, "Bank dan Lembaga keuangan Syariah Deskripsi dan Ilustrasi", (Yogyakarta: Ekonisia, 2008), hlm. 57.

- b. Sebagai tempat investasi bagi dunia usaha (baik dana modal maupun dana rekening investasi) dengan menggunakan alat-alat investasi yang sesuai dengan syariah.
- c. Menawarkan berbagai jasa keuangan berdasarkan upah dalam sebuah kontrak perwakilan atau penyewaan.
- d. Memberikan jasa sosial seperti pinjaman kebajikan, zakat dan dana sosial lainnya yang sesuai dengan ajaran Islam.<sup>35</sup>

## 5. Technology Acceptance Model (TAM)

*Technology Acceptance Model* (TAM) yang juga disebut dengan Model Penerimaan Teknologi merupakan salah satu teori tentang penggunaan sistem teknologi informasi yang dianggap sangat berpengaruh dan umumnya digunakan untuk menjelaskan penerimaan individual terhadap penggunaan sistem teknologi informasi.<sup>36</sup>

Tujuan model ini untuk menjelaskan faktor-faktor utama dari perilaku pengguna terhadap penerimaan pengguna teknologi. Secara lebih terinci menjelaskan tentang penerimaan TI dengan dimensi-dimensi tertentu yang dapat mempengaruhi diterimanya TI oleh pengguna. Tujuan utama TAM adalah untuk membantu memberikan kerangka dasar untuk penelusuran pengaruh faktor eksternal terhadap kepercayaan, sikap dan tujuan pengguna kerangka TAM memiliki enam variabel penting dalam model ini yang dapat membantu

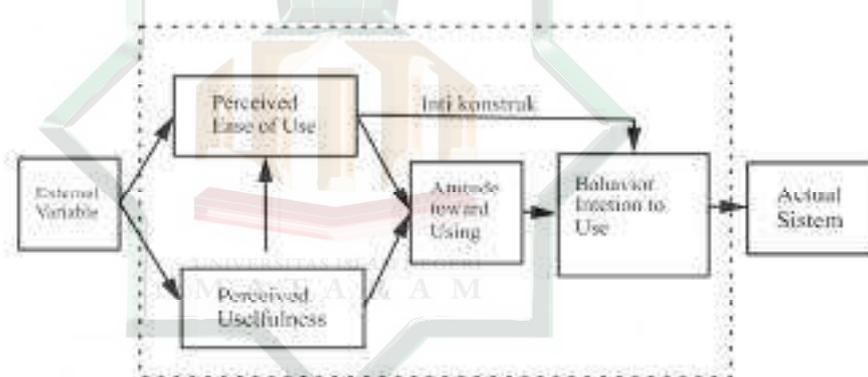
---

<sup>35</sup> Imamul Arifin, *Membuka Cakrawala Ekonomi*, ( Jakarta: Setia purna Inves, 2007 ), hlm. 14.

<sup>36</sup> Jogiyanto, " *Sistem informasi keperilakuan. Edisi revisi*", (Yogyakarta: Andi Offset, 2007), hlm 111

menjelaskan diterimanya sebuah sistem teknologi baru dalam masyarakat, yaitu persepsi tentang kemudahan penggunaan (*Perceived Ease of Use*), persepsi terhadap kemanfaatan (*perceivedusefulness*), sikap penggunaan (*attitude towardusing*), perilaku untuk tetap menggunakan (*behavioralintentiontouse*) dan kondisinya tapenggunaan sistem (*actualsistem usage*).

Berikut adalah gambar konstrukawal TAM yang dikenalkan oleh Davis:



*Technology Acceptance Model (TAM)*

a. **Behavioral Intention to Use (BIU)**

*Behavioral Intention to Use* adalah kecenderungan perilaku untuk tetap menggunakan suatu teknologi. Tingkat penggunaan sebuah teknologi komputer pada seseorang dapat diprediksi sikap perhatiannya terhadap teknologi tersebut, misalnya keinginan menambah *peripheral* pendukung, motivasi untuk tetap menggunakan, serta keinginan untuk memotivasi pengguna lain.

**b. Perceived Usefulness (UO)**

*Perceived use fulness* didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerja pekerjaannya (“*asthe extenttowhich aperson believerst hatusinga technology willenhance herorhis performance.*”) Artinya, jika seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi berguna maka dia akan menggunakannya. Sebaliknya ,jika merasa percaya bahwa sistem informasi kurang berguna dia tidak akan menggunakannya. Dengan kata lain konstruk ini merupakan suatu kepercayaan (*belief*) tentang proses pengambilan keputusan.

**c. Perceived Ease of Use (EOU)**

*Ease of use* adalah kemudahan penggunaan *perceived ease of use* yang didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan teknologi akan bebas dari usaha (“*istheextenttowhich apersonbelievesthat usingatechnologywil befreeeffort*”). Artinya, jika seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi mudah digunakan maka dia akan menggunakannya. Sebaliknya, jika seseorang merasa percaya bahwa sistem tidak mudah digunakan maka dia tidak akan menggunakannya.

**d. Attitude Toward Using (ATU)**

Davis et al. menyatakan *attitude toward behavior* didefinisikan sebagai perasaan-perasaan positif atau negative dari seseorang jika harus melakukan perilaku yang akan ditentukan. Definisi *attitude toward behavior* menurut Davis yaitu: “*an individual’s positive or negative feeling about performing the target behavior*”. Definisi tersebut dapat diartikan sebagai perasaan-perasaan pengguna baik positif maupun negatif untuk melakukan perilaku yang sudah ditentukan.<sup>37</sup>

## G. Metodologi Penelitian

Metode penelitian adalah suatu pengkajian dalam mempelajari peraturan yang terdapat dalam penelitian.<sup>38</sup> Atau dengan kata lain arti metodologi penelitian yaitu prosedur atau cara yang ditempuh untuk mendapatkan data dalam sebuah penelitian, adapun metode dalam penelitian ini adalah:

### 1. Pendekatan Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan kualitatif. Dimana pendekatan kualitatif adalah suatu proses penelitian dan pemahaman yang berdasarkan pada metodologi yang menyelidiki suatu fenomena sosial dan masalah manusia. Pada pendekatan ini,

---

<sup>37</sup> *Ibid*, hlm 114

<sup>38</sup> Husaini Usman dan Purnomo Setiady Akbar, *Metode Penelitian Sosial*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2011), hlm.41

peneliti menekankan sifat realistik yang terbangun secara sosial, hubungan erat antara peneliti dan subjek yang diteliti.<sup>39</sup>

Pendekatan penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif yang di maksudkan untuk menyelidiki keadaan, kondisi, atau hal-hal yang sudah di sebutkan, yang hasil nya akan di paparkan dalam bentuk laporan penelitian.

Sehingga peneliti mengumpulkan data secara langsung, Sebagaimana keadaan objek penelitian. Data yang peneliti dapatkan dalam penelitian ini adalah yang berkaitan dengan kepuasan nasabah terhadap kualitas *Mobile banking* pada Bank BNI Syariah Cabang Mataram.

## 2. Kehadiran Peneliti

Dalam hal ini, peneliti berperan sebagai pengumpul data yang melibatkan diri secara langsung dalam kehidupan objek peneliti dalam waktu yang telah ditentukan.

Untuk mendapatkan data yang akurat tentang hal-hal yang diteliti, maka peneliti menghubungi sumber data yang ada dilokasi penelitian dalam pelaksanaan penelitian dilakukan secara bertahap, yaitu:

- a. Tahap persiapan, yaitu mempersiapkan segala sesuatu yang dibutuhkan dalam melakukan penelitian ini, seperti: mendapatkan

---

<sup>39</sup> Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011), hlm. 34.

rekomendasi surat izin penelitian dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Mataram maupun lembaga terkait lainnya dan mempersiapkan pertanyaan-pertanyaan yang akan diajukan kepada informan serta menentukan siapa-siapa yang akan dijadikan informan.

- b. Tahap pelaksanaan, yaitu tahap di mana peneliti turun langsung ke lokasi penelitian dan melaksanakan wawancara dengan informan guna mendapatkan data yang dibutuhkan. Tahap penulisan laporan yaitu tahap di mana data-data yang didapat dari lapangan diolah dan dianalisis sesuai dengan ketentuan yang digunakan dalam penelitian ini.
- c. Tahap penulisan laporan yaitu tahap di mana data-data yang didapat dari lapangan diolah dan dianalisis sesuai dengan ketentuan yang digunakan dalam penelitian ini.

### **3. Waktu dan Lokasi Penelitian**

Waktu yang digunakan dalam penelitian ini selama Satu bulan di mulai pada saat pengambilan data pertama mengenai sejarah dan gambaran umum Bank BNI Syariah Cabang Mataram sampai selesai untuk pengambilan sampel dari para manager dan karyawan kantor yang bersangkutan dengan judul penelitian peneliti. Lokasi penelitian merupakan suatu tempat atau wilayah dimana penelitian tersebut akan dilakukan. Adapun penelitian yang akan dilakukan oleh penulis mengambil lokasi di Bank BNI Syariah Cabang

Mataram, Jl. Pejanggik, Cakranegara., Kec. Cakranegara, Kota Mataram, Nusa Tenggara Barat.

Adapun alasan penulis memilih tempat atau lokasi penelitian di PT. Bank BNI Syariah Cabang Mataram Karena di Bank BNI Syariah cabang mataram adalah bank yang semakin lama semakin berkembang, bank yang semakin diminati banyak masyarakat untuk bertransaksi dan memiliki fitur atau produk yang mempermudah nasabahnya seperti produk *Mobile banking*.

#### 4. Sumber dan Jenis data

##### a. Sumber data

Sumber data dalam penelitian ini adalah subjek darimana data dapat di peroleh. Adapun data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

##### 1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari obyek penelitian dengan menggunakan alat pengukuran atau alat pengambilan data langsung pada obyek sebagai sumber informasi yang dicari.<sup>40</sup> Dengan demikian, data langsung di peroleh dari Nasabah pengguna Produk *mobile banking* Bank BNI Syariah Cabang Mataram.

##### 2. Data Sekunder

---

<sup>40</sup>Saifudin Azwar, *Metode Penelitian*, (Celaban Timur: Pustaka Pelajar, 2010), hlm. 91.

Data sekunder adalah data yang langsung dikumpulkan oleh peneliti sebagai penunjang dari sumber pertama dan dapat juga dikatakan data yang tersusun dalam dokumen-dokume.<sup>41</sup> Berdasarkan keterangan tersebut yang menjadi data sekunder dalam penelitian ini, yaitu buku-buku yang terkait dengan masalah yang akan diteliti, jurnal atau skripsi yang akan mendukung keaslian data yang akan didapatkan pada penelitian ini.

**b. Jenis data**

Adapun jenis data yang di gunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif. Data kualitatif adalah data yang berbentuk kata, kalimat, gerak tubuh, ekspresi wajah, bagan, gambar, dan foto.<sup>42</sup>Peneliti menggunakan data kualitatif karena peneliti ini menggunakan kata-kata untuk menggambarkan fakta dan fenomena yang diamati.

**5. Prosedur Pengumpulan Data**

Pengumpulan data merupakan salah satu proses pengadaan data untuk keperluan penelitian. Dalam buku pengantar metodologi research dijelaskan bahwa “dalam setiap penelitian baik bersifat rahasia (tertutup) untuk kalangan yang sangat terbatas ataupun yang bersifat umum dipublikasikan, selalu digunakan metode dan alat

---

<sup>41</sup>Sumadi Suryabrata, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Rajawali, 1987), hlm. 93.

<sup>42</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi ( Mixed Methods )*, ( Bandung:Alfabeta, 2014) hlm. 6.

pengumpulan data yang tersusun dengan baik serta disesuaikan dengan tujuan penelitian”.

Dalam penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data sebagai berikut.

**a. Teknik Observasi (Pengamatan)**

Observasi merupakan suatu tehnik pengumpulan data yang di lakukan dengan cara mengadakan penelitian secara teliti serta pencatatan secara sistematis. Menurut kartono pengertian observasi ialah studi yang di sengaja dan sistematis tentang fenomena social dan gejala-gejala psikis dengan jalan pengamatan dan pencatatan. Selanjutnya, dikemukakan tujuan observasi adalah mengerti cirri-ciri dan luasnya signifikan dari interelasinya elemen-elemen tingkah laku manusia pada fenomena social serba kompleks dalam pola-pola kultur tertentu.<sup>43</sup>

Dalam observasi ini penelitian melakukan pengamatan secara langsung tentang Pelayanan Kepuasan Nasabah Terhadap Kualitas Mobile Banking di Bank BNI Syariah Cabang Mataram.

**b. Wawancara**

---

<sup>43</sup>Imam Gunawan, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2014, hlm.143.

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (interviewer) yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara (interviewee) yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu. Maksud mengadakan wawancara seperti ditegaskan oleh Lincoln dan Guba, antara lain: merekonstruksi mengenai orang, kejadian, organisasi, perasaan, motivasi, tuntutan, kepedulian dan lain-lain kebulatan, merekonstruksi kebulatan-kebulatan demikian sebagai yang dialami masa lalu.<sup>44</sup> Wawancara menurut Sudjana, wawancara adalah proses pengumpulan data atau informasi melalui tatap muka antara pihak penanya (interviewer) dengan pihak yang ditanya atau penjawab (interviewee).<sup>45</sup>

Dilihat dari aspek pedoman wawancara dalam proses pengambilan data, wawancara dapat dibedakan menjadi tiga macam jenis yaitu terstruktur, bebas dan kombinasi.<sup>46</sup>

1. Wawancara terstruktur, yaitu wawancara di mana peneliti ketika melaksanakan tatap muka dengan responden menggunakan pedoman wawancara yang telah disiapkan lebih dahulu. Wawancara terstruktur digunakan sebagai teknik pengumpul data, Wawancara tidak terstruktur atau

---

<sup>44</sup>Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya), hlm. 186.

<sup>45</sup> Djamar'an dan Aan Komariah, *Metodologi penelitian*, (Bandung: Alfabeta), hlm. 180.

<sup>46</sup>Sukardi, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2005), hlm. 180-181.

bebas, yaitu wawancara yang bebas dimana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah disusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya. Pedoman wawancara yang hanya digunakan hanya berupa garis-garis besar permasalahan yang akan ditanyakan.<sup>47</sup>

2. Wawancara tidak terstruktur atau bebas, yaitu wawancara yang bebas dimana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah disusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya. Pedoman wawancara yang hanya digunakan hanya berupa garis-garis besar permasalahan yang akan ditanyakan.<sup>48</sup>
3. Dikatakan sebagai wawancara kombinasi diantara kedua jenis diatas, jika peneliti menggabungkan kedua cara di atas dengan tujuan memperoleh informasi yang semaksimal mungkin.<sup>49</sup>

Dalam penelitian ini, penulis akan menggunakan pedoman wawancara terstruktur yang di susun secara terperinci. Peneliti akan mewawancarai Nasabah pengguna produk *Mobile banking* yang mencakup kebutuhan penelitian pada Bank BNI Syariah Cabang Mataram.

### c. Dokumentasi

---

<sup>47</sup>*Ibid.*

<sup>48</sup>*Ibid*, hlm. 181.

<sup>49</sup>*Ibid*, hlm. 141

Dokumentasi adalah mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, buku, brosur, majalah, dan sebagainya yang ada pada bank BNI Syariah Cabang Mataram.<sup>50</sup>

Teknik dokumentasi dalam penelitian ini merupakan suatu teknik pengumpulan data dengan menghimpun dan menganalisis dokumen-dokumen yang mendukung penelitian contohnya yaitu brosur, buku-buku, maupun arsip-arsip bank BNI Syariah Cabang Mataram, Teknik ini digunakan untuk memperoleh data tertulis yang berhubungan dengan penelitian.

## 6. Tehnik Analisis Data

Dalam penelitian kualitatif ini, teknik analisis data yang peneliti gunakan akan diarahkan untuk menjawab rumusan masalah yang telah dirumuskan dalam proposal. Analisis data adalah upaya untuk mengurai suatu masalah atau fokus kajian menjadi bagian-bagian (*decomposition*) sehingga susunan atau tatanan berbentuk sesuatu yang di urai itu tampak dengan jelas dan karenanya bisa secara lebih terang ditangkap maknanya atau lebih dapat dimengerti duduk perkaranya.

Dalam penelitian kualitatif, data yang muncul lebih banyak berwujud kata-kata, bukan rangkaian angka. Data kualitatif dikumpulkan dalam berbagai cara, misalnya; observasi, wawancara, intisari dokumen, rekaman kemudian diproses melalui pencatatan

---

<sup>50</sup>Sugiono, *Metode Penelitian Pendidikan* (Bandung, Rosdakarya, 2004), hlm.329.

dan pengetikan, dan penyuntingan selanjutnya dianalisis secara kualitatif.<sup>51</sup>

Analisis yang peneliti gunakan terkait penelitian ini adalah analisis deskriptif-kualitatif, yaitu dengan menggambarkan data-data tersebut atau dengan kalimat yang kemudian disusun berdasarkan urutan pembahasan yang telah direncanakan.

Aktivitas analisis data Miles and Huberman, terdiri atas: data reduction, data display, dan conclusion drawing/verification yang dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara tuntas dan terus menerus sampai tuntas, hingga datanya mencapai jenuh.<sup>52</sup>

a. Data Reduction (Reduksi Data)

Data yang diperoleh ditulis dalam bentuk laporan atau data yang terperinci. Laporan yang disusun berdasarkan data yang diperoleh direduksi, dirangkum, dipilih hal-hal yang pokok, dan difokuskan pada hal yang penting. Data hasil pengikhtisaran dan memilah-milah berdasarkan satuan konsep, tema, dan kategori tertentu akan memberikan gambaran yang lebih tajam tentang hasil pengamatan dan dapat mempermudah peneliti untuk mencari kembali data sebelumnya yang diperoleh jika sesandainya diperlukan.

B. Data Display (Penyajian Data)

---

<sup>51</sup>Djam'an Satori dan Aan Komariah, *Metodologi...*, hlm.200

<sup>52</sup>*Ibid.*, hlm.218

Langkah selanjutnya adalah, sesudah mereduksi data adalah menyajikan data (*data display*). Teknik penyajian data adalah penelitian kualitatif dapat dilakukan dalam nberbagai bentuk seperti table, grafik, dan sejenisnya. Penyajian data pun bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, dan sejenisnya. Miles and Huberman (1984), dengan demikian yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks naratif. Adapun fungsi display data disamping untuk memudahkan dan memahami apa yang terjadi, juga untuk merencanakan kerja selanjutnya.

#### C. Penarikan Kesimpulan (verification)

Langkah ketiga dalam analisis data kualitatif menurut Miles and Huberman adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awaln masih bersifat sementara, dan akan berubah jika seandainya tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data selanjutnya. Akan tetapi, jika seandainya kesimpulan yang telah dikemukakan pada tahap awal, dan didukung oleh bukti-bukti yang konsisten dan valid saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel. Kesimpulan dalam penelitian kualitatif merupakan temuan baru yang belum pernah

ada. Temuan pun dapat berupa data deskriptif atau gambaran suatu objek yang sebelumnya masih belum jelas, sehingga setelah diteliti dapat menjadi jelas, dapat berupa hipotesis atau teori, hubungan kausal atau interaktif.

## 7. Pengecekan Keabsahan Data

Untuk menentukan keabsahan data perlu adanya teknik pemeriksaan yang berdasar sejumlah kriteria tertentu. Disini terdapat tempat kriteria yang digunakan, yaitu:

### 1. Derajat Kepercayaan (*Kredibility*)

Kriteria ini berfungsi untuk melaksanakan inkuiri sedemikian rupa sehingga tingkat kepercayaan penemuannya dapat dicapai, mempertunjukkan derajat kepercayaan hasil-hasil penemuan dengan jalan pembuktian oleh peneliti pada kenyataan ganda yang sedang diteliti.

### 2. Pengujian *Transferability*

*Transferability* merupakan validitas eksternal dalam penelitian kualitatif, validitas eksternal menunjukkan derajat ketepatan atau dapat diterapkannya hasil penelitian ke populasi dimana sampel tersebut diambil. Nilai transfer ini berkenaan dengan pertanyaan, hingga mana hasil penelitian dapat diterapkan atau digunakan dalam situasi lain. Bagi peneliti

naturalistik, nilai transfer bergantung pada pemakai sehingga manakala hasil penelitian tersebut dapat digunakan dalam konteks dan situasi social.

### 3. Pengujian Depenability

Dalam penelitian kualitatif, depenability disebut reliabilitas. Suatu penelitian yang reliabel adalah apabila orang lain dapat mengulangi/mereplikasi proses penelitian tersebut. Dalam penelitian kualitatif, uji dependability dilakukan dengan melakukan audit terhadap keseluruhan proses penelitian. Kalau proses penelitian tidak dilakukan tetapi datanya ada, maka penelitian tersebut tidak reliabel atau dependable.

### 4. Pengujian Konfirmability

Pengujian konfirmability dalam penelitian kuantitatif disebut dengan uji obyektivitas penelitian. Penelitian dikatakan obyektif bila hasil penelitian telah disepakati banyak orang. Dalam penelitian kualitatif, uji konfirmability mirip dengan uji depenability, sehingga pengujiannya dapat dilakukan secara bersamaan. Menguji konfirmability berarti menguji hasil penelitian, dikaitkan dengan proses yang dilakukan, maka penelitian tersebut telah memenuhi standar konfirmability.<sup>53</sup>

---

<sup>53</sup> Sugiyono, "Metode penelitian Kuantitatif, kualitatif dan RSD" (Bandung: PT Alfabet, 2016), hlm 337.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan beberapa teknik pemeriksaan keabsahan data yang serupa:

**a. Triangulasi**

Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain. Diluar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu. Teknik triangulasi yang paling banyak digunakan ialah pemeriksaan melalui sumber lainnya. Meleong menyatakan bahwa triangulasi dengan sumber berarti membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam penelitian kualitatif. Hal itu dapat dicapai dengan jalan:

1. Membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara.
2. Membandingkan apa yang dikatakan orang didepan umum dengan apa yang dikatakannya secara pribadi.
3. Membandingkan apa yang dikatakan orang- orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakannya sepanjang waktu.
4. Membandingkan keadaan perspektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan orang seperti rakyat

biasa, orang yang berpendidikan menengah atau tinggi, orang berada, orang pemerintahan.

5. membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan.<sup>54</sup>

#### **b. Ketekunan pengamatan**

Ketekunan pengamatan dimaksudkan agar memperoleh derajat keabsahan yang tinggi, maka dari itu peneliti meningkatkan ketekunan di lapangan.<sup>55</sup> Dalam melakukan pengumpulan data peneliti bukan hanya mengandalkan pendengaran, tulisan dan wawancara saja namun juga memerlukan perasaan dan insting dari peneliti.

#### **c. Pembahasan Teman Sejawat**

Pemeriksaan teman sejawat melalui diskusi, bertujuan untuk memperoleh kritikan atas hasil yang didapatkan, sehingga dapat menuju ke tingkatan kepercayaan dan kebenaran dari data hasil penelitian. Hal ini dilakukan dengan mengekspos hasil sementara atau hasil akhir yang diperoleh dalam bentuk diskusi analitik dengan rekan-rekan sejawat. Penggunaan teknik ini menunjukkan bahwa peneliti terbuka terhadap hasil interpretasi dengan menerima kritikan dari hasil temuan.

---

<sup>54</sup> Lexi J Moleong, *“Metodologi penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2016) hlm 330

<sup>55</sup> Burhan Bungin, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo persada, 2001), hlm. 94.

## H. Sistematika Pembahasan

Secara garis besar sistematika penelitian ini dapat ditentukan dengan ulasan sebagai berikut:

**BAB I** Menguraikan tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, ruang lingkup dan setting penelitian, telaah pustaka, kerangka teori, metode penelitian dan sistematika pembahasan.

**BAB II** Akan menguraikan tentang paparan data dan temuan baik data primer maupun sekunder dari penelitian yang dilakukan di lapangan. Pada bagian ini dipaparkan secara deksriptif tentang gambaran lokasi penelitian dan temuan-temuan yang berkaitan dengan Pelayanan Kepuasan Nasabah Terhadap Kualitas Mobile Banking Pada Bank BNI Syariah Cabang Mataram.

**BAB III** Pembahasan akan membahas tentang data-data yang ditemukan di lapangan apakah sesuai teori. Pada bab ini akan membahas Analisis Pelayanan Kepuasan Nasabah Terhadap Kualitas Mobile Banking Studi Kasus Pada Bank BNI Syarih Cabang Mataram.

**BAB IV** Penutup, terdiri dari kesimpulan hasil penelitian dan saran.

## BAB II

### PAPARAN DATA DAN TEMUAN

#### A. Sketsa Bank BNI Syariah Cabang Mataram

##### 1. Sejarah singkat Berdirinya Bank BNI Syariah Cabang Mataram

Bank BNI berdiri pada tahun 1946, BNI merupakan bank pertama yang didirikan dan dimiliki oleh pemerintahan Indonesia, terbentuknya Unit Usaha Syariah (UUS) sebagai unit bisnis strategis dari BNI pada tanggal 29 April 2000, hal tersebut merupakan suatu contoh dari ketangguhan sistem perbankan syariah dalam menghadapi krisis moneter dengan ditahun 1997 yang berlandaskan UU No. 10 Tahun 1998.

Tiga pilar dari prinsip syariah adalah adil, transparan, dan maslahat mampu menjawab kebutuhan masyarakat terhadap sistem perbankan yang adil. Tepatnya pada tanggal 29 April 2000 BNI Syariah membuka 5 kantor cabang sekaligus di kota-kota potensial, yaitu: Yogyakarta, Malang, Pekalongan, Jepara, dan Banjarmasin. Tahun 2001 BNI Syariah

kembali membuka kembali 5 kantor cabang syariah, yang difokuskan di kota-kota besar di Indonesia, yakni: Jakarta (dua cabang), Bandung, Makasar dan Padang. Seiring dengan perkembangan bisnis dan banyaknya permintaan masyarakat untuk layanan perbankan syariah, tahun 2002 lalu BNI Syariah membuka dua kantor cabang syariah baru di Medan dan Palembang.

Di awal tahun 2003 dengan pertimbangan *load* bisnis yang semakin meningkat sehingga untuk meningkatkan pelayanan kepada masyarakat, BNI Syariah melakukan relokasi kantor cabang syariah di Jepara ke Semarang. Sedangkan untuk melayani masyarakat kota Mataram, BNI Syariah di bangun di awal tahun 2014.<sup>56</sup>

Pada tanggal 19 Juni 2010, status BNI Syariah meningkat menjadi Bank Umum Syariah (BUS). Kepemilikan saham BNI Syariah adalah 99.94% adalah dimiliki oleh PT. BNI Life. BNI Syariah senantiasa mendapatkan dukungan teknologi informasi dan penggunaan jaringan seluruh distribusi infrastruktur BNI induk diantaranya layanan lebih dari 16.000 ATM BNI, ditambah ribuan jaringan ATM bersama, ATM prima serta ATM berlogo *Maestro dan Cirrus* di seluruh dunia, fasilitas 24 jam BNI Call (021-1500046), SMS banking dan BNI internet banking.

Kinerja BNI Syariah Cabang Mataram per Desember 2018 tumbuh positif dan didukung oleh perolehan dan apihak ketiga (DPK) mencapai Rp. 210.81Milyar dengan pertumbuhan CASA sebesar 13.96%. Dari sisi

---

<sup>56</sup>Dokumentasi, PT. Bank BNI Syariah Cabang Mataram, Tanggal 05 Maret 2020

pendanaan telah disalurkan sebesar Rp. 384.31 milyar, dan tumbuh sekitar 10.04% dari periode yang sama ditahun sebelumnya.<sup>57</sup>

## 2. Profil Lembaga Bank BNI Syariah

**Tabel 1.1**  
 “Profil Lembaga BNI Sayriah”<sup>58</sup>

No.	Indikator	Keterangan
1.	Nama Perusahaan	PT. Bank BNI Syariah
2.	Tanggal Operasional	19 Juni 2010
3.	Bidang Usaha	Usaha perbankan syariah sesuai dengan anggaran dasar BNI Syariah No. 160 tanggal 22 maret 2010.
4.	Segmen Usaha	Bisnis komersial, bisnis Konsumen & ritel, bisnis mikro, dan Bisnis Treasuri dan Internasional.
5.	Dasar Hukum pendirian	Surat keputusan Menteri Hukum dan HAM Nomor: AHU-15574, AH.01.01 tahun 2010, tanggal 25 Maret 2010.
6.	Modal Dasar	Rp. 4.004.000.000.000
7.	Modal ditempatkan dan disetor penuh.	Rp. 1.501.500.000.000
8.	Kepemilikan	PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk: 99.09%
9.	Alamat kantor Pusat	Gedung Tempo Pavilion 1, jln HR.

<sup>57</sup>PT.Bank BNI Syariah, “Sejarah Bank BNI Syariah” dalam <https://www.bnisyariah.co.id>, diakses 05 Maret 2020, pukul 20.50

<sup>58</sup>*Dokumentasi*, Laporan Tahunan PT. Bank BNI Syariah Kantor cabang Mataram, Tanggal 05 Maret 2020

		Rasuna Said Kav. 10-11 Jakarta 12950, Indonesia
10.	Alamat Kantor BNI Syariah cabang Mataram	Jalan Pejanggik No. 23 Cakranegara, Mataram, NTB Telepon: 0370-644622 Faksimili: 0370-622246
11.	Website	<a href="http://www.bnisyariah.co.id">www.bnisyariah.co.id</a>

### 3. Letak Geografis PT Bank BNI Syariah Cabang Mataram

Kantor Bank BNI Syariah memiliki letak Geografis yang sangat strategis dan sangat cepat dijangkau oleh para nasabah yang ingin melakukan berbagai transaksi, dengan layanan outlet di 1 kantor cabang pembantu, serta 1 bank layanan bergerak., yang merupakan bank yang menjalankan prinsip menurut syariat islam.

- a. Sebelah Timur, berbatasan dengan Ruko serta OPPO Center.
- b. Sebelah Barat, berbatasan dengan Pura Pamaksan, banjar karang Sampalan
- c. Sebelah Utara, berbatasan dengan perumahan lingkungan masyarakat di jalan Cendrawasih.
- d. Sebelah selatan, jalan raya dan Pura di jalan sekardiyur.<sup>59</sup>

### 4. Visi dan Misi Bank BNI Syariah

---

<sup>59</sup>Dokumentasi, Laporan Tahunan PT. Bank BNI Syariah Kantor cabang Mataram, Tanggal 05 Maret 2020

a. Visi

“Menjadi bank syariah pilihan masyarakat yang unggul dalam layanan dan kinerja”

b. Misi

1. Memberikan kontribusi kepada masyarakat dan peduli pada kelestarian lingkungan.
2. Memberikan solusi kepada masyarakat untuk kebutuhan jasa perbankan syariah.
3. Memberikan nilai investasi uang optimal bagi investor.
4. Menciptakan wahana terbaik sebagai tempat kebanggaan untuk berkarya dan berprestasi bagi pegawai sebagai perwujudan ibadah.
5. Menjadi acuan tata kelola perusahaan yang amanah.<sup>60</sup>

**5. Budaya Kerja Bank BNI Syariah<sup>61</sup>**

a. Amanah

“Menjalankan tugas dan kewajiban dengan penuh tanggung jawab untuk memperoleh hasil yang optimal.”

1. Jujur dan tepati janji
2. Berni mengambil tanggung jawab
3. Semangat menghasilkan karya terbaik
4. Bekerja ikhlas dan mengutamakan nilai ibadah
5. Beri layanan melebihi harapan.

---

<sup>60</sup>Dokumentasi, PT. Bank BNI Syariah kantor cabang Mataram, tanggal 05 Maret 2020

<sup>61</sup>Dokumentasi, PT. Bank BNI Syariah cabang Mataram, tanggal 05 Maret 2020

b. Jama'ah

- 1..Bersinergi dalam menjalankan tugas dan kewajiban.
2. Bangun sinergi secara kekeluargaan.
3. Sebarluaskan ilmu yang bermanfaat.
4. Pahami kaitan proses kerja dengan rekan.
5. Perkuat kepemimpinan diri (*Self-Leadership*)

**6. Saranan dan Prasaranan pada PT Bank BNI Syariah Cabang Mataram<sup>62</sup>**

Kondisi kantor BNI Syariah yang terdiri dari 3 lantai dan memiliki masing-masing ruang bagian di antaranya sebagai berikut:

a.Lantai 1

5. Bagian kanan luar ruangan ATM

6. Ruang Bagian dalam:

- a) Pintu pertama (*Banking Holl*)
- b) Sebelah kanan CS (*customer service*), CSH (*customer service head*) dan Asurance.
- c) Bagian tengah Teller
- d) Tempat tunggu, dan toilet

7. Samping kiri ruang khusus tamu

- a. Ruang Operational Manager (OM)
- b. Ruang Arsip

---

<sup>62</sup>Dokumentasi, PT. Bank BNI Syariah cabang Mataram, tanggal 05 Maret 2020

b. Lantai 2

1. Ruang Branch Manager (BM)
2. Bagian Sales
3. Bagian Processing
4. Ruang Rapat
5. Toilet

c. Lantai 3

1. Bagian Financing Administration
2. Ruang Penyimpanan Arsip, dan Gudang
3. Musholah dan toilet
4. Ruang Dapur.

**7. Produk dan Layanan Jasa PT Bank BNI Syariah Cabang Mataram**

Berikut produk yang di keluarkan layanan yang di keluarkan oleh Bank BNI Syariah Cabang Mataram.

1. Simpanan<sup>63</sup>

a. Tabungan BNI iB Hasanah

Tabungan dengan akad *mudhabah* atau *wadiah* untuk memberikan fasilitas serta kemudahan untuk nasabah perorangan dan non perorangan dalam mata uang rupiah.

b. Tabungan BNI iB Hasanah Mahasiswa

Tabungan dengan akad *mudharabah* atau *wadiah* dari para mahasiswa perguruan tinggi negeri/swasta yang bekerja sama

---

<sup>63</sup>Brosur, Produk PT. Bank BNI Syariah kantor cabang Mataram Tanggal 09 Maret 2020

dengan BNI Syariah yang untuk keperluan pembayaran SPP dan /keperluan lainnya.

c. Tabungan iB Hasanah (Pegawai/anggota)

Tabungan dengan akad *mudharabah* dan *wadiah* para pegawai perusahaan yang bekerja sama dengan BNI Syariah.

d. Tabungan BNI iB Hasanah (Classic)

Dengan akad *mudharabah* menampung setoran cash collateral nasabah pada tiap penerbitan hasanah *card classic*.

e. Tabungan BNI Bisnis iB Hasanah

Tabungan dengan akad *mudharabah* dan *wadiah* yang dilengkapi dengan detail mutasi debit dan kredit pada buku tabungan dan bagi hasil yang lebih kompetitif.

f. Tabungan BNI Prima iB Hasanah

Tabungan dengan akad *mudharabah* dan *wadiah* yang memberikan berbagai fasilitas serta kemudahan bagi nasabah segmen high networth individuals secara perorangan.

g. BNI Tabunganku iB Hasanah

Tabungan nasional dengan akad *wadiah* dan setoran awal ringan untuk menabung.

h. Tabungan BNI Tunas iB Hasanah

Tabungan dengan akad *wadiah* yang diperuntukan bagi anak-anak dan pelajar yang berusia di bawah 17 tahun.

i. BNI Deposito iB Hasanah

Investasi yang berjangka dengan akad *mudharabah* yang ditujukan bagi nasabah perorangan dan perusahaan.

j. Tabungan BNI Simple iB Hasanah, dll.

Tabungan dengan akad wadiah untuk siswa berusia dibawah 17 tahun dengan persyaratan mudah dan sederhana serta fitur yang menarik untuk mendorong budaya menabung sejak dini.

k. BNI Giro iB Hasanah

Ialah titipan dana dari pihak ketiga yang dikelola dengan akad *mudharabah* maupun akad *wadiah* yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan cek, bilyet gito, sarana perintah pembayaran lainnya atau dengan pemindahbukuan.

2. Produk Pembiayaan Konsumer<sup>64</sup>

a. BNI Griya iB Hasanah

Fasilitas pembiayaan untuk membeli, membangun merenovasi ruma (termasuk ruko, rusun, rukan, apartemen dan sejenisnya) dan membeli tanah kavling atau rumah indent dengan sistem angsuran tetap hingga akhir masa.

b. BNI Oto iB Hasanah

Fasilitas pembiayaan yang diberikan kepada individu untuk pembelian kendaraan bermotor.

---

<sup>64</sup> Brosur, Produk Pembiayaan Konsumer PT. Bank BNI Syariah kantor cabang Mataram, tanggal 09 Maret 2020

c. BNI iB Emas iB Hasanah

Merupakan Fasilitas pembiayaan untuk kepemilikan emas logam mulia secara angsuran tetap setiap bulannya dengan akad *murabahah*.

d. BNI Multiguna iB Hasanah

Fasilitas pembiayaan konsumtif yang diberikan kepada masyarakat untuk membeli kebutuhan konsumtif barang/jasa.

e. BNI Flexi iB Hasanah

Pembiayaan yang diperuntukan bagi pegawai atau karyawan perusahaan atau instansi yang bekerja sama dengan BNI Syariah untuk pembelian barang/jasa.

d. BNI Flexi Umrah iB Hasanah

Pembiayaan untuk paket perjalanan umrah (biro perjalanan umrah). Total pembiayaan sampai dengan 200 juta dengan jangka waktu 5 tahun.

3. Pembiayaan Komersial<sup>65</sup>

a. BNI Wirausaha iB Hasanah

Ialah fasilitas pembiayaan yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan pembiayaan usaha produktif.

b. BNI Tunas Usaha iB Hasanah

---

<sup>65</sup>Brosur, Produk Komersial PT. Bank BNI Syariah kantor cabang Mataram Tanggal 09 Maret 2020

Pembiayaan modal kerja dan atau investasi yang diberikan untuk usaha produktif yang *feasible* namun belum *bankable* dengan prinsip syariah.

c. BNI Linkage program iB Hasanah

Ialah fasilitas dimana BNI Syariah sebagai pemilik dana dan menyalurkan pembiayaan dengan pola *executing* kepada lembaga keuangan syariah (LKS) seperti BMT, BPRS, KJKS, dan lainnya kemudian disalurkan kepada *end user* (pengguna Mikr, kecil, dan menengah syariah).

d. Pembiayaan Koperasi Karyawan

Fasilitas pembiayaan mudharabah di mana BNI Syariah sebagai pemilik dana menyalurkan pembiayaan dengan pola *execusing* kepada koperasi karyawan atau Kopeg.

e. Pembiayaan Usaha Kecil iB Hasanah

Pembiayaan syariah untuk tujuan produktif epada pengusaha kecil berdasarkan prinsip syariah.

f. Pembiayaan Usaha Besar Hasanah

Pembiayaan usaha yang digunakan untuk tujuan produktif (modal kerja maupun investasi) kepada pengusaha berbadan hukum skala menengah dan besar dalam mata uang rupiah atau valas.

g. Multifinance BNI iB Hasanah

Penyaluran dengan pola *execusing* kepada multifinance untuk usahanya dibidang perusahaan pembiayaan.

h. BNI Sindikasi iB Hasanah

Pembiayaan yang diberikan oleh BNI Syariah bersama dengan perbankan lainnya untuk membiayaan suatu proyek atau usaha yang berskala sangat besar.

j. Pembiayaan Kepada Penyelenggara Haji Khusus iB Hasanah

Pembiayaan modal kerja yang ditujukan kepada Penyelenggaraan Ibadah Haji Khusus (PIHK) atau travel agen untuk modal kerja.

k. Pembiayaan Griya Konstruksi iB Hasanah

Pembiayaan produktif yang di berikan kepada *developer* untuk membangun rumah danatau fasilitas umum/social serta dilarang digunakan untuk pengadaan atau pengolahan tanah secara langsung/tidak langsung sesuai dengan prinsip syariah.

4. Layanan Jasa (Service)<sup>66</sup>

1) Jasa Bisnis

a) Garansi bank

b) Kliring

c) Surat Keterangan Bank Dukungan Keuangan Surat kredit berdokumen dalam Negeri (SKBDN)

d) Surat keterangan Bank (SKB)

---

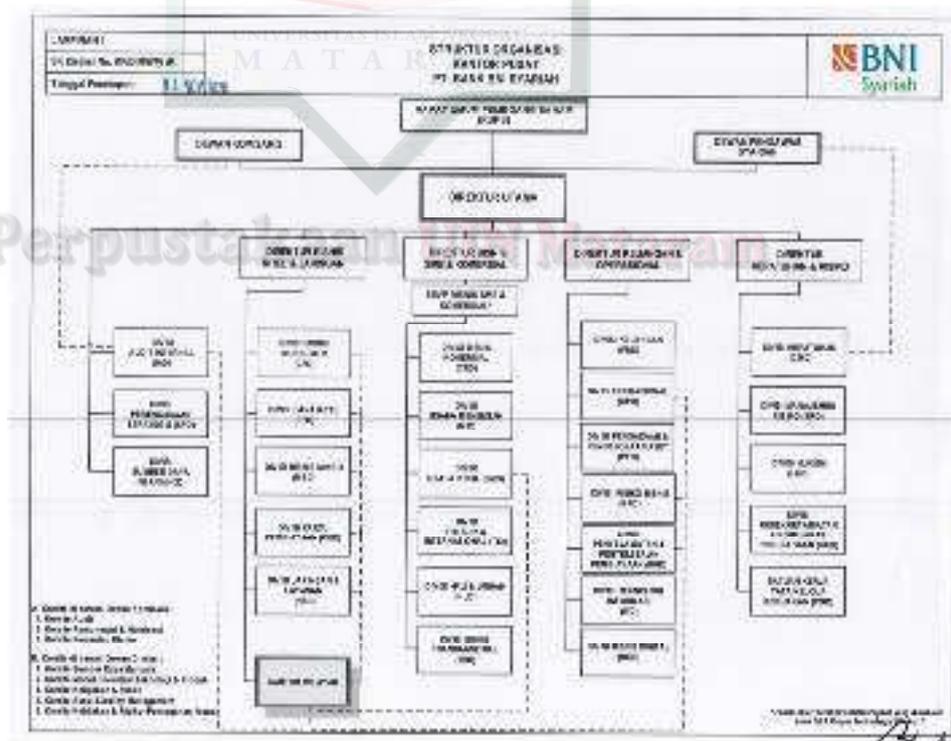
<sup>66</sup>Brosur, Produk Pelayanan jasa PT. Bank BNI Syariah kantor cabang Mataram  
Tanggal 09 Maret 2020

- 2) Jasa Keuangan
  - a) Penerimaan setoran
  - b) Transaksi Online
  - c) Tranfer dan Lalu lintas Giro (LLG)
  - d) *Payment center*
  - e) MPN G2 melalui ATM dan teller
- 3) Jasa Kelembagaan
  - a) Pembayaran biaya pendidikan (SPP) online
  - b) *Cash Management* BNI Syariah
  - c) *Payroll* Gaji
- 4) Jasa e-Banking
  - a) ATM BNI/BNI Syariah
  - b) *Mobile Banking*
  - c) *Phone Banking*
  - d) *Internet Banking dan Sms Banking.*
- 5) Jasa Bisnis internasional
  - a) *Letter of Credit* (L/C) Impor suatu fasilitas yang diberikan bank kepada nasabah untuk keperluan pembukaan L/C Impor.
  - b) *Letter of Credit* (L/C) Ekpor surat penyertaan akan membayar kepada eksportir yang diterbitkan oleh bank untuk memfasilitasi perdagangan ekspor dengan pemenuhan persyaratan tertentu sesuai dengan prinsip syariah.

- 6) Layanann Treasuri
  - a) Transaksi *Forex Value Today* maupun *Spot*
  - b) Transaksi *Banknotes*

## 8. Struktur Organisasi

### STRUKTUR ORGANISASI PT. BANK BNI SYARIAH PUSAT





**Gambar 1.2**“Struktur Organisasi Bank BNI Syariah Kantor Pusat”<sup>68</sup>

## **B. Temuan Data**

Berdasarkan masalah penelitian yang telah disebutkan sebelumnya, maka data yang ingin diperoleh dalam penelitian ini adalah Analisis Kepuasan Nasabah Terhadap Kualitas *Mobile Banking* Pada Bank BNI Syariah Cabang Mataram. Penggunaan teknik wawancara sebagai tehnik utama dan tehnik dokumentasi serta observasi sebagai pendukung data yang didapat dari tehnik wawancara.

Penelitian ini dilakukan di bank BNI Syariah cabang Mataram, nasabah bank BNI Syariah dan beberapa informasi yang diperoleh antara lain sebagai berikut:

### **1. Kualitas Pelayanan *Mobile Banking* Pada Bank BNI Syariah Cabang Mataram**

Dalam dunia perbankan dapat di temukan berbagai macam transaksi-transaksi yang dilakukan oleh nasabah, pada khususnya yaitu

---

<sup>68</sup>Dokumentasi, Bank BNI Syariah Cabang Mataram, Tanggal 05 Maret 2020.

bank BNI Syariah cabang Mataram, setiap transaksinya, Bank BNI Syariah berusaha menggunakan layananyang berkualitas bagi nasabahnya yang di dalam produk jasa. Adapaun teori tentang kualitas layanan menurut Payne menyatakan kualitas jasa berkaitan dengan kemampuan sebuah organisasi untuk memenuhi atau melebihi harapan pelanggan. Pendapat lain yaitu menurut Mulyano, layanan adalah rasa (menyenangkan atau tidak menyenangkan) yang oleh penerima layanan pada saat memperoleh layanan. Sedangkan menurut Parasuraman service quality adalah harapan sebagai keinginan para pelanggan ketimbang layanan yang mungkin di berikan oleh perusahaan.<sup>69</sup>

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ira Novita, selaku Customer service Bank BNI Syariah Cabang Mataram, mengatakan.<sup>70</sup>

Transformasi ke bisnis digital menjadi mutlak kerana tehnologi sudah menjadi bagian hidup yang tidak terpisahkan, apalagi disisi lain perkembangan digital membuat bisnis semakin efisien seperti aplikasi *mobile banking* dari perusahaan perbankan sudah sangat berkembang dikalangan masyarakat dan selalu memberikan kemudahan bagi nasabah yang menggunakannya, dan untuk media penyampaian tentang keberadaan aplikasi *mobile banking* ini sendiri kami memperbanyak melakukan programpromosional melalui media cetak, komunikasi, dan bisa langsung melalui media internet ,agar nasabah bank BNI Syariah bisa mengetahui aplikasi yang dapat mempermudah.maka dari itu bank BNI Syariah selalu berusaha memberikan yang terbaik untuk nasabahnya.

Bank BNI Syariah sebagai bank nasional indonesia juga harus menyediakan dan terus melakukan pengembangan pada layanan*Mobile*

---

<sup>69</sup> Felix Panjaitan & Hotman Panjaitan, Analisis loyalitas melalui kepuasan pelanggan (Surabaya: PT. Revka media, 2010), hlm 24.

<sup>70</sup>Ira Novita, *Wawancara*, Mataram 05 Maret 2020, Pukul 15:20

*banking* untuk memenuhi kebutuhan nasabah untuk bisa bertransaksi dengan mudah dan praktis, dan sebagai wujud inovasi produk untuk dapat mengikuti arus teknologi yang kian hari semakin moderen. Oleh karena itu Bank BNI Syariah terus berupaya untuk memberikan pelayanan yang terbaik dan mengembangkan layanan *Mobile Banking* sesuai dengan kebutuhan nasabahnya.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Kiki Amelia Putri selaku Staff Administrasi Bank BNI Syariah Cabang Mataram juga mengatakan.<sup>71</sup>

Di bank BNI Syariah Cabang Mataram sendiri respon dan kesigapan dalam melayani dan menanggapi nasabah sangatlah baik, sopan, ramah dan berusaha untuk memberikan kepuasan nasabahnya, maka dari itu respon dan kesigapan pelayanan menjadi sangat penting bagi perusahaan untuk berkembang, termasuk pula kepada badan usaha perbankan ini sendiri karena pelayanan sangat berkaitan erat dengan sumber daya manusia di dalamnya. Jadi kami dari pihak bank BNI Syariah harus tanggap dan respon terhadap kritik, saran dan keluhan-keluhan nasabah. Tidak untuk menjadikan bank ini mundur atau jatuh tapi untuk lebih memotivasi agar dapat bekerja lebih baik.

Kemampuan tersebut ditunjukkan oleh sumber daya manusia dan sarana serta prasarana yang dimiliki. Maka seorang pemimpin bisnis, maupun professional harus bisa mengembangkan mentalitas melayani bagi orang yang ada dalam organisasinya dengan sebaik-baiknya. Jadi dapat disimpulkan bahwa pelayanan yang baik adalah kemampuan perusahaan untuk menyiapkan sumber daya manusia yang handal dengan segala kelebihannya. Kesiapan sumber daya manusia ini harus di dukung

---

<sup>71</sup>Kiki Amelia Putri, *Wawancara*, Mataram 05 Maret 2020, Pukul 16:00

oleh sarana dan prasarana yang dimiliki dan sebaiknya tidak ketinggalan zaman. Untuk mencapai kecepatan dan ketetapan pelayanan yang akan diberikan, pelayanan yang baik juga perlu didukung oleh ketersediaan dan kelengkapan produk yang dibutuhkan pelanggan. Pelayanan bagi nasabah diberikan oleh berbagai pihak baik *customer service*, teller atau kasir maupun *public relations*.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ira Novita, selaku Customer service Bank BNI Syariah Cabang Mataram, mengatakan:<sup>72</sup>

Bank BNI Syariah juga selalu memiliki komitmen untuk memberikan layanan terbaik, antara lain melalui produk-produk yang sesuai kepentingan nasabahnya seperti aplikasi *mobile banking* serta memperhatikan etika dan tanggung jawab dalam setiap produk. Dengan demikian produk teknologi informasi dalam hal ini seperti *mobile banking* sangat berperan sekali dalam menunjang transaksi perbankan syariah, terutama pada Bank BNI Syariah”.

PT Bank BNI Syariah Cabang Mataram tentunya memiliki tujuan dalam layanan *M-banking* bagi nasabahnya. Adapun salah satu dari tujuan tersebut adalah untuk meningkatkan jumlah layanan produk perbankan dan juga meningkatkan jumlah nasabah yang melakukan transaksi non keuangan maupun transaksi keuangan, serta untuk memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi melalui bank dan memberikan efektifitas bagi nasabahnya. Adapun sasaran penggunaan layanan *M-banking* yang ditargetkan adalah diantaranya seluruh

---

<sup>72</sup>Ira Novita, *Wawancara*, Mataram 05 Maret 2020, Pukul 15:20

elemen maupun lapisan masyarakat, khususnya bagi yang menjadi nasabah Bank BNI Syariah.<sup>73</sup>

*Mobile banking* sebagai produk transaksi elektronik mempunyai beberapa keunggulan, yaitu: membantu bank dalam melayani kebutuhan nasabah, bank dapat beroperasi selama 24 jam, dapat melakukan transaksi dengan mudah, cepat dan praktis dimana saja dan kapan saja dan juga dapat melakukan transaksi non tunai, seperti: melakukan *Transfer* dana antar rekening dan antarbank, Pembayaran tagihan rekening telepon, air, listrik, internet, kabel TV, kartu kredit, Pembelian pulsa telepon atau transaksi *online shopping*, dan Pengecekan saldo rekening dan mutasi rekening untuk tabungan, deposito, kartu kredit ataupun rekening lainnya.<sup>74</sup>

Berdasarkan hasil wawancara dengan Kiki Amelia Putri selaku Staff Adminitrasi Bank BNI Syariah Cabang Mataram juga mengatakan:<sup>75</sup>

“Keberadaan *Mobile banking* di BNI Syariah Cabang Mataram benar-benar memberikan efek positif terhadap nasabahnya, Layanan *Mobile banking* sudah tersistemasi dengan bank untuk membantu pelayanan perbankan agar bisa beroperasi selama 24 jam dan untuk mempermudah nasabah dalam bertransaksi tanpa harus datang ke bank seperti: *Internet Banking* dan *Mobile Banking*, EDC (*Electronic Data Capture*), dan ATM (*Automatic Teller Machine*), akan tetapi nasabah harus lebih waspadah terhadap perilaku online yang tidak berkepentingan untuk mengakses sumber keuangan anda, maka dari itu pihak bank selalu memberikan *edukasi* kepada nasabah agar tetap menjaga dan merahasiakan kode akses, kerahasiaan PIN *Mobile banking* sebagai pengaman validasi transaksi dan pastikan

---

<sup>73</sup> Ira Novita, *Wawancara*, Mataram 05 Maret 2020, Pukul 15:20

<sup>74</sup> Ira Novita, *Wawancara*, Mataram 05 Maret 2020, Pukul 15:20

<sup>75</sup> Kiki Amelia Putri, *Wawancara*, Mataram 05 Maret 2020, Pukul 16:00

sudah logout dari aplikasi saat selesai menggunakan *mobile banking*".

Kepuasan setelah membeli suatu produk atau jasa maka pelanggan dapat memiliki harapan tentang bagaimana produk tersebut berfungsi. Fungsi produk yang sesungguhnya yang dirasakan konsumen sebenarnya adalah persepsi konsumen atau nasabah terhadap kualitas layanan produk atau jasa tersebut.

Dalam rangka memenangkan persaingan antar bank dalam menjalankan suatu produk atau jasa pemasarannya dapat dilakukan berbagai strategi. Akan tetapi, ketetapan penggunaan strategi pemasaran jasa atau produk suatu bank ditentukan antara lain melalui kualitas jasa yang ditawarkan. Keberhasilan faktor ini dapat diukur melalui hal-hal berikut:<sup>76</sup>

- a. Kualitas jasa yang dirasakan pelanggan. Artinya apa yang diterima nasabah pada saat menerima atau membeli produk atau jasa yang ditawarkan bank.
- b. Jasa yang diharapkan pelanggan. Artinya apa yang dirasakan nasabah sesuai dengan keinginan dan kebutuhan terhadap jasa yang dibelinya.

Jadi sebelum dan sesudah nasabah melakukan pembelian, seorang konsumen akan melakukan sejumlah proses yang mendasari pembelian keputusan suatu produk atau jasa, yakni:<sup>77</sup>

---

<sup>76</sup>Khotler dan Keller, *Manajemen Pemasaran jilid 1 Edisi ke 13* (Jakarta :Erlangga 2009 ) hlm.23

<sup>77</sup>*Ibid.*, hlm 15-30

- 1) Pengenalan masalah. Konsumen akan membeli suatu produk atau jasa sebagai solusi atas permasalahan yang dihadapinya. Tanpa adanya pengenalan masalah yang muncul, konsumen tidak dapat menentukan produk yang akan dibeli.
- 2) Pencarian informasi. Setelah memahami masalah kebutuhan yang ada, seorang konsumen akan termotivasi untuk mencari informasi untuk menyelesaikan permasalahan yang ada melalui pencarian informasi lebih banyak. Sumber –sumber informasi konsumen dapat dikelompokkan menjadi empat kelompok:
  - a. Sumber pribadi: keluarga, teman, tetangga, dan kenalan
  - b. Sumber komersial: iklan, tenaga penjualan, penyaluran, kemasan, dan pemeran.
  - c. Sumber umum: media masa dan organisasi konsumen.
  - d. Sumber pengalaman: pernah menangani, menguji, dan menggunakan produk.
- 3) Evaluasi alternatif. Setelah konsumen dapat berbagi macam informasi, konsumen akan mengevaluasi alternatif yang ada untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi
- 4) Keputusan pembelian. Setelah konsumen mengevaluasi beberapa alternatif strategi yang ada, konsumen akan membuat keputusan pembelian.

- 5) Hasil. Seorang konsumen akan melakukan pembelian dan mendapatkan produk yang diinginkan sebagai hasil dari pembelian keputusan yang dilakukan.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ira Novita, selaku Customer service Bank BNI Syariah Cabang Mataram, mengatakan:<sup>78</sup>

“kualitas suatu jasa atau produk merupakan nilai lebih yang diharapkan nasabah dibandingkan dengan produk lain yang sejenis, dimana secara logika konsumen atau nasabah akan mencari produk yang berkualitas tinggi. Produk yang berkualitas tinggi akan mempengaruhi suatu jasa atau produk pembelian, karena produk yang mempunyai kualitas akan memberikan kepuasan bagi nasabahnya, begitupun kualitas *mobile banking* juga sangat bagus dan memuaskan bagi nasabah yang sangat sibuk dan sulit untuk langsung datang di bank ini sendiri”.

Jadi Kualitas pelayanan sangat penting karena akan berdampak langsung pada citra perusahaan. Kualitas pelayanan yang baik akan menjadi sebuah keuntungan bagi perusahaan. Bagaimana tidak, jika suatu perusahaan sudah mendapat nilai positif di mata konsumen, maka konsumen tersebut akan memberikan *feedback* yang baik, serta bukan tidak mungkin akan menjadi pelanggan tetap atau *repeat buyer*. Maka dari itu, sangat penting untuk mempertimbangkan aspek kepuasan pelanggan terkait kualitas pelayanan yang diberikan. Jenis-jenis pelayanan yang dapat diberikan misalnya berupa kemudahan, kecepatan, kemampuan, dan

---

<sup>78</sup> Ira Novita, *Wawancara*, Mataram 05 Maret 2020, Pukul 15:20

keramahtamahan yang ditunjukkan melalui sikap dan tindakan langsung kepada konsumen.<sup>79</sup>

## **2. Kepuasan Nasabah Bank BNI Syariah Terhadap Pelayanan *Mobile banking***

Kepuasan nasabah merupakan hal pokok yang tidak boleh diabaikan bagi suatu perusahaan yang bergerak dibidang jasa Perbankan. Karena kepuasan nasabah merupakan aspek penting untuk mempertahankan citra perusahaan di masyarakat luas, sehingga pelayanan yang bermutu bagi nasabah perlu ditingkatkan. Peningkatan kualitas pelayanan kepada para nasabah adalah hal penting dalam upaya meningkatkan kepuasan nasabah. Hal tersebut sangat penting karena mengingat peranan nasabah yang sangat besar dalam kontribusi pendapatan secara langsung maupun secara tidak langsung untuk mendukung eksistensi perusahaan.

Jadi kepuasan nasabah terhadap pelayanan *mobile banking* tentu menjadi suatu hal yang sangat di perhatikan dengan sebaik mungkin. Berdasarkan hasil wawancara dari Rabiyyatul Adwiah nasabah Bank BNI Syariah Cabang Mataram, Seorang mahasiswa dan selakaligus pembisnis *online shop* yang menyatakan bahwa:

“saya suka berbisnis *online shop*, makanya saya memasang aplikasi *Mobile banking* ini untuk kemudahan kegiatan sehari-hari dengan pelanggan, aplikasi *mobile banking* sangat mudah di gunakan bahkan fitur-fitur di dalamnya sangat mudah di pahami dan saya sangat puas, dan kenyamanan yang di berikan oleh pihak bank pun

---

<sup>79</sup>Andreana Yulia Purnomo, “Analisis Kualitas Layanan *Mobile banking* terhadap kepuasan pelanggan pada bank mandiri cabang Semarang”, Jurnal Doremi Manajemen, Vol 6 Nomor 3, juli 2017. Hal. 7

sangat-sangat bagus dan nyaman, , dan untuk harapan saya semoga Perusahaan-perusahaan terutama bank bisa mengembangkan lagi aplikasi mobile banking, agar lebih meberikan fitur-fitur terbaru untuk nasabahnya.”<sup>80</sup> Aplikasi ini membantu dirinya dalam melakukan transaksi antar rekan bisnis, seperti transfer dengn agen dan *custumer*.

Bapak salahudin seorang pegawai swasta berusia 40 tahun pemilik tabungan iB hasanah mengaku bahwa:

“sudah lama pakai, 2 tahun sepertinya, waktu itu dikasih tau sama teman kerja, akhirnya pakai dan saya merasa puas dan nyaman menggunakan aplikasi *mobile banking* ini karena memudahkan untuk melakukan transaksi, untuk pemakainya sangat gampang dan tidak sulit untuk digunakan dan melakukan transaksi, harapan saya untuk bank BNI Syariah semoga lebih mengembangkan aplikasi ini agar nasabah-nasabah yang jauh dari bank juga bisa menggunakan apliaksi mobile banking ini, ”.<sup>81</sup>

Bapak supardin yang mengungkapkan bahwa:

“saya sudah lama pakai, bagus saya suka fiturnya, berguna untuk transaksi setiap harinya, awalnya saya tahu dari tetangga saya dan aplikasi ini sangat mudah untuk di gunakan,dan tidak ada kendala sama sekali ketika saya memulai mnggunakanya,bahkan nyaman dalam pelayanan yang di berikan oleh bank pun sangat bagus, dan harapan saya semoga bank BNI syariah bisa mengebankan dan menambah fitu-fitur terbaru yang terdapat di aplikasi mobile banking, agar nasabah tabmbah puas dalam menggunakanya”.<sup>82</sup>

Ibu Erman Suryani seorang wirausahawan berusia 34 tahun memiliki tabungan Ib Hasanah menyatakan bahwa:

---

<sup>80</sup>Rabiyatul Adwiah, Nasabah Bank BNI Syariah Cabang Mataram, *Wawancara*, Mataram, 11 Maret 2020

<sup>81</sup>Salahudin, Nasabah Bank BNI Syariah Cabang Mataram, *Wawancara*, Mataram, 10 maret 2020

<sup>82</sup>Supardin, Nasabah Bank BNI Syariah Cabang Mataram, *Wawancara*, Mataram, 11 Maret 2020

“begitu dikasih tau customer service, saya langsung mau pakai, kan saya suka cepat, apa-apa cepat, gak suka repot, artinya bank harus mengimbangi keinginan nasabahnya ya kan?, jadinya saya pakai aplikasi *mobile banking* ini biar mudah kalau mau ngapa-ngapain, dan Alhamdulillah tidak ada kendala sama sekali ketika digunakan, bahkan kenyamanan pelayan dari bank pun lumayan bagus. harapan saya untuk bank BNI Syariah yaitu selalu memberikan kepuasan terhadap nasabahnya, terutama dalam melayani nasabahnya”.<sup>83</sup>

Nurhayati seorang Mahasiswa mengatakan bahwa :

”Saya suka berbelanja melalui *Online shop*, jadi ketika mau membeli barang saya tidak repot-repot untuk melakukan Transfer uang melalui ATM ataupun datang langsung ke Bank, Jadi saya menggunakan Aplikasi *Mobile banking* ini untuk mempermudah melakukan transaksi. Jadi saya merasa puas menggunakan aplikasi *Mobile banking* ini karena mempermudah saya untuk melakukan transaksi, seperti Transfer uang, cek saldo, beli pulsa, dll, untuk kinerja bank BNI Syariah sangat bagus, mereka bisa memberikan pelayanan yang baik untuk mempermudah nasabahnya dengan aplikasi *mobile banking* ini, dan harapannya untuk bank BNI Syariah, semoga selalu memberikan yang terbaik untuk nasabahnya.<sup>84</sup>

ratna seorang pedagang, berumur 36 tahun mengatakan bahwa:

“Anak saya kuliah di jogja, jadi ketika saya minta untuk di kirimkan uang pas lagi sibuknya saya, saya menggunakan aplikasi *mobile banking* ini, jadi saya tidak perlu ke ATM untuk melakukan transfer uang. Aplikasi *mobile banking* sangat mudah juga untuk digunakan dan saya merasa puas menggunakan aplikasi ini ( *Mobile banking* ), tidak ada kendala dalam melakukan transaksi hanya saja jaringan yang kurang saja ygng memungkinan terjadi, bahkan kenyamanan pelayan dari bank pun lumayan bagus., harapan saya untuk bank BNI Syariah semoga aplikasi *mobile banking* ini lebih di kembangkan lagi agar nasabah lebih puas dalam menggunakan aplikasi *mobile banking* ini.<sup>85</sup>

Ibu Risma rahayu seorang pedagang, mengatakan bahwa:

---

<sup>83</sup> Erman Suryani, Nasabah Bank BNI Syariah Cabang Mataram, *Wawancara*, Mataram, 11 Maret 2020

<sup>84</sup> Nurhayati, Nasabah Bank BNI Syariah Cabang Mataram, *Wawancara*, Mataram, 11 Maret 2020

<sup>85</sup> Ratna, Nasabah Bank BNI Syariah Cabang Mataram, *Wawancara*, Mataram, 11 Maret 2020

“pokoknya aplikasi *Mobile banking* ini sangat bagus dan sangat puas saya gunakan karena memang ketika saya melakukan jual beli di *Online shop* maupun di perdagangan biasa, sangat memudahkan saya untuk melakukan transaksi kepada pelanggan saya. jadi aplikasi *mobile banking* ini mempermudah dalam melakukan transaksi kepada pelanggan, bahkan kenyamanan pelayanan dari bank pun sangat bagus. harapan saya untuk bank BNI Syariah cabang Mataram semoga selalu memberikan kepuasan kepada nasabah dengan kinerja-kinerja yang mereka lakukan.”<sup>86</sup>

Bapak Abdurrahman, Mengatakan bahwa: saya merasa puas menggunakan Aplikasi *mobile banking*, tentunya lebih memudahkan, karena untuk cek saldo dan transfer semuanya cukup menggunakan *handphone*. Dan aplikasinya juga gampang untuk digunakan, dan kinerja dari karyawan bank BNI Syariah pun sangat luar biasa untuk bisa mengambil hati nasabahnya untuk menggunakan aplikasi *mobile banking*, bahkan kenyamanan pelayanan dari bank pun sangat bagus. jadi harapan saya semoga bank BNI Syariah selalu mengeluarkan fitur-fitur untuk mempermudah nasabah.<sup>87</sup>

Dewi Sartika nasabah yang menggunakan aplikasi *mobile banking*, menyatakan bahwa:

“keunggulan yang didapatkan selama penggunaan *mobile banking* di bandingkan produk perbankan lainnya adalah: nasabah dapat menikmati layanan *mobile banking* ini melalui *handphone* pribadi, setelah nomor *handphone* yang digunakan sms diregistrasikan terlebih dahulu. Keunggulan *mobile banking* paling pertama bila melakukan transaksi perbankan cukup dari rumah tanpa harus cari atm atau datang ke kantor cabang bank BNI Syariah. Waktu dan tempat juga lebih leluasa, bisa dilakukan kapan saja selama 24 jam asal wilayah tersebut mempunyai sinyal yang bisa dilakukan transaksi dan tentu saja kartu SIM harus memiliki pulsa. bahkan kenyamanan pelayanan dari bank pun sangat bagus. Harapan saya untuk bank BNI Syariah yaitu tetap selalu memberikan inovasi-inovasi untuk memuaskan nasabahnya dan mempermudah nasabahnya.”<sup>88</sup>

---

<sup>86</sup>Risma Rahayu, Nasabah Bank BNI Syariah Cabang Mataram, *Wawancara*, Mataram, 11 Maret 2020

<sup>87</sup>Abdurrahman, Nasabah Bank BNI Syariah Cabang Mataram, *Wawancara*, Mataram, 11 Maret 2020

<sup>88</sup>Dewi Sartika, Nasabah Bank BNI Syariah Cabang Mataram, *Wawancara*, Mataram 05 maret 2020.

Berbeda dengan pemuda yang bernama Muhamad Alfian, ia menyatakan bahwa:

“kualitas *mobile banking* masih rendah karena *mobile banking* ketika di akses sering mengalami error, contohnya apabila melakukan transfer terlalu malam biasanya muncul layanan tidak tersedia, namun, meski layanan *mobile banking* yang di terimanya lebih rendah dari harapannya, ia mengaku tetap menggunakannya, karena dengan adanya layanan *mobile banking* ia tidak perlu pergi ke bank untuk melakukan berbagai transaksi bahkan gratis biaya administrasi atas pengguna *mobile banking* tersebut, untuk kenyamanan pelayanan bank sangat bagus dan harapannya untuk bank BNI Syariah semoga kendala-kendala yang terjadi di aplikasi *mobile banking* bisa di tangani dengan baik, dan kinerjanya sangat baik, karna selalu berusaha memberikan yang terbaik untuk nasabahnya”.<sup>89</sup>

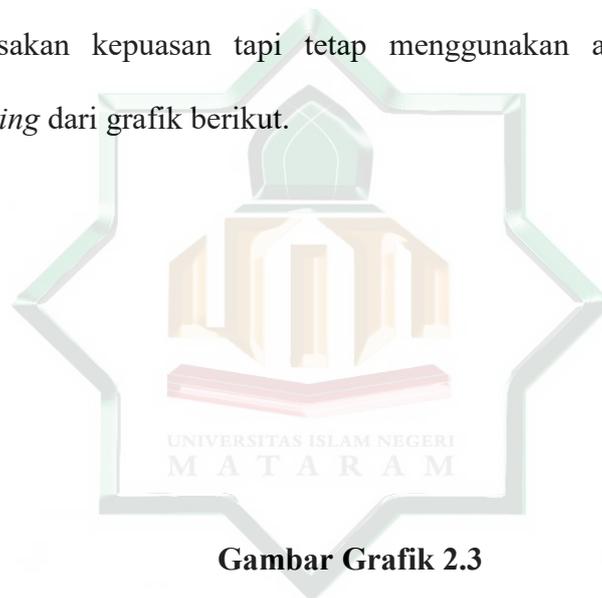
Hal yang sama yang di ungkapkan oleh Hanifah pembisnis, menyatakan bahwa: “kualitas produk dan layanan *mobile banking* masih rendah belum sesuai dengan harapannya, dimana ia berharap dengan adanya produk *mobile banking* ia dapat memenuhi kebutuhannya, namun pada kenyataannya produk tersebut belum mampu memenuhi kebutuhannya karena ketika ia ingin membeli kuota data XL yang tersedia pada layanan *mobile banking* hanya kuota data layanan telkomsel dan indosat. Selain itu, ketika ia ingin membeli pulsa HP dengan nominal 10.000 yang tersedia hanyalah nominal 20.000 ke atas. Meskipun kualitas produk dan layanan *mobile banking* BNI Syariah cabang mataram belum sesuai harapannya ia mengaku tetap menggunakan kembali produk *mobile banking* BNI Syariah cabang mataram karena biaya transfer murah dan cek saldo mudah, kineja untuk bank BNI

---

<sup>89</sup>Muhamad Alfian, Nasabah Bank BNI Syariah Cabang Mataram, Wawancara, Mataram, 05 Maret 2020

Syariah pun sangat luar biasa dalam mengembangkan aplikasi *mobile banking* ini, semoga bank BNI Syariah selalu memberikan kepuasan untuk nasabah-nasabahnya dan selalu melakukan evaluasi keluhan-keluhan dari nasabahnya”.<sup>90</sup>

Setelah menyimpulkan hasil wawancara dari 11 Informan, maka dapat diketahui berapa banyak informan yang merasa puas dan tidak merasakan kepuasan tapi tetap menggunakan aplikasi BNI *Mobile Banking* dari grafik berikut.



**Gambar Grafik 2.3**

Perbandingan Responden dalam kepuasan penggunaan *Mobile banking*



Dari grafik tersebut dapat dilihat bahwa Informan yang merasakan kepuasan lebih banyak dari pada yang tidak merasakan kepuasan menggunakan aplikasi *mobile banking*, Informan yang merasakan

---

<sup>90</sup>Hanifah, Nasabah bank BNI Syariah, Wawancara, 05 maret 2020.

kepuasan menggunakan aplikasi *mobile banking* ini terdiri dari macam profesi mereka ialah Rabiatul Adwiah, Bapak Salahudin, Bapak supardin, Ibu Erman Suryani, Nurhayati, Ibu ratna, Ibu Risma Rahayu, Bapak Abdurrahman dan Dewi sartika. Sedangkan responden yang tidak merasakan kepuasan menggunakan Aplikasi *mobile banking* ialah Hanifah dan Muhamad Alfana..

### **Biaya Transaksi pada Aplikasi BNI *Mobile banking***

No.	Fitur	Biaya	Limit Transaksi
1.	Aktifasi BNI Mobile	bebas biaya	
2.	Transfer BNI /BNI syariah	Bebas biaya	Rp.50.000.000
3.	Transfer antar bank <input type="checkbox"/> Online <input type="checkbox"/> Kliring	Rp.6.500 Rp.5.000	Rp.25.000.000 Rp.50.000.000
4.	Pembelian <input type="checkbox"/> pulsa <input type="checkbox"/> go-pay <input type="checkbox"/> token listrik	Bebas biaya Bebas biaya Rp.3.000	Rp.2.000.000 Rp.1.000.000 Rp.10.000.000

5.	Pembayaran tagihan <input type="checkbox"/> Hasanah Card <input type="checkbox"/> Kartu kredit bank lain <input type="checkbox"/> Telepon pascabayar <input type="checkbox"/> Telkom/speedy <input type="checkbox"/> Air/PDAM <input type="checkbox"/> Personal loan <input type="checkbox"/> ACC/Adira Finance <input type="checkbox"/> Asuransi <input type="checkbox"/> TV berlangganan <input type="checkbox"/> Internet berlangganan <input type="checkbox"/> Tiket pesawat dan kereta <input type="checkbox"/> Biaya pendidikan <input type="checkbox"/> Zakat, infaq, shadaqah	Bebas biaya Rp.7.500 Bebas biaya Rp..2.500 Rp.2.500 Bebas biaya Rp.7.500 Bebas biaya Bebas biaya Bebas biaya Bebas biaya Bebas biaya Bebas biaya	
----	--	--	--

Dari harga yang telah ditentukan oleh pihak bank, nasabah menyatakan bahwa mereka merasa puas dengan adanya beberapa fasilitas transaksi yang tidak dibebankan biaya, artinya mereka bisa menghemat biaya pengeluaran dibanding dengan melakukan transaksi secara manual, yaitu dengan datang langsung ke instansi pembayaran yang mereka tuju. Beberapa fasilitas transaksi yang berbayarpun terbilang cukup murah jika dibandingkan dengan biaya yang harus mereka keluarkan apabila melakukan transaksi secara manual.<sup>91</sup>

### BAB III

### PEMBAHASAN

---

<sup>91</sup> Rabiyyatul Adwiah, Sri Suryati dan Ibu Erma Suryati, Nasabah Bank BNI Syariah Cabang Mataram, Mataram 11 Maret 2020

Berdasarkan penyajian dan analisis data pada bab sebelumnya, hasil temuan-temuan dalam penelitian tentang Analisis Kepuasan Nasabah Terhadap Kualitas Mobile Banking Pada Bank BNI Syariah Cabang Mataram, adalah sebagai berikut:

**A. Kualitas Pelayanan *Mobile Banking* Pada Bank BNI Syariah Cabang Mataram**

Pada dasarnya *Mobile banking* dan *E-Channely* yaitu layanan perbankan yang menggunakan media elektronik. Menurut peraturan Bank Indonesia No. 9/15/PBI/2007 tentang penerapan Manajemen Resiko dalam Penggunaan Teknologi Informasi Oleh Bank Umum, layanan *m-banking* adalah layanan perbankan melalui media elektronik atau selanjutnya disebut *Mobile Banking* adalah layanan yang memungkinkan nasabah Bank untuk memperoleh informasi, dan melakukan transfer perbankan melalui media elektronik seperti cek saldo, dan layanan transaksi seperti transfer, pembayaran tagihan (Listrik, Air, Internet), pembelian pulsa dan berbagai fitur lainnya. Layanan *m-banking* merupakan pelayanan jasa bank yang memungkinkan nasabah untuk memperoleh informasi, melakukan komunikasi-komunikasi dan melakukan transaksi perbankan melalui jaringan internet.<sup>92</sup>

Jadi kualitas layanan (*service quality*) yaitu perbandingan layanan antara kenyataan dan harapan nasabah, jika kenyataan yang diterima lebih dari yang di harapkan, maka layanan dapat dikatakan tidak bermutu dan

---

<sup>92</sup>Candra Ahmadi, Dadang Hermawan. *E-Bussinis & E-Commece* ( Yogyakarta: Percetakan Andi, 2013) hlm. 104.

nasabah akan puas, sebaliknya jika kenyataan kurang dari yang diharapkan, maka layanan dikatakan tidak bermutu dan nasabah akan kecewa atau tidak puas.<sup>93</sup> Sedangkan kualitas produk yaitu produk dikatakan berkualitas apabila sesuai dengan yang dibutuhkan oleh nasabah yang mampu bersaing dengan yang dibutuhkan oleh nasabah dan mampu bersaing dengan produk sejenis yang diproduksi oleh kompetitor.<sup>94</sup> Nasabah akan merasa puas apabila hasil evaluasi menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas. Apabila produk yang diharapkan nasabah tidak sesuai dengan kenyataan yang ada, dapat dipastikan nasabah tidak akan merasa puas. Sebaliknya apabila produk sesuai atau lebih baik dari yang diharapkan nasabah, maka nasabah akan merasa puas.<sup>95</sup>

Teknologi membuat segala sesuatu menjadi lebih mudah dan praktis untuk dilakukan, sehingga manusia yang sebelumnya sulit untuk dikerjakan bisa terealisasi dengan praktis, cepat dan efisien. Salah satu contoh teknologi yang sering digunakan adalah internet. Maka dari itu perusahaan sudah mulai berlomba-lomba untuk bisa mempermudah konsumennya agar selalu puas dalam melakukan transaksi. Jadi perusahaan bank telah memanfaatkan perkembangan teknologi ini dalam layanan perbankan dengan meluncurkan media layanan perbankan yang berbasis

---

<sup>93</sup> M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-dasar pemasaran Bank Syariah* (Bandung: Alfabeta, 2010), hlm 213

<sup>94</sup> Roni arianto W, *Be A Moslempreneur: Menjadi pengusaha muslim yang sukses dan berkah* (Jakarta: Elex media Komputindo, 2017), hlm 112.

<sup>95</sup> Vina Sri Yuniarti, *Perilaku Konsumen: Teori dan praktik*, (Bandung: Pustaka setia, 2015), Hlm 122.

tehnologi informasi, yaitu *mobile banking*.<sup>96</sup> *Mobile Banking* dari perusahaan perbankan sudah sangat berkembang dikalangan masyarakat dan selalu memberikan kemudahan bagi nasabah yang menggunakannya, dan untuk media penyampaian tentang keberadaan aplikasi *mobile banking* ini sendiri kami memperbanyak melakukan program promosional melalui media cetak, komunikasi, dan bisa langsung melalui media internet ,agar nasabah bank BNI Syariah bisa mengetahui aplikasi yang dapat mempermudah.maka dari itu bank BNI Syariah selalu berusaha memberikan yang terbaik untuk nasabahnya.<sup>97</sup>

Di bank BNI Syariah Cabang Mataram sendiri respon dan kesigapan dalam melayani dan menanggapi nasabah sangatlah baik, sopan, ramah dan berusaha untuk memberikan kepuasan nasabahnya, maka dari itu respon dan kesigapan pelayanan menjadi sangat penting bagi perusahaan untuk berkembang, termasuk pula kepada badan usaha perbankan ini sendiri. Pelayanan sangat berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, namun pelayanan yang baik saja tidak cukup untuk memberikan kepuasan pada pelanggan, pelayanan yang diberikan harus bermutu atau berkualitas, Misalnya nasabah bank mengharapkan pada saat berada di bank, mereka tidak harus antri lebih dari lima menit, menemukan kasir bank

---

<sup>96</sup>Miftahuddin, Decky Hendarsyah, “Analisis perbandingan fasilitas aplikasi mobile banking bank syariah mandiri KCP. Bengkalis dengan bank Mandiri KC. Bengkalis”, Jurnal ilmiah ekonomi kita, Vol. 8, No.1 Juni 2019, hlm 17

<sup>97</sup> Ira Novita, *Wawancara*, Mataram 05 Maret 2020, Pukul 15:20

yang respon, ramah dan kesigapan dan menguasai seluk beluk pekerjaannya sertakomputer bank yang selalu berjalan lancar.<sup>98</sup>

Dengan demikian makin banyak kemudahan dan kualitas yang ditawarkan sangat bagus, membuat beberapa pihak perbankan ikut memanfaatkan layanan transaksi *mobile banking*. Nasabah pun makin merasakan mudah serta keuntungan karena bisa langsung melakukan transaksi perbankan, langsung dari *smartphone*. Namun tentu ada sisi negative dari hal tersebut. Dengan semakin maraknya aplikasi *mobile banking* begitupula dengan ancaman yang mengintai. Para penjahat cyber memanfaatkan celah serta kelemahan dari pengguna yang lengah maupun tidak peduli akan keamanan, maka dari itu pihak bank selalu memberikan edukasi kepada nasabah agar tetap menjaga dan merahasiakan kode akses, kerahasiaan PIN *Mobile banking* sebagai pengaman validasi transaksi dan pastikan sudah logout dari aplikasi saat selesai menggunakan *mobile banking*.<sup>99</sup>

#### **B. Kepuasan Nasabah Bank BNI Syariah Terhadap Pelayanan *Mobile banking***

*Mobile banking* merupakan layanan yang memungkinkan nasabah bank melakukan transaksi perbankan melalui ponsel atau *smartphone*. Layanan *mobile banking* dapat digunakan dengan menggunakan menu yang sudah tersedia pada SIM Card, USSD, atau

---

<sup>98</sup>Yolanda Darma Fernandes, Doni Marlius. "Peranan customer service dalam meningkatkan pelayanan kepada nasabah pada PT. Bank pembangunan daerah Sumatra barat cabang utama Padang", Jurnal ekonomi dan keuangan, Vol. 2, No. 1 oktober 2017, hlm 6

<sup>99</sup>OJK, *Bijak Ber-ebanking*, (Jakarta, 2015)hlm 62.

melalui aplikasi yang dapat di unduh dan instal oleh nasabah. *Mobile banking* menawarkan kemudahan jika di bandingkan dengan *SMS banking* karena nasabah tidak perlu mengingat format pesan SaS yang akan dikirimkan ke bank dan juga nomor tujuan *SMS banking*.<sup>100</sup>

Kepuasan Nasabah Bank BNI Syariah Terhadap Pelayanan *Mobile banking* memberikan banyak manfaat baik bagi kemudahan nasabah, bank dan otoritas. Bagi nasabah, *mobile banking* memberikan kemudahan bertransaksi dalam hal waktu, tempat dan biaya. Nasabah tidak perlu mendatangi kantor bank untuk memperoleh informasi atau melakukan transaksi perbankan. Hanya dengan perangkat mobile seperti telepon seluler yang dapat dibawa kemana saja selama terhubung dengan jaringan internet nasabah dapat bertransaksi 24 jam.<sup>101</sup> Salah satu kunci untuk mempertahankan pelanggan adalah dengan kepuasan pelanggan. Pelanggan yang sangat puas biasanya tetap setia dalam jangka waktu yang lama, membeli lagi ketika perusahaan memperkenalkan produk baru dan memperbaharui produk lama.

Berdasarkan hasil penelitian yang peneliti lakukan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi, peneliti memperoleh 11 Informan pada bank BNI Syariah cabang Mataram yang menggunakan aplikasi *mobile banking*, merekamengatakan bahwa aplikasi *mobile banking* sangat memuaskan dan cukup membantu dalam melakukan transaksi tanpa harus ke kantor bank BNI Syariah, akan tetapi ada sebagian

---

<sup>100</sup> Nelson Tampubolon DKK, "Bijak Ber-Eletronic Banking," (Jakarta: OJK, 2015), hlm 5.

<sup>101</sup> Setijoso, "Towards a Less Cah Society in Indonesia", (Jakarta: Bank Indonesia, 2006), hlm 34.

nasabah bank BNI Syariah mengaku produk dan layanan *mobile banking* BNI Syariah cabang mataram belum sesuai harapannya, tetapi mereka tetap menggunakan kembali produk *mobile banking* BNI Syariah cabang mataram karena biaya transfer murah dan cek saldo mudah, kineja untuk bank BNI Syariah pun sangat luar biasa dalam mengembangkan aplikasi *mobile banking* ini.

Kepuasan dan ketidakpuasan ditentukan oleh persepsi dari harapan nasabah itu sendiri. Persepsi terhadap produk atau pelayanan sendiri di pengaruhi oleh pengalaman nasabah saat mencoba menggunakan produk *mobile banking* atau menerima suatu layanan. Oleh karena itu apabila produk yang dikonsumsi atau pelayanan yang di peroleh mempunyai kualitas yang baik maka besar kemungkinan nasabah tersebut akan memberikan persepsi yang tinggi dan akhirnya membawa tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Ada lima factor yang menentukan tingkat kepuasan, antara lain kualitas produk, kualitas layanan, factor emosional, harga, dan biaya dan kemudahan untuk mendapatkan produk atau jasa.<sup>102</sup>

*Mobile banking* pada dasarnya digunakan untuk mempermudah nasabah yang ingin melakukan transaksi tanpa melalui teller atau ATM. Nasabah bisa melakukan transaksi cek saldo, membayar tagihan listrik, membeli pulsa, transfer dan lain sebagainya hanya dengan menggunakan *mobile banking*. Dengan memanfaatkan *mobile banking* banyak keuntungan yang di peroleh nasabah terutama apabila dilihat dari banyaknya

---

<sup>102</sup>Nining Wahyuningsih dan Nurul Janah, "Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah menggunakan internet banking pada bank muamalat," Jurnal al-amwal, Vol. 10, nomor 2, tahun 2018, hlm 302-303.

waktu dan tenaga yang dapat dihemat karena *mobile banking* jelas bebas antrian dan dapat dilakukan dari mana saja sepanjang nasabah memiliki sarana pendukung untuk melakukan layanan *mobile banking*, hal ini sebagai mana dipaparkan oleh: Dewi Sartika nasabah yang menggunakan aplikasi *mobile banking*, menyatakan bahwa: “keunggulan yang didapatkan selama penggunaan *mobile banking* di banding produk perbankan lainnya adalah: nasabah dapat menikmati layanan *mobile banking* ini melalui *handphone* pribadi, setelah nomor *handphone* yang digunakan sms diregistrasikan terlebih dahulu. Keunggulan *mobile banking* paling pertama bila melakukan transaksi perbankan cukup dari rumah tanpa harus cari atm atau datang ke kantor cabang bank BNI Syariah. Waktu dan tempat juga lebih leluasa, bisa dilakukan kapan saja selama 24 jam asal wilayah tersebut mempunyai sinyal yang bisa dilakukan transaksi dan tentu saja kartu SIM harus memiliki pulsa. Kinerja dari bank BNI Syariah sendiri sangat bagus dan luar biasa dalam memanjakan nasabahnya.<sup>103</sup>

Melihat layanan ini sangat dibutuhkan oleh masyarakat atau nasabah, maka dibutuhkan teknologi informasi yang bagus, sehingga diharapkan kualitas layanan semakin meningkat dan nasabah dapat merasakan kepuasan dalam menggunakan aplikasi *mobile banking* dan dapat melakukan transaksi dengan aman dan nyaman.

---

<sup>103</sup>Dewi Sartika, Nasabah Bank BNI Syariah Cabang mataram, Wawancara, Mataram



Perpustakaan **UIN Mataram**

**BAB IV**

**PENUTUP**

## A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan tentang Analisis kepuasan nasabah terhadap kualitas *mobile banking* Pada Bank BNI Syariah Cabang Mataram, yaitu :

1. Kualitas pelayanan *mobile banking* pada bank BNI Syariah Cabang Mataram, sangatlah memuaskan, Fitur yang sederhana membuat *mobile banking* melalui ponsel sangat mudah untuk dimengerti. Semua instruksi diberikan secara mudah dan rinci sehingga efektif dari segi biaya. Selain itu fasilitas *mobile banking* mempunyai biaya yang rendah dibandingkan *online banking*, dalam penggunaan layanan *mobile banking* teknologi informasi yang terus berkembang dan di manfaatkan untuk menjawab keinginan nasabah perbankan yang menginginkan pelayanan yang lebih cepat, aman, nyaman dan murah setia saat.
2. kepuasan nasabah bank BNI Syariah terhadap pelayanan *mobile banking*.

Kepuasan dan ketidakpuasan ditentukan oleh persepsi dari harapan nasabah itu sendiri. Persepsi terhadap produk atau pelayanan sendiri di pengaruhi oleh pengalaman nasabah saat mencoba menggunakan produk *mobile banking* atau menerima suatu layanan. Oleh karena itu apabila produk yang dikonsumsi atau pelayanan yang di peroleh mempunyai kualitas yang baik maka besar kemungkinan nasabah tersebut akan memberikan persepsi yang tinggi dan akhirnya membawa tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Maka dari itu nasabah

bank BNI Syariah sangat merasakan kepuasan setelah menggunakan aplikasi *mobile banking* ini walaupun ada sebagian nasabah yang mengaku aplikasi *mobile banking* ini belum sesuai harapan tetapi masih di gunakan karna murah dalam melakukan transaksi.

## B. Saran

Adapun beberapa saran yang dapat peneliti sampaikan ialah sebagai berikut:

### 1. Bagi lokasi Penelitian

Terkait adanya Fitur atau aplikasi ini ( *Mobile banking* ), Bank harus lebih mampu mempertahankan kualitas dan kepuasan yang nasabah rasakan, serta meningkatkan fitur atau aplikasi yang lebih baik agar mampu menghadapi berbagai macam gangguan, seperti gangguan jaringan dll, yang akan menimbulkan kerugian tersendiri bagi bank, serta terus melakukan kaji ulang dan evaluasi terhadap fitur atau aplikasi *mobile banking* agar nasabah tetap selalu puas dengan fitur atau aplikasi ini.

### 2. Saran bagi nasabah

Saran yang dapat diberikan untuk nasabah pengguna *Mobile banking* ialah berani memberikan keluhan-keluhan yang di rasakan tentang penggunaan fitur *Mobile banking*, agar pihak bank mampu mengetahui bagian mana yang harus di perbaiki dalam fitur *mobile banking* ini.

### 3. Peneliti selanjutnya

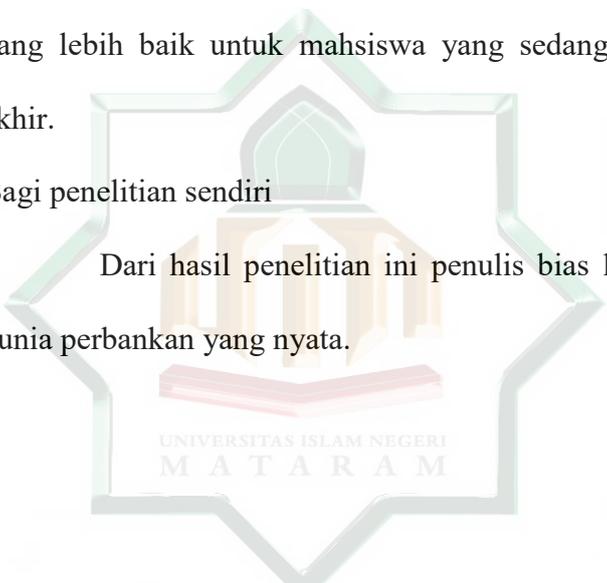
Bagi peneliti yang akan melakukan penelitian tentang Fitur *Mobile banking* hendaknya mengembangkan penelitiannya lebih baik lagi.

4. Bagi kampus UIN Mataram

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan kampus UIN Mataram khususnya fakultas FEBI Dapat Memberikan bimbingan yang lebih baik untuk mahasiswa yang sedang mengerjakan tugas akhir.

5. Bagi penelitian sendiri

Dari hasil penelitian ini penulis bias lebih paham tentang dunia perbankan yang nyata.



Perpustakaan UIN Mataram

## DAFTAR PUSTAKA

Abdurrahman Al-Gunain, "Faktor-faktor yang mempengaruhi keinginan nasabah untuk menggunakan Fasilitas mobile banking pada Bank Syariah

Mandiri Cabang Yogyakarta”*Skripsi* UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Yogyakarta 2010.

Aditya Wardhana,”Pengaruh kualitas Layanan Mobile Banking ( *M-Banking* ) Terhadap Kepuasan Nasabah Di Indonesia”, *Derema Jurnal Manajemen*, Vol.10, Nomor 2, September 2015.

Agus Marimin, Abdu Haris Romhoni, dan Tira Nur Fitria, “Perkembangan bank syariah di Indonesia”, *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, vol. 01, Nomor 02 Juli 2015.

Andreana Yulia Purnomo, “Analisis Kualitas Layanan Mobile banking terhadap kepuasan pelanggan pada bank mandiri cabang semarang”, *Jurnal Doremi Mnajemen*, Vol 6 Nomor 3, juli 2017.

Anggun Syaputri Intani Robbi,” Analisis strategis pemasaran aplikasi BNI Mobile banking di Bank BNI Syariah KCP Gresik”,*Skripsi* UIN Sunan Ampel, 2018.

Brosur, Produk PT. Bank BNI Syariah kantor cabang Mataram Tanggal 09 Maret 2020.

Burhan Bungin, *Metode Penelitian Kualitatif*, Jakarta: PT. Raja Grafindo persada, 2001.

Candra Ahmadi, Dadang Hermawan. *E-Bussinis &E-Commece*, Yogyakarta: Percetakan Andi,2013.

Dapartemen Agama RI, surat Al-Baqarah Ayat 110, Al-Hidayah Al-Quran tafsir kata Tajwid dan kode angka ,Tangerang selatan Banten : Kalim, 2010.

Djam’an dan Aan Komariah,*Metodologi penelitian*,Bandung: Alfabeta, 2008.

*Dokumentasi*, Laporan Tahunan PT. Bank BNI Syariah Kantor cabang Mataram, Tanggal 05 Maret 2020.

*Dokumentasi*, PT. Bank BNI Syariah Cabang Mataram, Tanggal 05 Maret 2020.

Fandy Tjiptono.*TotalQualityManajemen*, Yogyakarta:Andy,2003.

Felix Panjaitan & Hotman Panjaitan, Analisis loyalitas melalui kepuasan pelanggan, Surabaya: PT. Revka media, 2010.

Hanif Astika Kurniawati, “Analisis Minat Penggunaan Mobile Banking Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) Yang Telah

Dimodifikasi”, Jurnal Ekonomi Bisnis dan Akutansi, Vol. IV, Nomor 1, September 2017.

- Hardiansyah, *Kualitas Pealayanan Publik*, Yogyakarta: gava Media, 2011.
- HeriSudarsono, *KonsepEkonomiIslamCetakanKetiga*, Yogyakarta:Ekonosia2004.
- Heri Sudarsono, *Bank dan Lembaga keuangan Syariah Deskripsi dan Ilustrasi*, Yogyakarta: Ekonisia, 2008.
- Husaini Usman dan Purnomo Setiady Akbar, *Metode Penelitian Sosial*, Jakarta: Bumi Aksara, 2011.
- Imam Gunawan, *Metode Penelitian Kualitatif*, Jakarta: PT Bumi Aksara, 2014.
- Imamul Arifin, *Membuka CakrawalaEkonomi*, Jakarta: Setia purna Inves, 2007.
- Imam Sugih Rahayu, “Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Dengan Menggunakan Kerangka Technology Acceptance Model (Tam) pada PT Bank Syariah Mandiri Cabang Yogyakarta”, Jurnal Ekonomi Bisnis dan Akutansi, Vol. V, Nomor 2, Desember 2015.
- Jill Griffin, *Customer Loyalty :Menumbuhkan dan mempertahankan kesetiaan pelanggan*, Jakarta: Erlangga, 2005.
- Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011.
- Kasmir, *Pemasaran Bank*, edisi pertama cetakan kedua, Jakarta: Kencana, 2004.
- Kotler, Philip dan Gari Amstrong, *Prinsip-prinsip pemasaran*, edisi 12, jilid 1 Jakarta: Erlangga, 2008.
- Khotler dan Keller, *Manajemen Pemasaran jilid 1Edisi ke 13* Jakarta :Erlangga 2009.
- Lexy J.Moleong, *Metedologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, Bandung: Alfabeta, 2010.
- Mifftahuddin, Decky Hendarsyah, “Analisis perbandingan fasilitas aplikasi mobile banking bank syariah mandiri KCP. Bengkalis dengan bank

- Mandiri KC. Bengkalis”, Jurnal ilmiah ekonomi kita, Vol. 8, No.1 Juni 2019.
- Muryanto Supriyono, *Buku Pintar Perbankan*, Yogyakarta: C.V Andi Offset, 2011.
- Nadia agustina, Ahmad fauzi DH, dan Inggang perwangsa nuralam, pengaruh kepuasan pelanggan, biaya beralih, dan kepercayaan merek terhadap loyalitas pelanggan, Jurnal Adminitrasi bisnis, Vol. 64, No. 1, November 2018.
- Nelson Tampubolon DKK, *Bijak Ber-Eletronic Banking*, Jakarta: OJK, 2015.
- Nina Indah Febriana, ”Analisis Kualitas Pelayanan Bank Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Tulungagung”, Jurnal Ekonomi Syariah, Vol.1.Nomor 1, September 2013.
- Nining Wahyuningsih dan Nurul Janah, ”Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah menggunakan internet banking pada bank muamalat,” Jurnal al-amwal, Vol. 10, nomor 2, tahun 2018.
- Otoritas Jasa Keuangan, *Bijak Ber-Electronic Banking*, Jakarta: OJK, Mei 2015.
- Pilip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Erlangga, 2016.
- PT. Bank BNI Syariah, ”Sejarah Bank BNI Syariah” dalam <https://www.bnisyariah.co.id>, diakses 05 Maret 2020, pukul 20.50
- PT. Bank BNI Syariah, “ Struktur organisasi Bank BNI Syariah “ dalam <https://www.bnisyariah.co.id/idid/perusahaan/tentangbnisyariah/strukturorganisasi>, diakses 05 Desember 2020.
- Rahmawati dan Noer Ariska Idola, ”Pengaruh keputusan untuk menggunakan Fasilitas Mobile Banking dalam standar pelayanan di PT. Bank BRI Syariah Cabang Pekangbaru”, Jurnal Al hikmah, Vol. 15 No, 2 Oktober 218.
- Roni arianto W, *Be A Moslempreneur: Menjadi pengusaha muslim yang sukses dan berkah* Jakarta: Elex media Komputindo, 2017.
- Saifudin Azwar, *Metode Penelitian*, Celaban Timur: Pustaka Pelajar, 2010.
- Setijoso, *Towards a Less Cah Society in Indonesia*, Jakarta: Bank Indonesia, 2006.

- Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi ( Mixed Methods )*, Bandung:Alfabeta, 2014.
- Sukardi, *Metodologi Penelitian*, Jakarta: Bumi Aksara,2005.
- Sumadi Suryabrata, *Metodologi Penelitian*, Jakarta: Rajawali, 1987.
- Syamsul Hadi, “Faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan layanan Mobile banking”, *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan*, Vol. 5,Nomor 2, Desember 2015.
- Syamsul Rizal dan Munawir, “Pengaruh Kepuasan Nasabah Terhadap Menggunakan *Mobile Banking (M-Banking)* Pada Bank BCA Cabang Banda Aceh”, *Jurnal Ekonomi dan Manajemen Teknologi*, Vol.1, Nomor 2 Oktober 2017.
- Tajudin Naqib, dengan Judul, Pengaruh persepsi kegunaan, Kepercayaan Dan Resiko Terhadap Minat Menggunakan *Mobile Banking* Studi kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Iain Salatiga, Skripsi IAIN Salatiga, 2019.
- Thalia Claudia Mawey, Altje L.Tumbel dan Imelda W. J. Ogi, Pengaruh kepercayaan dan kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah PT Bank Sulutgo, *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Akutansi*, Vol. 6 Nomor 3, juli 2018.
- Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: Andi, 2002.
- Yolanda Darma Fernandes, Doni Marlius. “Peranan customer service dalam meningkatkan pelayanan kepada nasabah pada PT. Bank pembangunan daerah Sumatra barat cabang utama Padang”, *Jurnal ekonomi dan keuangan*, Vol. 2, No. 1 oktober 2017.
- Zainal Arifin, yang diharakan dari babi, kajian terhadap Q.S al-baqarah 2 ayat 173, *Jurnal Kajian nilai-nilai keislaman*, vol 2, nomor 1 januari 2014.
- Zainuddin Ali, *Hukum perbankan syariah*, Jakarta: Sinar Grafika, 2008.



Perpustakaan **UIN Mataram**

## LAMPIRAN

### Lampiran 1. Pedoman Pertanyaan Wawancara

Analisis Kepuasan Nasabah Terhadap Kualitas *Mobile Banking*( Studi kasus pada Bank BNI Syariah Cabang Mataram )

#### **A. Wawancara dengan Customer Service Bank BNI Syariah Cabang Mataram**

Nama narasumber : Ira Novita

Jabatan : Customer Service Bank BNI Syariah Cabang Mataram

1. Apakah terdapat media penyampaian tentang keberadaan layanan *mobile banking* di bank BNI Syariah Cabang Mataram ?
2. Apakah pihak bank selalu berusaha memberikan pelayanan jasa (*Mobile Banking*) yang terbaik untuk nasabahnya ?
3. Bagaimana respon atau kesigapan bank dalam memberikan pelayanan kepada nasabah pengguna *mobile banking* ?
4. Apakah pihak bank menyediakan atau memberikan perhatian yang mengedukasi kepada nasabah tentang *mobile banking* ?
5. Apakah dalam meberikan pelayanan kepada nasabah bank selalu sopan dan ramah dalam menanggapi nasabah nya ?
6. Bagaimana kualitas pelayanan *mobile banking* ?

#### **B. Wawancara dengan Staff Adminitrasi Bank BNI Syariah Cabang Mataram**

Nama narasumber : Kiki Amelia Putri

Jabatan : Staff Adminitrasi Bank BNI Syariah Cabang Mataram

1. Apakah terdapat media penyampaian tentang keberadaan layanan *mobile banking* di bank BNI Syariah Cabang Mataram ?
2. Apakah pihak bank selalu berusaha memberikan pelayanan jasa (*Mobile Banking*) yang terbaik untuk nasabahnya ?
3. Bagaimana respon atau kesigapan bank dalam memberikan pelayanan kepada nasabah pengguna *mobile banking* ?
4. Apakah pihak bank menyediakan atau memberikan perhatian yang mengedukasi kepada nasabah tentang *mobile banking* ?
5. Apakah dalam meberikan pelayanan kepada nasabah bank selalu sopan dan ramah dalam menanggapi nasabahnya ?
6. Bagaimana kualitas pelayanan *mobile banking* ?

**C. Pedoman wawancara denganNasabah pengguna Aplikasi *Mobile banking* bank BNI Syariah Cabang Mataram.**

1. Bagaimana kenyamanan bpk/ibu dalam memperoleh pelayana *mobile banking* di bank BNI Syariah Cabang Mataram ?
2. Bagaimana kepuasan Bapak atau Ibu setelah menggunakan Aplikasi *Mobile banking* ini ?
3. Apakah Aplikasi *mobile banking* dapat mempermudah Bapak atau ibu dalam melakukan transaksi ?
4. Apakah ada kendala dalam penggunaan Aplikasi *mobile banking* ?
5. Bagaimana harapan anda untuk Bank BNI Syariah ini agar *mobile banking* bisa lebih bagus ?

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### A. Identitas Diri

Nama : Herdiyansah  
Tempat, Tanggal lahir : Bima, 09 September 1996  
Alamat rumah : Desa Darussalam, Kec. Bolo, Kab. Bima  
Nama ayah : Syarifuddin  
Nama ibu : Wilda wati

### B. Riwayat Pendidikan

#### 1. Pendidikan Formal

- a. SD/MI, tahun lulus : SDN Inpres pali, 2009
- b. SMP/MTs, tahun lulus : SMPN 2 Bolo, 2012
- c. SMA/MA, tahun lulus : MAN 3 BIMA, 2015

### C. Riwayat Pekerjaan : -

D. Pengalaman Organisasi : Pramuka Uin Mataram, BKSM SAKSI Uin mataram

### E. Karya Ilmiah : -

Mataram, 19 Januari 2021

Perpustakaan UIN Mataram

Herdiyansah