BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Era digitalisasi saat ini sangat berpengaruh terhadap pertumbuhan dunia perbankan yang ada di Indonesia.[1] Produk- produk yang ditawarkan oleh perbankan sudah semakin bervariasi sesuai dengan kebutuhan nasabah. Pertumbuhan dunia perbankan yang semakin pesat mengakibatkan timbulnya dampak. Salah satu dampak yang muncul adalah tingkat persaingan yang ketat antar bank, dan munculnya lembaga keuangan sejenis yang baru.[2] Bank yang didirikan juga telah bervariasi seperti bank swasta baik lokal maupun penanam modal asing, ada juga bank konvensional dan juga bank syariah.

Strategi pengembangan bank syariah telah diarahkan untuk meningkatkan kompetisi yang diharapkan bisa sejajar dengan sistem bank konvensional yang dilakukan secara menyeluruh dengan mengacu pada analisis kelemahan dan kekuatan bank syariah di Indonesia saat ini. Agar perbankan syariah dapat sejajar dengan perbankan konvensional maka harus dibuat sebuah strategi kreatif ,dimana strategi tersebut harus berkembang mengikuti perkembangan zaman yang ada.

---

[1] Altje Tumbel, "Pengaruh Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Pt Bank Btpn Mitra Usaha Rakyat Cabang Amurang Kabupaten Minahasa Selatan" 3 (2016).

[2] Musrifah Amini, "Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Pt. Bank Mandiri (Persero) Tbk Cabang Cendrawasih Makassar," 2019.

Era digitalisasi secara tidak langsung juga mempengaruhi sistem yang ada pada perbankan di seluruh dunia tidak terkecuali bank syariah. Perkembangan teknologi dan komunikasi pada perbankan dibuktikan dengan adanya aktivitas perbankan yang memanfaatkan teknologi *M-Banking* atau *mobile banking*.

Mobile banking adalah salah satu layanan yang diberikan bank untuk mempermudah nasabah dalam bertransaksi, agar nasabah tidak lagi perlu datang ke bank yang bersangkutan ketika akan bertransaksi. *Mobile banking* diciptakan menggunakan teknologi maju, layanan ini berbasis teknologi seluler. Dimana hal ini dapat memudahkan nasabah dalam bertransaksi, hal ini membawa dampak positif pada perbankan karena terciptanya *M-banking* mendapat respon positif dari masyarakat, terbukti dari minat nasabah menggunakan *M-banking* yang semakin meningkat. Peningkatan minat nasabah ini tidak terlepas dari pelayanan yang baik yang kemudian mempengaruhi kepuasan nasabah.

Mobile banking bertujuan meningkatkan pelayanan pada nasabah, memudahkan nasabah dalam bertransaksi, dan memenuhi keinginan pasar. Layanan yang dapat digunakan nasabah dalam *mobile banking* antara lain adalah mengirim uang (transfer) antar rekening bank, untuk membayar tagihan telepon rumah, listrik, asuransi jiwa, asuransi mobil, dan transaksi non-finansial lainnya dan masih banyak lagi manfaat dari menggunakan layanan *m-banking.* Dalam *mobile banking* adanya pemisahan secara fisik antara bank dan nasabahnya dan tidak ada interaksi fisik antara nasabah dengan karyawan bank

menyebabkan situasi yang unik, sehingga kepercayaan dari nasabah adalah hal yang terpenting bagi bank.[3]

Selain dapat mempermudah dalam bertransaksi, keuntungan dari menyediakan *M-banking* bagi bank adalah dapat menghemat biaya percetakan formulir yang harus diisi nasabah. Nasabah juga akan mendapatkan informasi perbankan secara cepat, efektif dana efisien, serta dapat mengurangi waktu tunggu nasabah dalam melakukan setiap transaksinya.

Bank Syariah Indonesia merupakan salah satu lembaga keuangan yang juga menyediakan layanan *m-banking*. Layanan *m-banking* yang ditawarkan memiliki fitur yang mampu memudahkan nasabah. Fitur yang ditawarkan kurang lebih sama dengan fitur yang ada pada layanan perbankan syariah lainnya. Bank juga memberikan jaminan keamanan dan privasi terhadap data nasabah dari tindakan kejahatan orang-orang yang tidak bertanggung jawab.

Bank Syariah Indonesia itu sendiri adalah bank hasil merger dari tiga bank, yakni: BNI Syariah, BRI Syariah dan Mandiri Syariah yang secara resmi beroperasi pada senin, 1 februari 2021. Penggabungan bank BUMN ini menghasilkan BSI sebagai bank syariah terbesar di Indonesia.[4]

Pada 17 Agustus 2023, BSI berhasil meningkatkan status *representative office* di Dubai, Uni Emirat Arab, menjadi *full branch*. Perubahan

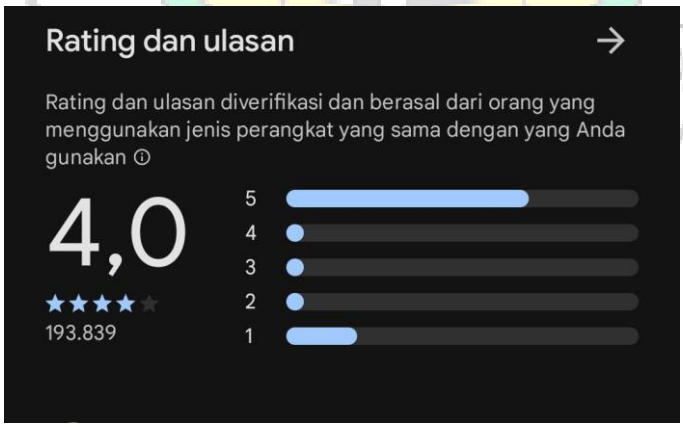
---

[3] Mahmudatus Sa'diyah Dan Nur Aziroh, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Kepercayaan Nasabah Muslim Pengguna *Mobile Banking* Di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Kudus" 1 (2013).

[4] Bank Syariah Indonesia, "Ekspansi dan Akselerasi Bisnis untuk Pertumbuhan Berkelanjutan," 25 April 2024, https://www.bankbsi.co.id/company-information/reports.

ini akan sangat mendukung ekspansi BSI dalam memaksimalkan potensi pasar global. Kebijakan strategis ini diharapkan dapat mendukung pencapaian visi Bank untuk menjadi "Top 10 *Global Islamic Bank*"[5].

Sepanjang tahun 2023, BSI berhasil meraih sebanyak 140 penghargaan dari berbagai lembaga, pada level nasional maupun internasional. Salah satu penghargaan pada level nasional adalah ajang "20th Infobank-MRI *Banking Service Excellence Award* 2023" yang diselenggarakan oleh infobank pada 20 juni 2023 dengan predikat "*The 1st Best in Service Excellence*" dan pada level internasional BSI berhasil menyabet dua predikat sekaligus yakni "*Best Islamic Finance Bank* dan *Best Islamic Finance Retail Bank*" pada ajang "*Alpha Southeast Asia Islamic Finance Awards* 2023" yang diselenggarakan oleh *Alpha Southeast Asia*[6].



Gambar 1. 1 Rating dari pengguna BSI *Mobile*

[5] Bank Syariah Indonesia.

[6] Bank Syariah Indonesia

Dari gambar tersebut, jelas bahwa review atau ulasan dari pengguna BSI *Mobile banking* yang di akses 30 mei 2024 mendapat rating 4,0 di *play store* dan telah di review sebanyak 198,839 kali. Rating tertinggi yang diperoleh BSI *Mobile banking* pada aplikasi *play store* adalah bintang 5. Review terbaik dari pengguna mengatakan bahwa aplikasi BSI *Mobile* sangat mudah digunakan, pelayanan sangat baik, tampilan nya juga menarik. Walaupun begitu tidak bisa dipungkiri bahwa masih banyak review dari pengguna yang menyatakan kurang puas terhadap BSI *Mobile banking* terbukti dari review bintang 1 yang mendapat rating tertinggi kedua.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Arbi Fahrezi dan Mahir Pradana menyebutkan bahwa pengguna mengeluhkan kualitas pelayanan yang ada pada BSI *Mobile banking* yang membuat pengguna merasa dirugikan. Mayoritas dari pengguna mengeluhkan kualitas layanan seperti akses login yang selalu meminta password dan pin, aplikasi sulit dibuka oleh pengguna *smartphone* iPhone, muncul notifikasi menyatakan informasi gagal, token aktivasi yang tidak selalu terkirim, fitur transfer dan penarikan yang selalu gagal, hingga pelayanan customer service yang seharusnya dapat membantu ke pengguna malah dirasakan kurang membantu.[7]

[7] Arbi Fahrezi Dan Mahir Pradana, *"Pengaruh E-Service Quality* Terhadap *E-Customer Loyalty* Pada Aplikasi *E-Banking* Bank Syariah Indonesia (Bsi) *Mobile* Melalui *E- Customer Satisfaction* Sebagai Variabel *Intervening,*" T.T.

Salah satu teori yang digunakan untuk meneliti bagaimana pengguna menerima dan mengadopsi terhadap suatu teknologi adalah *Technology Acceptance Model* (TAM). Teori ini dikembangkan oleh Davis, dimana model TAM ini mengangkat dua variabel utama yakni *perceived usefulness* (persepsi manfaat) dan *perceived ease of use* (persepsi kemudahan) yang memiliki relevansi terhadap sikap penerimaan pengguna terhadap teknologi.[8]

Persepsi manfaat atau kegunaan dalam teori TAM berkaitan dengan seberapa besar rasa percaya pengguna terhadap teknologi akan membantu dalam mencapai tujuan bisnisnya. Semakin besar manfaat yang didapat dari teknologi, maka semakin besar pula minat seseorang untuk menggunakan teknologi tersebut. Seperti pada teknologi *mobile banking,* yang memiliki banyak manfaat bagi penggunanya.

Persepsi kemudahan pada teori TAM dapat didefinisikan sebagai tingkat dimana seseorang yakin bahawa penggunaan teknologi tidak sulit dan tidak membutuhkan usaha yang keras dalam menggunakannya. Kemudahan yang disajikan dapat menjadi faktor penentu dalam mempengaruhi minat pengguna. Jika kemudahan tersebut sesuai dengan ekspektasi yang dibayangkan, maka minat pengguna akan muncul, begitu

[8] Fred D. Davis, "Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, And User Acceptance Of Information Technology," *Mis Quarterly* 13, No. 3 (September 1989): 319, Https://Doi.Org/10.2307/249008.

juga sebaliknya apabila kemudahan yang disajikan tidak sesuai ekspektasi pengguna maka minat tidak akan muncul.

Selain dari 2 persepsi di atas, persepsi kepercayaan juga tak kalah penting nya. Kepercayaan dapat didefinisikan sebagai keyakinan terhadap seseorang yang dianggap mampu memenuhi harapan. Seiring maraknya kejahatan internet seperti pembobolan akun, faktor kepercayaan menjadi hal yang sangat penting dalam perbankan. Hal ini menunjukan bahwa pengguna percaya bahwa pihak bank dapat menjamin keamanan dan privasi pengguna.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa faktor manfaat, kemudahan dan kepercayaan menjadi faktor yang dapat mempengaruhi dalam penggunaan produk atau teknologi. Maka dengan adanya manfaat, kemudahan dan kepercayaan yang ada pada pengguna *mobile banking* BSI KC Kediri maka akan meningkatkan peluang lebih besar untuk mampu meningkatkan minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking*.

Berdasarkan latar belakang di atas yang telah dijelaskan, penelitian ini dilakukan untuk mengetahui faktor apa sajakah yang mempengaruhi minat nasabah menggunakan layanan *mobile banking* BSI . Oleh karena itu penulis mengambil judul "Pengaruh Manfaat, Kepercayaan Dan Kemudahan Menggunakan Layanan *Mobile Banking* Terhadap Minat Nasabah BSI pada Sivitas Akademika UIT Lirboyo Kediri ".

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dibahas di atas,maka dapat di ambil pokok pembahasan sebagai rumusan masalah, yang menarik untuk dikaji dan dianalisis antara lain:

1. Apakah manfaat berpengaruh terhadap minat nasabah BSI pada sivitas akademika UIT Lirboyo Kediri?
2. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap minat nasabah BSI pada sivitas akademika UIT Lirboyo Kediri?
3. Apakah kemudahan berpengaruh terhadap minat nasabah BSI pada sivitas akademika UIT Lirboyo Kediri?
4. Apakah manfaat, kepercayaan dan kemudahan secara simultan berpengaruh terhadap minat nasabah BSI pada sivitas akademika UIT Lirboyo Kediri?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas penelitian mengenai pengaruh manfaat, kepercayaan dan kemudahan menggunakan layanan *mobile banking* terhadap minat nasabah BSI pada sivitas akademika UIT Lirboyo Kediri dalam industri jasa perbankan syariah memiliki beberapa tujuan sebagai berikut:

1. Mengetahui bagaimana pengaruh manfaat penggunaan layanan *mobile banking* terhadap minat nasabah BSI pada sivitas akademika UIT Lirboyo Kediri.
2. Mengetahui bagaimana pengaruh kepercayaan penggunaan layanan

mobile banking terhadap minat nasabah BSI pada sivitas akademika UIT Lirboyo Kediri.

3. Mengetahui bagaimana pengaruh kemudahan penggunaan layanan *mobile banking* terhadap minat nasabah BSI pada sivitas akademika UIT Lirboyo Kediri.
4. Mengetahui apakah pengaruh manfaat, kepercayaan dan kemudahan secara simultan berpengaruh terhadap minat nasabah Kediri pada sivitas akademika UIT Lirboyo Kediri.

D. Kegunaan Penelitian

1. Secara teoritis

   Penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk menambah referensi perpustakaan sehingga dapat menjadi sumber masukan bagi mahasiswa yang ingin melakukan penelitian lebih lanjut dan sebagai bahan bacaan yang diharapkan dapat menambah wawasan pengetahuan khususnya mengenai *mobile banking* .

2. Secara praktis

   Penelitian ini diharapkan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh layanan *mobile banking* yang diterapkan pihak bank terhadap persepsi kemudahan nasabah dalam melakukan setiap transaksinya dan dapat memberikan masukan pada BSI.

E. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah dalam penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Hipotesis dapat dikatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban empirik[9].

Adanya manfaat yang diberikan dari penggunaan suatu barang akan mempegaruhi minat. Apabila manfaat yang timbul sesuai dengan kebutuhan ataupun keinginan dari pengguna maka pengguna akan merasa berminat untuk menggunakanya. Sebaliknya, apabila manfaat yang dihasilkan dari penggunaan suatu barang tidak sesuai dengan kebutuhan ataupun keinginan maka tidak akan timbul minat. Sehingga manfaat menjadi hal yang penting untuk menarik minat pengguna.

Kepercayaan juga menjadi faktor yang harus di munculkan dari *branding* suatu penggunaan produk, ketika kepercayaan telah timbul dari pengguna maka dengan otomatis minat akan semakin meningkat. sebaliknya, apabila pengguna tidak memiliki kepercayaan terhadap suatu barang, maka minat tidak akan timbul.

Selain manfaat dan kepercayaan ada juga kemudahan, dimana kemudahan nantinya dapat mempersingkat waktu agar lebih efisien baik dalam kemudahan penggunaan, kemudahan akses maupun kemudahan

[9] Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan : Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, R&D Dan Penelitian Tindakan*, 3 Ed. (Bandung: Alfabeta, 2019).

mempelajarinya. Hal ini juga penting dalam menarik minat pengguna, karena apabila ketika produk yang digunakan justru mempersulit pengguna, maka jelas minat pengguna tidak muncul.

Dari pemaparan di atas, kemudian peneliti menjabarkan hipotesis sebagai berikut:

H_1: Manfaat penggunaan layanan *mobile banking* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah BSI pada sivitas akademika UIT Lirboyo Kediri

H_0 : Manfaat penggunaan layanan *mobile banking* tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah BSI pada sivitas akademika UIT Lirboyo Kediri

H_2 : Kepercayaan penggunaan layanan *mobile banking* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah BSI pada sivitas akademika UIT Lirboyo Kediri

H_0 : Kepercayaan penggunaan layanan *mobile banking* tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah BSI pada sivitas akademika UIT Lirboyo Kediri

H_3 : Kemudahan penggunaan layanan *mobile banking* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah BSI KC Kediri pada sivitas akademika UIT Lirboyo Kediri

H_0 : Kemudahan penggunaan layanan *mobile banking* tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah BSI KC Kediri pada sivitas akademika UIT Lirboyo Kediri.

F. Definisi Operasional

Dalam penelitian ini terdapat 4 *variable*, dimana *variable* adalah atribut yang mempunyai variasi antar satu orang dengan orang yang lain. Sedangkan *variable* penelitian adalah sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya.

Adapun *variable* pada penelitian ini adalah:

a. Variabel bebas (*independent variable*)

Variable bebas (x) adalah *variable* yang diduga berpengaruh terhadap *variable* terikat. *Variable* dalam penelitian ini adalah Manfaat, kepercayaan dan kemudahan penggunaan.

b. Variabel terikat (*dependent variable)*

Variable terikat (y) adalah *variable* yang diharapkan timbul akibat *variable* bebas. Dalam penelitian ini *variable* terikat adalah Minat nasabah pengguna BSI *mobile banking*.

Variabel dan indikator penelitian ini dijelaskan dalam tabel sebagai berikut :

Tabel 1. 1 Indikator Variabel

Variable	Definisi	Indikator
Manfaat (X1)	Manfaat adalah tingkat dimana seseorang berpikir bahwa menggunakan suatu	1. menjadi lebih mudah

	sistem akan meningkatkan kinerjanya. Daya guna yang diperoleh adalah manfaat yang diyakini individu dapat diperoleh apabila menggunakan teknologi informasi.	
		2. Menambah pengetahuan
		3. Mempercepat waktu pengguna dalam penelusuran
		4. Mempengaruhi tingkat kinerja seseorang
Kepercayaan (X2)	Kepercayaan adalah kesediaan untuk bergantung kepada pihak lain yang dipercaya. Sedangkan menurut kutipan Budi menyatakan bahwa kepercayaan adalah keyakinan penyedia jasa dapat menjalin hubungan jangka panjang dengan pelanggan, serta kemauan atau keyakinan mitra pertukaran untuk menjalin hubungan jangka panjang untuk menghasilkan kerja yang positif.	1. Kehandalan (pelayanan yang dijanjikan).
		2. Kepedulian (solusi yang diberikan perusahaan)
		3. Kredibilitas (kejujuran perusahaan)
Kemudahan Penggunaan (X3)	Kemudahan Penggunaan didefinisikan sebagai tingkat dimana seseorang meyakini bahwa penggunaan teknologi informasi merupakan hal yang mudah dan tidak memerlukan usaha yang keras bagi penggunanya	1.sangat mudah dipelajari dipelajari.
		2. Mengerjakan dengan mudah apa yang diinginkan oleh pengguna
		3. Menambah keterampilan bagi pengguna
		4. Sangat mudah dioperasikan

Minat (Y)	Minat adalah bagian dari komponen perilaku dalam sikap mengkonsumsi. Minat dapat didefinisikan sebagai kemungkinan bila pengguna mau menggunakan suatu produk. Suatu produk dikatakan telah dikonsumsi oleh konsumen apabila produk tersebut telah digunakan.	1. Kecenderungan seseorang untuk membeli atau menggunakan produk. 2. Kecenderungan seseorang mereferensikan produk kepada orang lain. 3. Kecenderungan seseorang mencari informasi tentang suatu produk yang diminatinya

G. Penelitian Terdahulu

Penelitian yang peneliti temukan yaitu Penelitian yang dilakukan oleh Mario Ledesman dengan judul "Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan *Mobile Banking* (Studi Pada BSM Cabang Bandar Jaya)" di tahun 2018, Hasil penelitian Mario adalah manfaat, kepercayaan, dan kemudahan penggunaan secara bersamaan memiliki pengaruh simultan terhadap minat nasabah menggunakan layanan *mobile banking*, variabel manfaat berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan layanan *mobile banking*, variabel kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan layanan *mobile banking*, variabel manfaat berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan layanan *mobile banking*[10].

[10] Mario Ledesman, Dalam Ilmu Ekonomi Dan Bisnis Islam,2018.

Persamaan penelitian Mario Ledesman dengan penelitian peneliti yaitu sama-sama meneliti tentang pengaruh manfaat, kepercayaan dan kemudahan terhadap minat nasabah Sedangkan perbedaan penelitian Mario dengan penelitian peneliti yaitu penelitian Mario membahas tentang Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, Dan Kemudahan pada BSM cabang Bandar Jaya. Hasil penelitian Mario adalah manfaat, kepercayaan, dan kemudahan penggunaan secara bersamaan memiliki pengaruh simultan terhadap minat nasabah menggunakan layanan *mobile banking*, variabel manfaat dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan layanan *mobile banking*, variabel kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan layanan *mobile banking*.

Penelitian kedua dilakukan oleh Ade Intan Yonata Putri dengan judul "Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Minat Menggunakan *Mobile Banking* (Studi Kasus Pada Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Metro Angkatan 2018)" di tahun 2022 Hasil penelitian Ade adalah Adanya *Mobile Banking* sangat membantu mahasiswa bertransaksi tidak perlu repot antri di bank, Secara parsial menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh terhadap minat menggunakan[11]. Persamaan penelitian Ade dengan penelitian peneliti yaitu sama-sama meneliti tentang pengaruh layanan *mobile banking* terhadap Minat nasabah. Sedangkan perbedaan penelitian Ade dengan penelitian

[11] Ade Intan Yonata Putri, Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Minat Menggunakan *Mobile Banking* (Studi Kasus Pada Mahasiswa Perbankan Syariah Iain Metro Angkatan 2018),2022.

peneliti yaitu pada fokus penelitiannya. Penelitian Ade berfokus pada kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti fisik terhadap minat nasabah.

Penelitian ketiga dilakukan oleh Muhammad Dinu Nasoihul Umam dengan judul "Pengaruh Keamanan, Jaminan Dan Kredibilitas Layanan *Mobile Banking* Dalam Menggunakan *M-Banking* Bank Syariah Indonesia (Studi Pada Mahasiswa FEBI UIN Walisongo Semarang Angkatan 2019-2021) pada tahun 2022" Hasil dari penelitian ini adalah Variabel keamanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah, variabel jaminan tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah, Variabel kredibilitas berpengaruh terhadap kepuasan nasabah, terdapat pengaruh keamanan (X1), jaminan (X2) dan kredibilitas (X3) secara simultan terhadap penggunaan *Mobile Banking* (Y)[12]. Persamaan penelitian Umam dengan penelitian peneliti yaitu sama-sama meneliti tentang pengaruh layanan *mobile banking* dalam menggunakan *mobile banking*. Sedangkan perbedaan penelitian Ade dengan penelitian peneliti yaitu pada fokus penelitiannya. Penelitian Umam berfokus pada keamanan, jaminan dan kredibilitas dalam menggunakan *m-banking*.

Penelitian keempat dilakukan oleh Melfi Adela dengan judul "Pengaruh Layanan M-Banking Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Bank BNI Syariah Kcp Rajabasa)"pada tahun 2020 Hasil penelitian ini adalah

[12] Muhammad Dinu Nasoihul Umam, Pengaruh Keamanan, Jaminan Dan Kredibilitas Layanan *Mobile Banking* Dalam Menggunakan *M-Banking* Bank Syariah Indonesia (Studi Pada Mahasiswa Febi Uin Walisongo Semarang Angkatan 2019-2021), 2022 .

Berdasarkan uji simultan (uji F) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel layanan *mobile banking*, variabel layanan m-banking (X) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah (y), layanan *mobile banking* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah. Semakin tinggi kualitas layanan m-banking maka semakin meningkat kepuasan nasabah pada bank BNI Syariah KCP Rajabasa[13]. Persamaan penelitian Melfi dengan penelitian peneliti yaitu sama-sama meneliti tentang pengaruh layanan *mobile banking*. Sedangkan perbedaan penelitian Melfi dengan penelitian peneliti yaitu pada fokus penelitiannya. Penelitian Melfi berfokus pada kepuasan nasabah.

Penelitian kelima dilakukan oleh Niken puji wijayanti dengan judul "Pengaruh Kualitas Layanan Bsi *Mobile* Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia Di Kota Surakarta (Studi Pada Generasi Z Di Kota Surakarta)" pada tahun 2023 Hasil dari penelitian ini adalah Keterbatasan pada penelitian ini yaitu tidak diketahuinya jumlah populasi generasi z yang menggunakan layanan BSI *Mobile* secara pasti di setiap kecamatan, sehingga pengambilan sampelnya kurang menyeluruh, Pada penelitian ini hanya menggunakan 5 variabel utama sehingga memungkinkan variabel lain dapat memperoleh hasil yang lebih maksimal atau lebih baik, Pengambilan data responden banyak yang menghendaki mengisi dengan *google form*, sehingga pada penelitian ini pengisian kuesioner lebih banyak melalui *google form*

[13] Melfi Adela, Pengaruh Layanan M-Banking Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Bank Bni Syariah Kcp Rajabasa),2020.

pada penelitian ini pengisian kuesioner lebih banyak melalui *google form*[14]. Persamaan penelitian Niken dengan penelitian peneliti yaitu sama-sama meneliti tentang pengaruh layanan *mobile banking*. Sedangkan perbedaan penelitian Niken dengan penelitian peneliti yaitu pada fokus penelitiannya. Penelitian Niken berfokus pada kepuasan nasabah.

H. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini merupakan kegiatan penulisan yang termuat dan tercakup dalam isi pembahasan, antara satu bab dengan bab yang lain saling berkaitan sebagai satu kesatuan yang utuh. Dalam skripsi ini terdiri dari lima bab yang disusunkan berdasarkan sistematika berikut:

BAB I Merupakan tulang punggung dari skripsi, yaitu pendahuluan yang menjelaskan tentang latar belakang, pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, hipotesis, definisi operasional, dan sistematika penulisan.

BAB II dalam bab ini menguraikan tentang kajian pustaka yang diantaranya meliputi: pengaruh pengetahuan mahasiswa, dan minat memilih produk Bank Syariah.

BAB III dalam bab ini menguraikan tentang metode penelitian mulai rancangan penelitian, lokasi penelitian, kehadiran peneliti, sumber data, prosedur pengumpulan data, analisis data, dan tahap-tahap penelitian.

---

[14] Niken Putri Wijayanti, Pengaruh Kualitas Layanan Bsi *Mobile* Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia Di Kota Surakarta (Studi Pada Generasi Z Di Kota Surakarta), 2023.

BAB IV berisi tentang pembahasan hasil penelitian yang meliputi penyajian data dan analisis data.

BAB V merupakan bagian penutup yang mencakup kesimpulan, dan saran-saran.