PENGARUH KUALITAS PELAYANAN MOBILE BANKING TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS NASABAH BANK SYARIAH INDONESIA (BSI) CABANG KANDIS

(The Influence Of Mobile Banking Service Quality On Customer Satisfaction AndLoyalty Of Bank Syariah Indonesia (BSI) Kandis Branch)

DRAF SKRIPSI

Oleh:

FENNY ANGGRAINI GINTING
2061201102

MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS LANCANG KUNING

PEKANBARU

2025

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : FENNY ANGGRAINI GINTING

NIM : 2061201102

FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS

JURUSAN : MANAJEMEN

JUDUL : PENGARUH KUALITAS PELAYANAN MOBILE BANKING TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS NASABAH BANK SYARIAH INDONESIA (BSI) CABANG KANDIS

DISETUJUI :

PEMBIMBING I	PEMBIMBING II
Dr. AZNURIYANDI, S.E, M.Si	Dr. NOFRIZAL, S.E., M.M.
NIDN. 1021088602	NIDN. 1002118703

DEKAN	KEPALA JURUSAN MANAJEMEN
Dr. DINI ONASIS, S.E.,S.H.,M.M.,M.H.,Ak.,CA.,ACPA	Dr. AZNURIYANDI, SE, M.Si
NIDN : 1006067101	NIDN : 1021088602

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA	: FENNY ANGGRAINI GINTING
NIM	: 2061201102
FAKULTAS	: EKONOMI DAN BISNIS
JURUSAN	: MANAJEMEN
JUDUL	: PENGARUH KUALITAS PELAYANAN MOBILE BANKING TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS NASABAH BANK SYARIAH INDONESIA (BSI) CABANG KANDIS

KETUA

Dr. AZNURIYANDI, S.E, M.Si
NIDN. 1021088602

SEKERTARIS

Dr. IDEL WADELMI, S.E.I.,M.Si
NIDN. 1008078602

ANGGOTA

PEMBIMBING I

Dr. AZNURIYANDI, S.E, M.Si
NIDN. 1021088602

PEMBIMBING II

Dr. NOFRIZAL, S.E., M.M.
NIDN. 1002118703

PENGUJI I

Dr. ZULIA KHAIRANI, S.E., M.M
NIDN. 1008078601

PENGUJI II

Dr. IDEL WADELMI, S.E.I.,M.Si
NIDN. 1008078602

ABSTRAK

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN MOBILE BANKING TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS NASABAH BANK SYARIAH INDONESIA (BSI) CABANG KANDIS

(The Influence Of Mobile Banking Service Quality On Customer Satisfaction AndLoyalty Of Bank Syariah Indonesia (BSI) Kandis Branch)

FENNY ANGGRAINI GINTING
NIM. 2061201102

Penelitian Ini bertujuan Untuk Mengetahui Pengaruh kualitas pelayanan mobile banking Terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) Cab. Kandis. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengguna mbangking BSI Cab. Kandis berjumlah 95 responden, teknik yang digunakan adalah dengan metode *purposive sampling*. Metode analisa yang digunakan adalah analisis SPSS. Hasil penelitian menunjukan terdapat pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. Kepuasan nasabah berpengaruh terhadap loyalitas nasabah.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan, Loyalitas Nasabah, Bank Syariah Indonesia.

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Karya tulis dalam bentuk skripsi ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (Sarjana, Magister, dan atau Doktor) baik di Universitas Lancang Kuning maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan, dan penelitian sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan dari tim pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang diperoleh karena karya tulis ini, serta lainnya sesuai dengan norma yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenarnya, agar dapat dipergunakan seperlunya.

Pekanbaru, 15 Mei 2025

Yang Membuat Pernyataan,



FENNY ANGGRAINI GINTING

KATA PENGANTAR

Segala puji dan Syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala Rahmat dan Karunia Nya yang telah memberikan kesehatan, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **"Pengaruh kualitas pelayanan mobile banking Terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) Cab. Kandis".** Skripsi ini disusun guna untuk memenuhi syarat memperoleh gelar sarjana di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lancang Kuning.

Dalam penyelesaian skripsi ini penulis banyak menerima bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesimpulan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Dini Onasis, S.E., S.H., M.M., M.H., AK., CA., ACPA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lancang Kuning beserta jajaran yang telah memberikan bekal ilmu yang bermanfaat sehingga diaplikasikan dalam kehidupan.
2. Bapak Dr. Aznuriyandi, S.E, M.Si Selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lancang Kuning.
3. Bapak Dr. AZNURIYANDI, SE.,M.Si Selaku pembimbing I saya yang selalu memberi semangat dan arahan sehingga banyak membantu dalam proses penulisan skripsi ini.
4. Bapak Dr. NOFRIZAL, SE., M.M. Selaku pembimbing II saya yang telah memberikan motivasi baik selama proses pembelajaran saya dikelas maupun selama proses penulisan skripsi ini.

5. Bapak dan Ibu Dosen serta Staff Tata Usaha Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lancang Kuning, kak Lina, kak Whika, Bang Guntur, Bang Arzi, dan staff lainnya yang telah membantu proses administrasi selama perkuliahan.
6. Kepada Ramadan Al Hadid yang telah mengizinkan saya melakukan penelitian, serta membantu saya dalam memberikan dukungan maupun arahan kepada saya, sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Untuk sahabat terbaik saya, Fenny Anggraini, Yulan Sherlina, dan kak Wini Moneteria yang selalu menjadi rumah dan *my hidden weapon*, semoga kalian selalu bahagia.
8. Untuk rekan terbaik saya Ricky Hendri Sinaga dan Fernando Simatupang terimakasih sudah menemani saya dan menghibur saya dalam masa pengerjaan skripsi ini. Semoga kalian selalu Bahagia.
9. Untuk seluruh sahabat BEM FEB 2022-2023, Yulan, Aca imut, Erwin, Fernando serta adik-adik kebanggan saya, Bila, Bintang dan Reihan.
10. Untuk adik kesayangan aku Engki Mekar Sari dan Sefphia Siregar yang selalu support dan membantu segalanya.
11. Untuk kedua orang tua saya Bapak Benar Dinus Marbun dan Ibu Posni Simbolon yang selalu menjadi alasan saya untuk berani bermimpi dan berada di titik ini, terima kasih atas dukungan beserta doa-doa yang tak pernah putus dalam setiap proses yang saya lewati, serta dukungan untuk tidak menyerah dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini belum sempurna, baik dari segi materi maupun penyajiannya. Untuk itu saran dan kritik yang membangun sangat diharapkan dalam menyempurnakan skripsi ini. Penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat dan menambah wawasan bagi pembaca dan penulis.

DAFTAR ISI

Halaman

ABSTRAK
PERNYATAAN
KATA PENGANTAR ii
DAFTAR ISI v
DAFTAR TABEL x
DAFTAR GAMBAR viii
BAB I PENDAHULUAN
1.1. LATAR BELAKANG PENELITIAN 1
1.2. PERUMUSAN MASALAH 12
1.3. TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN 13
1.3.1. Tujuan Penelitian 13
1.3.2. Manfaat Penelitian 13
1.4. SISTEMATIKA PENULISAN 14
BAB II TELAAH PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS
2.1. TELAAH PUSTAKA 16
2.1.1. Pengertian Manajemen 16
2.1.2. Fungsi Manajemen 17
2.1.3. Pengertian Pemasaran 18
2.1.4. Fungsi Pemasaran 19
2.1.5. Kepuasan Nasabah 20
2.1.5.1. Manfaat Kepuasan Nasabah 24
2.1.5.2. Cara Mengukur Kepuasan Nasabah 25
2.1.5.3. Faktor – Faktor Kepuasan Nasabah 25
2.1.5.3. Indikator Kepuasan Nasabah 25
2.1.6. Kualitas Pelayanan 26
2.1.6.1. Dimensi Kualitas Pelayanan 29
2.1.6.2. Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan 29
2.1.5.3. Indikator Kualitas Pelayanan 25
2.1.7. Loyalitas Nasabah 31
2.1.7.1 Dimensi Loyalitas Nasabah 33
2.1.7.2. Indikator Loyalitas Nasabah 34
2.1.8. Penelitian Terdahulu. 35
2.2. KERANGKA PEMIKIRAN 37
2.3. HIPOTESIS 40
BAB III METODE PENELITIAN
3.1. OBYEK PENELITIAN 42
3.2. POPULASI DAN SAMPEL 42
3.2.1. Populasi 42
3.2.2. Sampel 42

3.3. TEKNIK PENGAMBILAN SAMPEL 44
3.4. JENIS DAN SUMBER DATA 44
3.5. TEKNIK PENGUMPULAN DATA.....46
3.6. IDENTIFIKASI DAN OPERASIONALISASI VARIABEL 47
3.7. ANALISIS DATA.....51
3.7.1 Validitas.....51
3.7.2 Reliabilitas 51
3.7.3 Asumsi Klasik.....51
3.7.4. Regresi Linear Berganda.....51
3.7.5. Pengujian Hipotesis.....51
3.7.5.1. Uji t (Parsial) 51
3.7.5.2. Uji F (Simultan).....51
3.7.5.3. Koefisien Determinasi (R).....51
BAB IV GAMBARAN UMUM OBYEK PENELITIAN
4.1. SEJARAH BANK SYARIAH INDONESIA.....57
4.2. VISI DAN MISI BANK SYARIAH INDONESIA 61
4.3. STRUKTUR ORGANISASI BANK SYARIAH INDONESIA.....64
BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN
5.1. HASIL PENELITIAN.....68
5.1.1. Karateristik Responden 68
5.2. Hasil Uji Validitas dan Reliablitas.....71
5.2.1 Hasil Uji Validitas.....77
5.2.2 Hasil Uji Reliabilitas 75
5.3. Hasil Uji Asumsi Klasik Model Pertama.....83
5.3.1 Uji Normalitas Model Pertama.....84
5.3.2 Uji Multikolineritas Model Pertama.....87
5.3.3 Uji Heteroskedastisitas Model Pertama.....89
5.4. Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana Model Pertama.....83
5.5. Hasil Uji Hipotesis Model Pertama 83
5.5.1 Hasil Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t) Model Pertama.....84
5.5.2 Hasil Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t) Model Pertama.....84
5.6. Uji Asumsi Klasik Model Kedua.....83
5.6.1 Uji Normalitas Model Kedua 84
5.6.2 Uji Multikolineritas Model Kedua 87
5.6.3 Uji Heteroskedastisitas Model Kedua 89
5.7. Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana Model Kedua 83
5.8. Hasil Uji Hipotesis Model Kedua.....83
5.8.1 Hasil Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t) Model Kedua 84
5.8.2 Hasil Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t) Model Kedua.....84
5.2 PEMBAHASAAN 98
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN
6.1. KESIMPULAN 105
6.2. SARAN 106

DAFTAR PUSTAKA 107
BIOGRAFI PENULIS
LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel **Halaman**

1.1. Jumlah Nasabah Pengguna Mobile Banking di PT. Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Raya Kandis .....
2.1. Penelitian Terdahulu..... 39
3.1. Identifikasi dan Operasional Variabel..... 51
3.2. Interpretasi dalam Variabel Penelitian 51
5.1. Jawaban Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..... 69
5.2. Jawaban Responden Berdasarkan Usia 70
5.3. Jawaban Responden Berdasarkan Pekerjaan..... 72
5.4. Hasil Uji Validitas..... 74
5.5. Hasil Uji Reliabilitas 74
5.6. Uji Normalitas 75
5.7 Uji Multikolineritas Model Pertama..... 76
5.8. Hasil Regresi Linier Berganda 76
5.9. Hasil Uji Hipotesis Secara Parsial Model Pertama 77
5.10. ANALISIS Hasil Koefisien Determinasi Model Pertama..... 78
5.11. Uji Normalitas Model Keedua 75
5.12. Uji Multikolineritas Model Kedua 76
5.13. Hasil Regresi Linier Berganda Model Kedua 76
5.14. Hasil Uji Hipotesis Secara Parsial Model Kedua..... 77
5.15. Hasil Uji Hipotesis Secara Simultan Model Kedua 77
5.16. ANALISIS Hasil Koefisien Determinasi Model Kedua..... 78

DAFTAR GAMBAR

Gambar **Halaman**

2.1. Piramida Loyalitas Pelanggan 41
4.1. Paradigma Penelitian 62
4.2. Struktur Organisasi 66
5.1. Normalitas Kurva Histogram 66
5.2. Normalitas Normal Probability Plot 66
5.3. Pengujian Heteroskedasrisitas Scatterplot 94
5.4. Normalitas Kurva Histogram Model Kedua 66
5.5. Normalitas Normal Probability Plot Model Kedua 94

BAB I

PENDAHULUAN

I. LATAR BELAKANG PENELITIAN

Seiring dengan banyaknya jumlah pengguna internet maka perkembangan ekonomi digital sangat potensial. Peneliti Lembaga Manajemen FEB Universitas Indonesia Taufiq Nur menyampaikan, pembatasan mobilitas saat pandemi Covid-19 hendaknya telah merubah gaya hidup masyarakat. Ekonomi digital dijadikan sebagai pilihan, khususnya pada transaksi pembayaran. Masyarakat cenderung mengemari transaksi yang memberikan efektifitas dan efisiensisalah satunya yaitu pembayaran melalui e-money.

Pengembangan layanan perbankan tidak lagi hanya dengan slogan layanan yang aman dan terpercaya, namun juga mampu memberikan layanan yang disesuaikan dengan kebutuhan nasabah yang telah berkembang searah dengan perkembangan teknologi dan gaya hidup. Salah satu bentuk layanan yang dikembangkan oleh bank adalah layanan online banking atau mbangking. Mobile banking adalah layanan transaksi perbankan yang dapat dilakukan oleh nasabah baik dari rumah, tempat usaha atau di lokasi lokasi lain yang bukan di lokasi bank yang riil (kantor cabang) dengan menggunakan media komunikasi seperti komputer, telepon seluler dan telepon rumah.

Perbankan digital menyediakan sejumlah layanan bagi nasabah maupun nasabah bank untuk melakukan berbagai transaksi perbankan maupun nonperbankan menggunakan aplikasi. Adapun sejumlah layanan yang biasanya disediakan

perbankan banking diantaranya sebagai berikut; 1) Pembukaan Rekening Online; 2) Mengakses Informasi Rekening; 3) Melakukan Transaksi Keuangan; 4) Transfer dana, ke sesama bank maupun antar bank; 5) Layanan Lainnya. Digital banking juga menyediakan Informasi lain dan transaksi untuk menikmati produk perbankan pada umumnya, sesuai kebutuhan dari nasabah bank.

Penerapan *e-money*, juga merambah ke dunia perbankan, salah satu pemunculan *e-money* adalah *Mobile Banking*. *Mobile banking* atau *m- Mobile* adalah layanan transaksi perbankan berbasis aplikasi yang difungsikan sebagai portal pembayaran melalui ponsel atau smartphone. Hutabaran dalam penelitiannya menjelaskan mobile banking adalah media perbankan dengan pengaksesan melalui komunikasi seluler seperti telepon seluler yang memiliki fungsi sama halnya ATM, namun tidak dengan melakukan transaksi penarikan uang secara tunai. Layanan mobile banking memberikan kemudahan kepada para nasabah untuk melakukan transaksi perbankan seperti cek saldo, transfer antar rekening, dan lainlain.Dengan fasilitas ini semua orang yang memiliki ponsel dapat dengan mudah bertransaksi.dimana saja dan kapan saja. Pada akhirnya bank beramairamai menyediakan fasilitas mobile banking demi mendapatkan kepuasan dan peningkatan jumlah nasabah.

Teknologi informasi begitu penting dalam dunia bisnis. Tidak terkecuali sektor perbankan di seluruh dunia yang mulai merasakan dampak *e-business* ini. Berbagai cara dilakukan oleh bank dalam memanfaatkan adanya kemajuan teknologi informasi dan komunikasi ini. Di lain hal, bank yang harus berlomba-lomba untuk

memenangkan persaingan dalam merebut jumlah nasabah. Bank – bank tersebut mulai berinovasi dengan memanfaatkan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi tersebut. Berbagai bank lebih meningkatkan layanan dengan cara memberikan diferensiasi produk dan kualitas layanan yang baik sehingga dapat memposisikan diri sebagai bank yang mempunyai nilai lebih dibandingkan para pesaingnya. Bank mengembangkan layanannya tidak lagi hanya dengan slogan layanan yang aman dan terpercaya, namun juga mampu memberikan layanan yang disesuaikan dengan kebutuhan nasabah yang telah berkembang searah dengan perkembangan teknologi dan gaya hidup.

Bank syariah pun tak luput dari upaya percepatan perkembangan teknologi informasi. Berdasarkan UU Perbankan Syariah Tahun 2008, No. 21, Perbankan syariah adalah kegiatan keunganan yang dimana pengoprasiannya berdasar pada prinsip hukum islam, dimana hukum tersebut ditetapkan oleh lembaga dengan kewenangan untuk menetapkan fatwa pada bidang syariah. BSI sebagai salah satu bank yang memulai mobile banking sebagai sarana kegiatan ekonomi. bank BSI merupakan bank baru hasil penggabungan tiga bank (BRIS, BMS, dan BNI Syariah).

BSI menawarkan layanan berbasis syariah yang tidak bertentangan dengan hukum islam dan menghindarkan kekhawatiran masyarakat muslim mengenai bank dan riba. BSI memunculkan *Mobile Banking* BSI yang dikenal dengan sebutan BSI Mobile yangberfungsi untuk memudahkan nasabah dalam bertransaksi. Kemunculan *Mobile Banking* hendaknya berdampat positif bagi kemudahan nasabah dan bank BSI.

Aplikasi BSI Mobile ditandai dengan desain modern dan antarmuka yang ramah pengguna. Jadi, untuk transaksi finansial, menggunakan BSI *Mobile Banking* akan memberikan Anda pengalaman yang menyenangkan. Transaksi perbankan seperti pengiriman uang, pembayaran dan pembelian, cek tabungan, dan perubahan dapat dilakukan di mana saja, kapan saja. Transaksi dengan aplikasi mobile BSI dapat dilakukandengan bebas, karena keamanan penggunaan terjamin.

Jumlah nasabah pada suatu bank dapat mengalami peningkatan dikarenakan adanya hal-hal yang memengaruhi peningkatan jumlah nasabahnya. Begitu juga dengan sebaliknya sedikitnya jumlah nasabah suatu bank juga pasti ada hal-hal yang memengaruhi penurunan jumlah nasbahnya. Berdasarkan hasil wawancara yang peneliti lakukan di BSI KCP Gunung Raya Kandis dengan salah satu *Operastional Staff* yakni Hasbi Azhari diperoleh bahwa jumlah nasabah 4 tahun terakhir dimulai sejak tahun 2021-2024, adapun jumlah nasabah yang terdapat di BSI KCP Gunung Raya Kandis dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 1.1
Jumlah Nasabah Pengguna Mobile Banking di PT. Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Raya Kandis

Tahun	Jumlah Hari	Rata-Rata Pehari	Target Perhari	Jumlah Target	Jumlah pengguna
2020	120	5	4	480	600
2021	140	5	4	560	700
2022	240	7	6	1.440	1.680
2023	200	7	8	1.600	1.400
2024	20	7	8	160	140

Sumber: PT. Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Raya Kandis (2024)

Berdasarkan tabel 1 di atas menunjukkan bahwa total jumlah nasabah pada tahun 2020-2024 mengalami penurunan pada tahun 2023, di tahun 2020 total nasabah berjumlah 600 nasabah dan pada tahun 2021 mengalami peningkatan menjadi 700 nasabah. Pada tahun 2022 jumlah nasabah mengalami peningkatan secara signifikan dimana jumlah nasabah sebanyak 1.680 nasabah. Di tahun 2023 jumlah nasabah BSI KCP Gunung raya mengalami penurunan dari 1.680 menjadi 1.400 nasabah. Hal ini di PT. Bank Syariah Indonesia KCP Gunung raya berusaha mencari setiap strategi yang terbaik untuk menarik nasabah dan mempertahankan nasabahnya. Permasalahan lainnya adalah sekarang ketatnya persaingan dunia perbankan setelah berkembangnya transaksi keuangan berbasis online yang memberikan kemudahan bagi para masyarakat. Hal ini mengharuskan setiap perbankan menghadapi permasalahan dalam hal persaingan mendapatkan nasabah.

Salah satu faktor yang menyebabkan menurunnya keputusan seorang nasabah dalam memilih perbankan syariah dapat dikelompokkan pada beberapa faktor yaitu kualitas pelayanannya. Kualitas pelayanan adalah sebagian ukuran seberapa jau

perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas pelayanan yang mereka terima atau peroleh. Hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan nasabah dan loyalitas nasabah adalah semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan akan semakin mendorong masyarakat menjadi nasabah dan sebaliknya jika pelayanan yang diberikan kurang maksimal maka masyarakat akan memilih bank lain. Dengan menjamurnya lembaga keuangan ditengah-tengah masyarakat terlebih di era digital saat ini maka pihak Bank Syariah Indonesia perlu meningkatkan kualitas pelayanan. Pelanggan tidak perlu khawatir karena mengakses dan melakukan transaksi melalui aplikasi tidaklah mudah. Dua sistem keamanan telah diimplementasikan pada aplikasi BSI Mobile, yaitu *password akses* akun dan kode PIN untuk melakukan transaksi. Hanya klien (nasabah) yang dapat mengaksesnya.

Berlandaskan uraian-uraian di atas, maka penulis sangat tertarik untuk meneliti, lanjutan mencoba menuangkan ke dalam suatu karya ilmiah ataupun judul: **"Pengaruh Kualitas Pelayanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) Cabang Kandis".**

1.2. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan uraian diatas maka permasalahan dalan penelitian ini dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah kualitas pelayanan *m-banking* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank BSI Cabang Kandis ?
2. Apakah kualitas pelayanan *m-banking* berpengaruh terhadap loyalitas nasabah Bank BSI Cabang Kandis ?

3. Apakah kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah Bank BSI Cabang Kandis baik secara langsung maupun tidak langsung?

1.3. TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN

1.3.1 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam pelaksanaan kegiatan penelitian ini

adalah:

1. Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan *m-banking* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank BSI Cabang Kandis.
2. Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan *m- banking* Bank BSI Cabang Kandis.
3. Untuk mengetahui apakah kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah Bank BSI Cabang Kandis baik secara langsung maupun tidak langsung.

1.3.1 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diinginkan dari penelitian ini digunakan sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan mengenai kualitas layanan *mobile banking* Bank BSI Gunung Raya Kandis, serta dapat menerapkan pengetahuan yang telah didapat selama masa perkuliahan.

2. Bagi Pembaca

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan bagi masyarakat terkait kualitas layanan *mobile banking* Bank BSI Gunung Raya Kandis, serta dapat

menjadi rujukan atau referensi dalam penelitian selanjutnya.

3. Bagi Instansi (Bank Syariah Indonesia)

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan instansi untuk menjadi masukkan dan bahan evaluasi dalam menyediakan kualitas layanan *mobile banking* pada Bank Syariah Indonesia agar dapat menjadi lebih baik lagi kedepannya.

1.4. SISTEMATIKA PENELITIAN

Untuk memudahkan dalam memahami struktur dalam proposal penelitian ini, maka penulis akan menyusun dalam beberapa bab. Adapun yang akan diuraikan pada masing-masing bab adalah:

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini penulis membahas mengenai latar belakang masalah yang akan diteliti, identifikasi masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, dan sistematikapenulisan.

BAB II : TELAAH PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

Bab ini terdiri dari dua sub bab yaitu telaah pustaka dan landasan teori. Telaah pustaka dalam bab ini membahas penelitian-penelitian sebelumnya yang dapat mendukung penelitian ini. Landasan teori dalam bab ini berisi tentang teori-teori yang behubungan dengan pengaruh kualitas layanan *mobile banking* terhadap tingkat kepuasan nasabah Bank BSI Gunung Raya Kandis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini meliputi tempat dan waktu penelitian, jenis dan sumber data, teknik

pengumpulan data, populasidan sampel, serta variabel penelitian. Pada bab ini juga meliputi gambaran umum Bank Syariah Indonesia dan struktur organisasi Bank BSI Gunung Raya Kandis.

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 KESIMPULAN

Sesuai dengan perumusan masalah dan hipotesis maka penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan mobile bangking terhadap kepuasam dan loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) Cab. Kandis. Berdasarkan analisis yang dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Kepuasan ini tidak hanya menciptakan loyalitas tetapi juga mendorong rekomendasi dari mulut ke mulut yang positif, yang penting bagi keberhasilan jangka panjang perusahaan.
2. Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. Kualitas pelayanan memiliki peran yang sangat signifikan dalam membangun dan mempertahankan loyalitas nasabah.
3. Kepuasan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Kepuasan yang tinggi meningkatkan kemungkinan nasabah untuk tetap setia, mengurangi kemungkinan mereka beralih ke pesaing, dan meningkatkan kemungkinan mereka merekomendasikan perusahaan kepada orang lain.

6.2 SARAN

Berdasarkan kesimpulan yang telah dijelaskan sebelumnya, maka beberapa saran bagi penelitian selanjutnya, yaitu:

1. Untuk meningkatkan loyalitas nasabah, Bank Syariah Indonesia Cabang Kandis disarankan untuk fokus pada kualitas pelayanan, komunikasi yang efektif, dan melakukan program – program yang menarik. Selain itu, memberikan apresiasi dan penghargaan kepada nasabah loyal juga dapat meningkatkan rasa kepuasan dan kebanggan mereka.
2. Untuk meningkatkan kepuasan nasabah, Bank Syariah Indonesia Cabang Kandis disarankan untuk melakukan pelatihan berkelanjutan untuk karyawan mengenai pelayanan pelanggan, pengetahuan produk, dan keterampilan komunikasi dan Perkuat layanan digital banking dengan aplikasi yang user-friendly, fitur lengkap, dan transaksi yang aman. Pastikan aplikasi mobile dan internet banking mudah digunakan dan dapat diakses kapan saja.
3. Untuk meningkatkan layanan dan nilai tambah, Bank Syariah Indonesia Cabang Kandis disarankan untuk fokus pada digitalisasi, peningkatan layanan pelanggan, dan penawaran layanan yang lebih personal dan inovatif. Selain itu bank juga meningkatkan kepercayaan nasabah dengan fokus pada keamanan dan transparasi serta reputasi positif.

DAFTAR PUSTAKA

Sucahyowati, H. (2017). ***Pengantar Manajemen****: Sebuah Pengantar*. Wilis.

Farida, S. N. (2022). ***The Implementation Of ISO 9001***: 2015 Based Quality Management Standards on PT. Dutabahari Menara Line Dockyard Banjarmasin. *Economy Deposit Journal (E-DJ)*, *4*(2), 319-328.

Muis, M. (2022). ***Teori Manajemen*****.** Penerbit NEM.

Lupiyoadi, R., & Hamdani, A. (2017). ***Manajemen Pemasaran Jasa***, Salemba Empat. *Salemba empat*.

Hardiyansyah. 2011**.** ***Kualitas Pelayanan Publik Konsep, Dimensi, Indikator, dan Implementasi.***Yogyakarta:Gava Media.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2011). ***Manajemen Pemasaran,*** Jilid I, Jakarta: PT.

Nisa, D. D., Ariyani, T. S., & Oktaviani, K. (2017). ***Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Nasabah Menggunakan Layanan Banking Mandiri.*** *Jurnal Manajemen Maranatha*, *13*(1).

Rizal, S. (2017). ***Pengaruh layanan mobile banking terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah (studi pada PT Bank BRI Syariah KC Margonda Depok)*** **(Bachelor's thesis,** UIN Syarif Hidayatullah Jakarta: Fakultas Ekonomi dan Bisnis, 2017)

Ramadayanti, F. (2019***). Peran brand awereness terhadap keputusan pembelian produk.*** *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, *6*(2), 111-116.

Sudarsono, H. (2020). ***Manajemen Pemasaran***. Pustaka Abadi.

Putri, Y. L., & Utomo, H. (2017). ***Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan sebagai variabel intervening (Studi persepsi***
pada pelanggan dian comp ambarawa). *Among Makarti*, *10*(1).

Maulana, R., Iskandar, I., & Mailany, M. (2019). ***Pengaruh Penggunaan Mobile Banking.***Terhadap Minat Nasabah Dalam Bertransaks

Tripayana, S., & Pramono, J. (2020***). Kualitas Produk, Pelayanan, dan Loyalitas Pelanggan Dimana Kepuasan Sebagai Variabel Intervening pada UKM***
Start Up Pariwisata Kombuchi Brewing Co, Bali. *Jemap*, *2*(2), 182. Imron, H. A. (2017***). Peran Sampling dan Distibusi Data dalam Penelitian Komunikasi Pendekatan Kuantitatif***. *Jurnal studi komunikasi dan media*, *21*(1), 111-126.

Putri, R. S. (2019). ***Pengaruh layanan mobile banking terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah Bank BTN Syariah Semarang***. *Jurnal Manajemen*.

Kuantitatif, P. P. (2016). ***Metode Penelitian Kunatitatif Kualitatif dan R&D. Alfabeta, Bandung.Tjiptono, Fandy***. "*Pemasaran Jasa*", Edisi Pertama, Bayumedia Publishing, Malang, 2007.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). ***Principles of Marketing sixteenth edition***.

Fatihudin, D., & Firmansyah, A. (2019). ***Pemasaran Jasa (strategi, mengukur kepuasan dan loyalitas pelanggan).*** Deepublish.

Pramana, I. G. Y., & Rastini, N. M. (2016). ***Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepercayaan Nasabah Dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri Cabang Veteran Denpasar Bali*** (Doctoral dissertation, Udayana University).

Al Rasyid, H. (2017). ***Pengaruh kualitas layanan dan pemanfaatan teknologi terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan Go-Jek.*** *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, *1*(2), 210-223

Galingging, N. H. (2016). ***Pengaruh kualitas pelayanan teller terhadap kepuasan nasabah dalam melakukan transaksi di PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Padangsidimpuan*** (Doctoral dissertation, IAIN Padangsidimpuan).

Hatta, I. K. I. (2016). ***Pengaruh Emotional Value, Social Value, Dan Brand Experience Terhadap Kepuasan Konsumen Serta Pengaruhnya Dalam Loyalitas Konsumen Sepatu Nike*** (Doctoral dissertation, STIE Indonesia Banking School.