

**FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN NASABAH DALAM  
PEMANFAATAN *MOBILE BANKING* PADA BANK SYARIAH DI  
YOGYAKARTA**

*(Factors Affecting Customer Satisfaction in Utilizing Mobile Banking Service of  
Sharia Bank in Yogyakarta)*

**Skripsi**

Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan  
Guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi dari  
Program Studi Ekonomi Islam



Oleh:

NELY ZAHARA

14423 102

**JURUSAN STUDI ISLAM  
PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM  
FAKULTAS ILMU AGAMA ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA  
YOGYAKARTA**

**2018**

## LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Nely Zahara  
NIM : 14423102  
Program Studi : Ekonomi Islam  
Fakultas : Ilmu Agama Islam  
Judul Skripsi : Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah dalam Pemanfaatan Mobile Banking pada Bank Syariah di Yogyakarta

Dengan ini menyatakan bahwa hasil penulisan Skripsi ini merupakan hasil karya sendiri dan benar keasliannya. Apabila ternyata di kemudian hari penulisan Skripsi ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan aturan tata tertib yang berlaku di Universitas Islam Indonesia.

Demikian, pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tidak dipaksakan.

Yogyakarta, 11 November 2018

  
Nely Zahara



## UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA FAKULTAS ILMU AGAMA ISLAM

Gd. K.H.A. Wahid Hasyim Kampus Terpadu Ull, Jl. Kaliurang KM. 14,5 Yogyakarta  
Telp. (0274) 898462, Fax. 898463, E-Mail: fiai@uii.ac.id

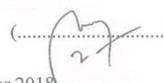
### PENGESAHAN

Skripsi ini telah dimunaqasyahkan dalam Sidang Panitia Ujian Program Sarjana Strata Satu (S1) Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Program Studi Ekonomi Islam yang dilaksanakan pada:

Hari : Rabu  
Tanggal : 5 Desember 2018  
Judul Skripsi : Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah dalam Pemanfaatan Mobile Banking pada Bank Syariah di Yogyakarta  
Disusun oleh : NELY ZAHARA  
Nomor Mahasiswa : 14423102

Sehingga dapat diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) Ekonomi Islam pada Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.

#### TIM PENGUJI:

Ketua : Muhammad Adi Wicaksono, SE, M.E.I. (.....)   
Penguji I : Rakhmawati, S.Stat, MA (.....)   
Penguji II : Fajar Fandi Atmaja, Lc., M.S.I. (.....)   
Pembimbing : Zein Muttaqin, S.E.I., M.A. (.....) 

Yogyakarta, 7 Desember 2018  
Dekan  
  
Dr. H. Tamyiz Mukharrom, MA

- Syari'ah/Ahwal Al-Syakhshiyah, Akreditasi A berdasarkan SK No. 112/SK/BAN-PT/Akred/S/III/2015
- Pendidikan Agama Islam, Akreditasi A berdasarkan SK No. 502/SK/BAN-PT/Akred/S/IV/2015
- Ekonomi Islam, Akreditasi B berdasarkan SK No. 372/SK/BAN-PT/Akred/S/IX/2014

## REKOMENDASI PEMBIMBING

Yang bertanda tangan di bawah ini, Dosen Pembimbing Skripsi :

Nama : Nely Zahara  
NIM : 14423102  
Judul : Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah  
dalam Pemanfaatan *Mobile Banking* pada Bank  
Syariah di Yogyakarta.

Dengan ini menyatakan bahwa, berdasarkan proses dan hasil bimbingan selama ini, serta dilakukan perbaikan, maka yang bersangkutan dapat mendaftarkan diri untuk mengikuti munaqasah skripsi pada Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.

Yogyakarta, 11 November 2018



Zein Muttaqin, S.E.I., M.A.

## NOTA DINAS

**Hal : Skripsi**

**Kepada : Yth. Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam  
Universitas Islam Indonesia  
di Yogyakarta**

*Assalamu'alaikum wr.wb*

Berdasarkan penunjukkan Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia dengan surat nomor: 3051/Dek/60/DAS/FIAI/VIII/2018 pada tanggal 20 Agustus 2018 atas tugas kami sebagai pembimbing Skripsi Saudara:

Nama : Nely Zahara

NIM : 14423102

Program Studi : Ekonomi Islam

Fakultas : Ilmu Agama Islam

Judul Skripsi : Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah dalam Pemanfaatan Mobile Banking pada Bank Syariah di Yogyakarta

Setelah kami teliti dan kami adakan perbaikan seperlunya, akhirnya kami berketetapan bahwa Skripsi Saudara tersebut diatas memenuhi syarat untuk diajukan ke Sidang Munaqasah Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.

Demikian, semoga dalam waktu dekat bisa di Munaqasahkan, dan bersama ini kami kirimkan 4 (empat) eksemplar skripsi yang dimaksud.

*Wassalamu'alaikum wr.wb*

Dosen Pembimbing



Zein Muttaqin, S.E.I., M.A

## **PERSEMBAHAN**

Karya ilmiah ini saya persembahkan untuk kedua orang tua saya, bapak M. Rafii dan ibu Shalehah yang tidak pernah lelah dalam mendoakan, membimbing dan mendukung saya selama proses pembuatan karya ilmiah ini.

Kakak saya Maria Ulfa, Ismiati Azizah dan adik saya Ahmad Musthafa Akmal dan Queena Lutfiatinnisa yang juga turut serta memberikan support kepada saya.

Serta teman – teman seperjuangan saya yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, terimakasih banyak untuk dukungan yang telah kalian berikan untuk membantu menyelesaikan skripsi ini.

Nely Zahara

## MOTTO

دَرْءُ الْمَفَاسِدِ أَوْلَىٰ مِنْ جَلْبِ الْمَنَافِعِ

“Menolak segala bentuk kemudhorotan lebih diutamakan dari  
pada menarik manfaat.”

Boleh jadi kamu membenci sesuatu, padahal itu amat baik bagimu,  
dan boleh jadi kamu mencintai sesuatu padahal itu amat buruk  
bagimu. Allah Maha Mengetahui sedangkan kamu tidak  
mengetahui

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN</b> .....	i
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	ii
<b>REKOMENDASI PEMBIMBING</b> .....	iii
<b>NOTA DINAS</b> .....	iv
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	v
<b>MOTTO</b> .....	vi
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	vii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	viii
<b>DAFTAR GRAFIK</b> .....	ix
<b>ABSTRAK</b> .....	x
<b>ABSTRACT</b> .....	xiii
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI</b> .....	xiv
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	xxiii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	5
C. Tujuan Penelitian .....	7
D. Manfaat Penelitian .....	7
E. Sistematika Penulisan .....	8
<b>BAB II TELAAH PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI</b> .....	10
A. Telaah Pustaka .....	10
B. Landasan Teori .....	30
1. Kepuasan konsumen .....	30
2. Kepuasan konsumen menurut perspektif islam .....	36
3. Teori pembentuk kepuasan konsumen .....	41
4. <i>Mobile banking</i> .....	48
C. Hipotesis Penelitian .....	50
D. Kerangka Berpikir .....	53
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	55
A. Desain Penelitian .....	55

B. Populasi dan Sampel.....	55
C. Sumber Data.....	56
D. Teknik Pengumpulan Data.....	57
E. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	57
F. Instrumen Penelitian .....	61
G. Uji Validitas dan Reabilitas Instrumen.....	64
H. Metode Analisis Data.....	67
I. Pengujian Hipotesis.....	70
<b>BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>72</b>
A. Gambaran Umum Responden.....	72
B. Analisis Data Deskriptif.....	81
C. Uji Asumsi Klasik .....	88
D. Analisis Regresi Berganda .....	90
E. Uji Hipotesis.....	92
F. Pembahasan.....	95
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>109</b>
A. Kesimpulan .....	109
B. Saran.....	110
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>.....</b>

## **Daftar Gambar**

Gambar 1.1 .Model Konseptual Proses Pembentukan kepuasan .....	31
Gambar 2.1 Gambar 2.1 Kerangka pemikiran .....	54

## **Daftar Tabel**

Tabel 3.1 Penelitian Terdahulu .....	21
Tabel 3.2 Contoh Pengukuran Variabel .....	61
Tabel 3.3 Kisi-kisi Instrumen Penelitian.....	61
Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas.....	65
Tabel 3.5 Hasil Uji Reabilitas .....	67
Tabel 4.2.1 Data Sampel Penelitian .....	72
Tabel 4.3.1 Statistik Deskriptif .....	81
Tabel 4.3.2 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Persepsi Manfaat.....	82
Tabel 4.3.3 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kemudahan.....	83
Tabel 4.3.4 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keamanan .....	84
Tabel 4.3.5 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Risiko.....	85
Tabel 4.3.6 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kemampuan Akses .....	85
Tabel 4.3.7 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kecepatan Transaksi.....	86
Tabel 4.3.8 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kepuasan Nasabah.....	87
Tabel 4.4.1 Hasil Uji Autokorelasi dan Koefisien Determinasi.....	88
Tabel 4.4.2 Hasil Uji Multikolinearitas.....	88
Tabel 4.4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	89
Tabel 4.4.4 Hasil Uji Normalitas .....	90

Tabel 4.4.5 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	91
--	----

### **Daftar Grafik**

Grafik 4.2.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	73
Grafik 4.2.2 Responden Berdasarkan Frekuensi Usia .....	74
Grafik 4.2.3 Responden Berdasarkan Status.....	74
Grafik 4.2.4 Responden Berdasarkan Pendidikan.....	75
Grafik 4.2.5 Responden Berdasarkan Lama Bekerja.....	76
Grafik 4.2.6 Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan Mobile Banking ....	76
Grafik 4.2.7 Responden Berdasarkan Fitur yang Paling Sering Digunakan.....	77
Grafik 4.2.8 Responden Berdasarkan Keperluan Responden .....	78
Grafik 4.2.9 Responden Berdasarkan Kepuasan Nasabah.....	78
Grafik 4.2.10 Responden Berdasarkan Mobile Banking yang Digunakan .....	79
Grafik 4.2.11 Responden Berdasarkan Kemudahan Penggunaan.....	80
Grafik 4.2.12 Responden Berdasarkan Fitur Keamanan.....	80

**ABSTRAK**  
**FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN NASABAH DALAM**  
**PEMANFAATAN *MOBILE BANKING* PADA BANK SYARIAH DI**  
**YOGYAKARTA**

**Nely Zahara**

**14423102**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh persepsi manfaat, kemudahan penggunaan, keamanan, persepsi risiko, kemudahan akses, dan kecepatan transaksi terhadap kepuasan nasabah dalam memanfaatkan fasilitas mobile banking pada bank syariah, serta bagaimana faktor tersebut mempengaruhi kepuasan nasabah. sampel yang diambil sebanyak 200 orang. metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teknik kuota sampling, dan dianalisis menggunakan regresi linier berganda SPSS 22. Penelitian ini menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan, keamanan, dan kemampuan akses berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam memanfaatkan mobile banking syariah, sedangkan faktor persepsi manfaat, risiko, dan kecepatan transaksi tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dalam memanfaatkan fasilitas mobile banking. pada uji koefisien determinasi ( $R^2$ ), variasi variabel independen yang digunakan dalam model mampu menjelaskan sebesar 48% variasi variabel dependen. Sedangkan sisanya sebesar 52% dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

Kata kunci: *Pesepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan, Persepsi Keamanan, Persepsi Risiko, Kemampuan Akses, Kecepatan Transaksi, Kepuasan Nasabah, Mobile Banking*

## ABSTRACT

### FACTORS INFLUENCING CUSTOMER SATISFACTION IN USING MOBILE BANKING OF ISLAMIC BANKS IN YOGYAKARTA

**Nely Zahara**  
**14423102**

The purpose of this study was to determine the effect of perceived benefits, ease of use, security, risk perceptions, ease of access, and transaction speed on customer satisfaction in utilizing mobile banking facilities at Islamic banks, and how these factors affect customer satisfaction. The research involved 200 people for research samples using quota sampling technique. The data were analyzed using SPSS 22 multiple linear regression. This study shows that ease of use, security, and ease of access have a significant effect on customer satisfaction in using Islamic mobile banking, while perceived benefit, risk factors, and transaction speed does not affect customer satisfaction in utilizing mobile banking facilities. In the test of the coefficient of determination ( $R^2$ ), the variation of the independent variables used in the model was able to explain 48% of the variation of the dependent variable, while the remaining 52% was influenced or explained by other variables not included in this study.

**Keywords: Perception of Benefits, Ease of Use, Perception of Security, Risk Perception, Accessibility, Transaction Speed, Customer Satisfaction, Mobile Banking**

December 15, 2018

TRANSLATOR STATEMENT

The information appearing herein has been translated  
by a Center for International Language and Cultural Studies of  
Islamic University of Indonesia  
CILACS UII JI. DEMANGAN BARU NO 24  
YOGYAKARTA, INDONESIA.  
Phone/Fax: 0274 540 255

**KEPUTUSAN BERSAMA**  
**MENTERI AGAMA DAN MENTERI PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN**  
**REPUBLIK INDONESIA**

Nomor : 158 Th.1987

Nomor : 0543b/U/1987

**TRANSLITERASI ARAB – LATIN**

**Pendahuluan**

Penelitian Transliterasi Arab – Latin merupakan salah satu program penelitian Puslitbang Lektur Agama. Badan Litbang Agama. Yang pelaksanaannya di mulai tahun anggaran 1983/1984. Untuk mencapai hasil rumusan yang lebih baik, hasil penelitian itu di bahas dalam pertemuan terbatas guna menampung pandangan dan pemikiran para ahli agar dapat di jadikan bahan telaah yang berharga bagi forum seminar yang sifatnya lebih luas dan nasional.

Transliterasi Arab – Latin memang dihajatkan oleh bangsa Indonesia karena huruf Arab di pergunakan untuk menuliskan kitab Agama Islam berikut penjelasannya (Al-Qur'an dan Hadist), mementara bangsa Indonesia mempergunakan huruf Latin untuk menuliskan bahasanya. Karena Ketiadaan pedoman uang baku, yang dapat di pergunakan untuk umat Islam di Indonesia yang merupakan mayoritas bangsa Indonesia ,transliterasi Arab – Latin yang terpakai dalam masyarakat banyak ragamnya. Dalam menuju kearah pembakuan itulah Puslitbang Lektur Agama melalui penelitian dan seminar berusaha menyusun pedoman yang diharapkan dapat berlaku secara Nasioanal.

Dalam seminar yang diadakan tahun anggaran 1985/1986 telah di bahas beberapa makalah yang disajikan oleh para Ahli, yang kesemuanya memberikan sumbangan yang besar bagi usaha ke arah itu. Seminar itu juga membentuk tim yang bertugas merumuskan hasil seminar dan selanjutnya hasil tersebut di bahas lagi dalam seminar yang lebih luas, Seminar Nasional Pembakuan Transliterasi Arab – Latin Tahun 1985/1986. Tim tersebut terdiri dari 1) H.Sawabi Ihsan, M.A, 2) Ali Audah, 3) Prof. Gazali Dunai, 4) Prof. Dr. H. B. Jassin, dan 5) Drs. Sudarno, M. Ed.

Dalam pidato pengarahan Tanggal 10 Maret 1986 pada seminar tersebut, Kepala Litbang Agama menjelaskan bahwa pertemuan itu mempunyai arti penting dan strategis karena :

1. Pertemuan ilmiah ini menyangkut perkembangan ilmu pengetahuan, khususnya Ilmu Pengetahuan Keislaman, sesuai dengan gerak majunya pembangunan yang semakin cepat.
2. Pertemuan ini merupakan tanggapan langsung terhadap kebijaksanaan Menteri Agama Kabinet Pembangunan IV, tentang perlunya peningkatan pemahaman, penghayatan, dan pengalaman agama bagi setiap umat beragama, secara ilmiah dan rasional.

Pedoman Transliterasi Arab–Latin yang baku telah lama di dambakan karena sangat membantu dalam pemahaman terhadap ajaran dan perkembangan Islam di Indonesia. Umat Islam di Indonesia tidak Semuanya mengenal dan menguasai huruf Arab. Oleh karena itu, pertemuan ilmiah yang diadakan kali ini pada dasarnya juga merupakan upaya untuk pembinaan dan peningkatan kehidupan beragama, khususnya umat Islam di Indonesia.

Badan Litbang Agama, dalam hal ini Puslitbang Lektur Agama, dan Instansi lain yang ada hubungannya dengan kelecturan, sangat memerlukan pedoman yang baku tentang Transliterasi Arab-Latin yang dapat di jadikan acuan dalam penelitian dan pengalih hurufan, dari Arab ke Latin dan sebaliknya.

Dari hasil penelitian dan penyajian pendapat para ahli diketahui bahwa selama ini masyarakat masih mempergunakan transliterasi yang berbeda-beda, Usaha penyeragamannya sudah pernah di coba, baik oleh instansi maupun

perorangan, namun hasilnya belum ada yang bersifat menyeluruh, di pakai oleh seluruh umat Islam di Indonesia. Oleh karena itu dalam usaha mencapai keseragaman, seminar menyepakati adanya pedoman Transliterasi Arab – Latin baku yang dikuatkan dengan suatu Surat Keputusan Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan untuk di gunakan secara Nasional.

### **Pengertian Transliterasi**

Transliterasi dimaksudkan sebagai pengalih hurufan dari abjad yang satu ke abjad yang lain. Transliterasi Arab-Latin di sini ialah huruf-huruf Arab dengan huruf-huruf Latin beserta perangkatnya.

### **Prinsip Pembakuan**

Pembakuan pedoman Transliterasi Arab – Latin ini di susun dengan prinsip sebagai berikut :

1. Sejalan dengan Ejaan Yang Di Sempurnakan.
2. Huruf Arab yang belum ada padanannya dalam huruf Latin dicarikan padanan dengan cara memberi tambahan tanda diakritik, dengan dasar “ satu fenomen satu lambang”.
3. Pedoman Transliterasi ini diperuntukkan bagi masyarakat umum.

### **Rumusan Pedoman Transliterasi Arab - Latin**

Hal-hal yang dirumuskan secara kongkrit dalam pedoman Transliterasi Arab - Latin ini meliputi :

1. Konsonan
2. Vokal (tunggal dan rangkap)
3. Maddah
4. Ta' marbutah
5. Syaddah
6. Kata sandang (di depan huruf Syamsiyah dan Qomariyah)
7. Hamzah
8. Penulisan kata

9. Huruf kapital

10. Tajwid

### 1. Konsonan

Fonem konsonan Bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab di lambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian di lambangkan dengan tanda , dan sebagian lagi dengan huruf dan tanda sekaligus. Dibawah ini daftar huruf arab dan transliterasinya dengan huruf Latin :

Huruf arab	Nama	Huruf latin	Nama
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ĥa	ĥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Žal	ž	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Šad	š	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)

ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
هـ	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

## 2. Vokal

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

### 1) Vokal Tunggal

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

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
◌َ	Fathah	A	A

◌ِ	Kasrah	I	I
◌ُ	Dhammah	U	U

## 2) Vokal Rangkap

Vokal rangkap dalam bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
...يَ	fathah dan ya	Ai	a dan i
...وَ	fathah dan wau	Au	a dan u

Contoh:

كَتَبَ	- kataba
فَعَلَ	- fa'ala
يَذْهَبُ	- yazhabu
هَوَّلَ	- haula

## 3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan huruf	Nama	Huruf dan tanda	Nama
...آ	fathah dan alif atau ya	A	a dan garis di atas
...إ	kasrah dan ya	I	i dan garis di atas
...أ	Hammah dan wau	U	u dan garis di atas

Contoh:

قَالَ	- qāla
-------	--------

رَمَى - ramā

قِيلَ - qīla

#### 4. Ta'marbutah

Transliterasi untuk ta'marbutah ada dua:

##### 1. Ta'marbutah hidup

Ta'marbutah yang hidup atau mendapat harakat fathah, kasrah dan dammah, transliterasinya adalah "t".

##### 2. Ta'marbutah mati

Ta'marbutah yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah "h".

##### 3. Kalau pada kata terakhir dengan ta'marbutah diikuti oleh kata yang mengungkan kata sandang *al* serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta'marbutah itu ditransliterasikan dengan ha(h)

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ - rauḍah al-aṭfāl

-- rauḍatul aṭfāl

الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ - al-Madīnah al-Munawwarah

-al-Madīnatul-Munawwarah

طَلْحَةُ - talḥah

#### 5. Syaddah

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tasydid, dalam transliterasi ini tanda syaddah tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama denganhuruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh:

رَبَّنَا - rabbanā

نَزَّلَ - nazzala

الْبِرِّ - al-birr

الْحَجِّ - al-ḥajj

## 6. Kata Sandang

Kata sandang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال. Namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah dan kata sandang yang diikuti huruf qamariyah.

### 1. Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditransliterasikan dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

### 2. Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah

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

### 3. Baik diikuti huruf syamsiyah maupun huruf qamariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh:

الرَّجُلُ	- ar-rajulu
السَّيِّدُ	- as-sayyidu
الشَّمْسُ	- as-syamsu
القَلَمُ	- al-qalamu
البَدِيعُ	- al-badī'u
الْجَلَالُ	- al-jalālu

## 7. Hamzah

Dinyatakan di depan bahwa ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan diakhir kata. Bila hamzah itu terletak diawal kata, isi dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

تَأْخُذُونَ	- ta'khuḏūna
النَّوْءُ	- an-nau'
شَيْئٌ	- syai'un
إِنَّ	- inna

أَمْرُتُ	- umirtu
أَكَلَنَ	- akala

## 8. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fi'il, isim maupun harf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan maka transliterasi ini, penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

وَإِنَّ اللَّهَ لَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ Wa innallāha lahuwa khair ar-rāziqīn

Wa innallāha lahuwa khairrāziqīn

وَأَوْفُوا الْكَيْلَ وَالْمِيزَانَ Wa auf al-kaila wa-almīzān

Wa auf al-kaila wal mīzān

إِبْرَاهِيمَ الْخَلِيلِ Ibrāhīm al-Khalīl

Ibrāhīm al-Khalīl

بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَاهَا وَمُرْسَاهَا Bismillāhi majrehā wa mursahā

وَاللَّهُ عَلَى النَّاسِ حَجُّ الْبَيْتِ مَنِ اسْتَطَاعَ إِلَيْهِ سَبِيلًا Walillāhi 'alan-nāsi hijju al-baiti manistaṭā'a ilaihi sabīla

Walillāhi 'alan-nāsi hijjul-baiti manistaṭā'a ilaihi sabīlā

## 9. Huruf Kapital

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

Contoh:

وَمَا مُحَمَّدٌ إِلَّا رَسُولٌ	Wa mā Muhammadun illā rasl
إِنَّ أَوَّلَ بَيْتٍ وُضِعَ لِلنَّاسِ لَلَّذِي بِبَكَّةَ مُبَارَكًا	Inna awwala baitin wuḍi'a linnāsi lallaẓī bibakkata mubārakan
شَهْرُ رَمَضَانَ الَّذِي أُنزِلَ فِيهِ الْقُرْآنُ	Syahru Ramaḍān al-laẓī unzila fih al- Qur'ānu
	Syahru Ramaḍān al-laẓī unzila fihil Qur'ānu
وَلَقَدْ رَأَاهُ بِالْأَفُقِ الْمُبِينِ	Wa laqad ra'āhu bil-ufuq al-mubīn Wa laqad ra'āhu bil-ufuqil-mubīn
الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ	Alhamdu lillāhi rabbil al-'ālamīn Alhamdu lillāhi rabbilil 'ālamīn

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

Contoh:

نَصْرٌ مِّنَ اللَّهِ وَفَتْحٌ قَرِيبٌ	Naṣrun minallāhi wa fathun qarīb
لِلَّهِ الْأَمْرُ جَمِيعًا	Lillāhi al-amru jamī'an Lillāhil-amru jamī'an
وَاللَّهُ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ	Wallāha bikulli syai'in 'alīm

## 10. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan Ilmu Tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu di sertai dengan pedoman Tajwid.

## KATA PENGANTAR



أَلْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ، وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ، وَعَلَى آلِهِ وَأَصْحَابِهِ وَمَنْ تَبِعَهُمْ  
بِإِحْسَانٍ إِلَى يَوْمِ الدِّينِ، أَمَّا بَعْدُ

Alhamdulillah, segala puji dan syukur bagi Allah SWT, yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya kepada kita semua. Shalawat serta salam kita berikan kepada junjunga kita nabi Muhammad SAW yang senantiasa menjadi tauladan untuk keluarga, sahabat serta umatnya sepanjang masa. Sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah dalam Pemanfaatan *Mobile Banking* pada Bank Syariah di Yogyakarta.”. Penulisan skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan jenjang strata 1 (S1) pada jurusan Ekonomi Islam Universitas Islam Indonesia.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis telah berusaha menyelesaikan dengan segenap usaha yang dilakukan. Skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada keluarga, teman dan semua pihak yang telah banyak memberikan dukungan kepada penulis pada saat proses penyusunan skripsi ini, yaitu :

1. Rektorat Universitas Islam Indonesia Fathul Wahid, S.T., M.Sc., Ph.D. beserta seluruh jajaran nya yang telah memberikan kesempatan kepada kami untuk menuntut ilmu menjadi mahasiswa Universitas Islam Indonesia.
2. Dr. H. M. Tamyiz Mukharam, MA. selaku Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.
3. Dr. Dra. Rahmani Timorita Yulianti, M.Ag. selaku ketua Jurusan Studi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.
4. Soya Sobaya, S.El., MM selaku ketua program studi Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.

5. Bapak Zein Muttaqin, SEI., MA selaku Dosen Pembimbing atas bimbingan ,dorongan dan nasihat yang sangat berharga sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
6. Segenap Dosen Program Studi Ekonomi Islam yang telah memberikan bekal ilmu kepada penulis, semoga kemanfaatan ilmu yang diberikan dapat terus mengiringi penulis sampai akhir hayat.
7. Kedua Orang Tua tercinta, Bapak M. Rafii dan Ibu Shalehah yang telah memberikan seluruh kasih sayang dan cinta luar biasa kepada penulis. Terimakasih atas doa, nasihat dan motivasi setiap saat yang memberikan kekuatan kepada penulis dalam menempuh masa studi.
8. Kakakku dan adikku tersayang Maria Ulfa, Ismiati Azizah, Ahmad Musthafa Akmal dan Queena Lutfiatinnisa yang selalu memberikan doa, dukungan dan kasih sayangnya.
9. Seluruh keluarga besarku, terima kasih atas doa dan dukungannya selama ini kepada penulis.
10. Irsyad Muhammad Firdaus, yang selalu menyupport dan memberikan motivasi dalam penyelesaian tugas akhir penulis
11. Sahabatku seperjuangan Dewi, Ipih, Seri, Ridha, Nina, Arum, Alifa, Ama, Tesy, Eva, teman-teman LKUA, Uun, Tume, Tejo, Riski, Anshori. Terima kasih atas pengalaman yang luar biasa dan kebersamaan yang indah selama ini.
12. Teman-teman Ekonomi Islam angkatan 2014 atas bantuan, kerja sama, keceriaan, kekompakan dan kebersamaan nya selama ini.
13. Teman-teman Ekonomi Islam Kelas B angkatan 2014 yang telah memberikan banyak warna, canda dan tawa selama kuliah.
14. Teman satu bimbingan Rahma, Laela, Siti Rohmah, Siti Nurul, Khifdi dan Bayu. Terima kasih atas bantuan dan kebersamaan nya selama bimbingan kepada penulis.
15. Keluarga besar Kost Wijaya Kusuma 2. Terima kasih atas perhatian dan dukungannya.

16. Seluruh responden yang telah meluangkan waktu dan bersedia dengan ikhlas menjadi bagian penting dalam penelitian ini.

17. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu hingga terselesaikannya skripsi ini. Terima kasih atas doa, bantuan dan dukungannya kepada penulis.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan yang disebabkan oleh kelalaian dan keterbatasan waktu, tenaga juga kemampuan dalam penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun guna terciptanya kesempurnaan skripsi ini. Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Yogyakarta, 11 November 2018

Nely Zahara

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Di tengah era globalisasi, perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang semakin maju di berbagai belahan dunia telah membawa perubahan yang besar terhadap sektor kehidupan manusia. Teknologi sangat memudahkan manusia tidak hanya dalam pelayanan komunikasi, melainkan juga dalam sektor-sektor lainnya. Beberapa sektor yang mengalami perubahan akibat dari kemajuan teknologi informasi dan komunikasi antara lain sektor perekonomian, budaya, sosial, pertahanan dan keamanan serta pendidikan. Dunia bisnis juga tidak luput dari pengaruh perkembangan teknologi informasi dan komunikasi. Hal itu dapat di lihat dari adanya *e-business* yang berkembang dengan sangat pesat.

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. Bank-bank tersebut mulai berinovasi dengan memanfaatkan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi. Beberapa 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.

Zethaml (2002) menyatakan bahwa kualitas layanan kini sudah harus berkembang melalui teknologi informasi sebagai strategi untuk mencapai kesuksesan perusahaan atau lembaganya. *E-banking* merupakan salah satu inovasi layanan dari bank dengan memanfaatkan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang disesuaikan dengan kebutuhan nasabah untuk memudahkan transaksi para nasabahnya. Keberadaan dari

*e-banking* ini menunjukkan upaya peningkatan kualitas layanan yang diberikan oleh bank.

Febrianta dan Irawan (2016) menyatakan bahwa pelayanan nasabah yang berkualitas merupakan salah satu cara menghadapi persaingan serta hal utama yang akan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Sementara itu terdapat penelitian lain yang menjelaskan bahwa kualitas layanan yang baik tidak hanya akan berpengaruh pada kepuasan saja melainkan juga berdampak pada loyalitas nasabah itu sendiri untuk tetap menggunakan jasa bank (Walandou, Mekel, & Soegoto, 2014)

E-banking pertama kali mulai diperkenalkan oleh Bank Internasional Indonesia (BII) pada September 1998. Langkah ini kemudian diikuti oleh bank-bank lain seperti Bank BCA, Bank Niaga, Bukopin, Mandiri, BNI dan lain-lain. Menurut lembaga riset *e-Marketer*, populasi *netter* Tanah Air mencapai 83,7 juta orang pada tahun 2014 dan akan bertambah pesat menjadi 112 juta orang pada 2017, hal itu menjadikan Indonesia di peringkat ke-6 terbesar di dunia dalam hal jumlah pengguna internet. Hal ini sudah pasti sangat berpengaruh terhadap perkembangan pengguna *e-banking* di Indonesia. Berdasarkan penelitian MARS Indonesia, jumlah nasabah di Indonesia yang menggunakan *e-banking* pada tahun 2011 sebesar 293.351 orang. Jumlah ini kemudian meningkat menjadi 424.063 orang pada tahun 2013. Adapun total transaksi *e-banking* pada tahun 2011 mencapai Rp 7,45 triliun dan meningkat pada tahun 2013 menjadi Rp 35,51 triliun per tahun. Hal tersebut menunjukkan bahwa layanan *e-banking* memberikan keuntungan bagi bank.

Hasil survei lembaga riset keuangan internasional mengungkapkan 35% dari seluruh kegiatan online yang dilakukan di setiap rumah di seluruh dunia akan beralih ke layanan *mobile banking*. Diprediksi, nilai transaksi *mobile banking* akan naik dua kali lipat per tahun. Selanjutnya akan meningkat menjadi empat kali lipat setelah 2011. Di Indonesia, dalam lima tahun terakhir pemakaian *mobile banking* oleh nasabah perbankan meningkat signifikan dengan rata-rata peningkatan 135,3% per

tahun. Saat ini hampir seluruh bank sudah mengaplikasikan layanan *mobile banking*. Dibandingkan layanan *e-banking* lainnya, perkembangan *mobile banking* terbilang paling cepat. Perkembangan ini lantaran kehadiran *mobile banking* mampu menjawab kebutuhan masyarakat modern yang sangat mengedepankan mobilitas. Dari hasil penelitiannya yang dilakukan oleh Febrianta dan Irawan (2016) membuktikan bahwa pengguna *electronic banking* khususnya *mobile banking* telah mempengaruhi perkembangan yang lebih efisien dan memenuhi kepuasan nasabah, setidaknya terdapat 3 alasan utama nasabah perbankan membutuhkan layanan *mobile banking*, yaitu karena praktis, transaksi cepat, serta mempermudah nasabah.

Dengan kata lain, perkembangan *mobile banking* di Indonesia sedemikian cepat, tak lain karena layanan *mobile banking* mampu menyesuaikan dengan kebutuhan nasabah di era modern saat ini. Terdapat banyak faktor yang menyebabkan nasabah akan tetap melakukan transaksi pada bank pilihannya. Mulai dari kedekatan lokasi, layanan yang memuaskan, tingkat keamanan, fasilitas kemudahan transaksi, sampai dengan beberapa faktor lainnya. Namun, yang paling menarik untuk dianalisis adalah faktor yang berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan *mobile banking*. Faktor yang diperoleh nasabah apakah dapat berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dalam bertransaksi menggunakan layanan *mobile banking*.

Selintas layanan *mobile banking* ini serupa dengan layanan sms banking, namun pada kenyataannya *mobile banking* memiliki lebih banyak fitur dibandingkan dengan sms banking. Untuk bisa mengakses ke layanan *mobile banking*, nasabah perlu mengunduh aplikasi melalui play store atau appstore. Layanan *mobile banking* juga memiliki kelebihan dibandingkan dengan internet banking karena relatif mudah dalam mendapatkan konektivitas, sedangkan untuk internet banking tidak semua tempat ada jaringan internet. Hal ini memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi keuangan, selain itu pihak bank juga merasa untung dengan

layanan *mobile banking* karena bisa mengurangi biaya dari *tele-banking* dan lebih ekonomis, dan fasilitas tambahan ini bisa mempermudah konsumen melakukan transaksi, sehingga bank dapat menunjukkan kualitas layanannya dan meningkatkan kepuasan nasabah mereka, hal ini didukung oleh penelitian (Prawiramulia, 2014) bahwa kemudahan pengguna berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

Philip Kotler dan Kevin Keller L (2009) menyatakan bahwa salah satu cara untuk mengukur kepuasan pelanggan adalah dengan adanya sistem keluhan dan saran karena setiap organisasi yang berorientasi pada pelanggan perlu memberikan kesempatan dan akses yang mudah bagi pelanggan untuk menyampaikan keluhannya seperti melalui saluran telepon bebas pulsa, website dan lain-lain, sebagaimana dikemukakan oleh tjiptono dan candra (2011). Penggunaan *mobile banking* dinilai menguntungkan bagi pihak bank dan juga nasabah, semua transaksi menjadi lebih praktis, efektif serta efisien. Suryo (2005) mengatakan kelebihan *mobile banking* menggunakan jaringan pengaman ganda atau berlapis, yaitu dari operator yang menyediakan jaringan seluler dan jaringan perbankan itu sendiri, sehingga tidak perlu dikhawatirkan penggunaannya. Tetapi semakin banyak informasi pribadi yang harus diberikan dalam penggunaan *mobile banking*, maka semakin tinggi kemungkinan nasabah untuk menolak menggunakan *mobile banking*. Kondisi ini berakibat konsumen tidak dapat memaksimalkan manfaat dari penggunaan *mobile banking*.

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dibahas, di mana para pelaku industri selalu memunculkan inovasi mutakhir terutama dalam bidang teknologi untuk memudahkan para konsumennya, juga dengan semakin meningkatnya jumlah penduduk setiap tahunnya di Indonesia maka dapat disimpulkan penggunaan layanan *Mobile banking* merupakan langkah tepat bagi para nasabah bank perbankan, dengan penggunaan layanan *mobile banking* nasabah dapat memperoleh berbagai kemudahan,

sehingga pihak perbankan seharusnya meningkatkan kualitas layanan *mobile banking* agar nasabah merasakan kepuasan dalam menggunakan layanan *mobile banking*. Tolak ukur keberhasilan suatu bank, salah satunya bergantung pada kepuasan nasabah. Untuk itu pihak-pihak terkait harus membangun kepercayaan nasabah agar senantiasa menggunakan jasa atau produk yang telah disediakan. Semakin banyak nasabah memiliki kepercayaan terhadap pihak bank, maka semakin banyak dana yang terhimpun dan diputar kembali dengan meraih profitabilitas secara optimal. Pada situasi dengan tingkat persaingan yang ketat nasabah seringkali tidak memiliki loyalitas kepada suatu bank karna banyaknya tawaran yang diberikan kepada nasabah dan nasabah senantiasa memilih tawaran yang paling menguntungkan baginya. Pada industri perbankan kesetiaan nasabah merupakan salah satu bukti bahwa bank tersebut telah mampu bersaing dalam memberikan pelayanan prima pada setiap nasabah. Rahmawati (2010) meneliti tentang pengaplikasian layanan *mobile banking* dengan menggunakan tiga variabel independen, yaitu: persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat dan kepercayaan konsumen. Namun dalam penelitian ini peneliti ingin menambahkan 2 faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengambil judul skripsi: **“FAKTOR YANG MEMPENGARUHI NASABAH DALAM PEMANFAATAN MOBILE BANKING PADA BANK SYARIAH DI YOGYAKARTA”**.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan paparan latar belakang diatas bahwa kepuasan nasabah sangatlah penting bagi keberhasilan suatu bank, salah satu cara untuk memenuhi kepuasan nasabah yaitu dengan memperbaiki kualitas layanan *mobile banking* pada bank tersebut. Perkembangan *mobile banking* terbilang paling cepat perkembangannya, lantaran kehadiran *mobile banking* telah menjawab kebutuhan nasabah di era modern saat ini, dengan baiknya respon nasabah mengenai pelayanan *mobile banking*, maka, bank syariah berlomba-lomba mengembangkan kualitas layanan

*mobile banking* agar nasabah mendapatkan kepuasan terhadap layanan tersebut, dengan memperhatikan beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah dalam menggunakan layanan *mobile banking*.

Dengan adanya layanan *mobile banking* yang baik, maka semakin banyak pula nasabah yang tertarik untuk menggunakan layanan *mobile banking* pada bank tersebut, menanggapi pelayanan *mobile banking* ini, perbankan syariah berusaha untuk meningkatkan dan menjaga kualitas pelayanan yang diberikan untuk memberikan kepuasan kepada nasabahnya. Kualitas dipandang sebagai salah satu alat untuk mencapai keunggulan kompetitif, karena kualitas merupakan salah satu faktor utama yang menentukan pemilihan produk dan jasa bagi nasabah, dalam penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Markonah (2017) mengatakan bahwa pelayanan *mobile banking* berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah, sedangkan dalam penelitian yang dilakukan oleh (Lantika, 2016) menjelaskan bahwa kepuasan dan loyalitas nasabah sangatlah penting bagi keberhasilan suatu bank, kepuasan nasabah berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah pengguna *internet banking*. Semakin puas nasabah menggunakan transaksi *internet banking* maka semakin tinggi loyalitas nasabah terhadap *internet banking*, sehingga peneliti ingin meninjau lebih jauh kepuasan nasabah dari segi penggunaan layanan *mobile banking* pada bank syariah dengan menguji beberapa variabel bebas. Berdasarkan uraian yang terdapat dalam latar belakang masalah di atas, agar permasalahan tidak menyimpang dari apa yang diharapkan, maka perlu adanya pembatasan masalah yang berguna untuk memudahkan penulis dalam melaksanakan penelitian. Maka penulis membatasi permasalahan yang akan diteliti secara garis besar membahas mengenai beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah dalam pemanfaatan *mobile banking* pada bank syariah di Yogyakarta. Berdasarkan latar belakang di atas maka penulis merumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Faktor apa yang mempengaruhi kepuasan nasabah bank Syariah dalam memanfaatkan fasilitas *mobile banking*?
2. Bagaimana faktor tersebut mempengaruhi kepuasan nasabah bank syariah dalam memanfaatkan fasilitas *mobile banking*?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

- A. Untuk menganalisis faktor apa yang mempengaruhi kepuasan nasabah bank Syariah dalam memanfaatkan fasilitas *mobile banking*
- B. Untuk menganalisis bagaimana faktor tersebut mempengaruhi kepuasan nasabah bank Syariah dalam memanfaatkan fasilitas *mobile banking*

### **D. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat yang didapat dari penelitian ini antara lain :

- a. Bagi Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan ilmu pengetahuan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah dalam menggunakan manfaat *mobile banking*, agar nanti nya dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam melakukan penelitian selanjutnya.

- b. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat menghasilkan temuan yang bermanfaat bagi perusahaan mengenai faktor apa saja yang dapat mempengaruhi kepuasan nasabah dalam menggunakan manfaat *mobile banking* sehingga dapat dijadikan masukan dan bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam memenuhi kebutuhan dan memberikan kepuasan terhadap nasabahnya.

- c. Bagi penulis, menambah wawasan dan keilmuan yang ada, melalui penyelesaian pokok masalah yang ada. Selain itu, mensinkronkan

antara teori dan wacana yang dipelajari dengan dunia praktis pada suatu lembaga.

## **E. Sistematika Penulisan**

Untuk memberikan gambaran mengenai isi bahasan skripsi ini, maka penulis akan menguraikan sistematika penulisan sebagai berikut:

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Bab ini berisi latar belakang penelitian faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah dalam pemanfaatan *mobile banking* pada bank syariah di Yogyakarta. Penulis melakukan perumusan masalah kedalam dua pertanyaan penelitian, tujuan penelitian dan manfaat penelitian secara teoritis dan praktis serta sistematika penulisan.

### **BAB II : TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini penulis melakukan telaah pada penelitian terdahulu yang fokus penelitiannya mirip dengan penelitian yang sedang dilakukan, menguraikan mengenai teori-teori yang berhubungan dengan masalah yang akan diteliti seperti faktor yang mempengaruhi, dan kepuasan nasabah, membuat hipotesis dan menggambarkan kerangka berpikir dalam penelitian.

### **BAB III : METODE PENELITIAN**

Bab ini penulis menjelaskan desain penelitian menggunakan field research mencari data dan informasi dari kegiatan lapangan penelitian serta menggunakan metode deskriptif kuantitatif, menjelaskan lokasi penelitian, waktu pelaksanaan penelitian, objek penelitian, populasi dan sampel penelitian, sumber data penelitian, teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dan studi pustaka, definisi operasional dan Pengukuran variabel penulis menjelaskan variabel yang digunakan dalam penelitian, serta teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian.

### **BAB IV : ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

Bab ini penulis menguraikan hasil kuesioner penelitian berupa data responden dan tanggapan responden dari masing-masing variabel serta menginterpretasikan hasil statistik, dan pembahasan dikaji sesuai dengan rumusan masalah yang disampaikan pada bab I.

#### BAB V : PENUTUP

Bab ini penulis menguraikan kesimpulan yang merupakan jawaban dari perumusan masalah penelitian dan berisi saran dari penulis yang berhubungan dengan hasil penelitian bagi pihak-pihak yang berkepentingan.

## BAB II

### TELAAH PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI

#### A. Telaah Pustaka

Dalam penelitian ini, akan dicantumkan beberapa penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh peneliti lain yang relevan dengan penelitian yang akan dilakukan penulis. Adanya penelitian terdahulu guna untuk membantu mendapatkan gambaran dalam menyusun penelitian diatas. Adapun penulisan terdahulu yang telah membahas sekitar topik ini adalah sebagai berikut :

*Pertama*, penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Nurul Huda dan Sri Wahyuni(2013) dengan judul “Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Internet Banking dan Tingkat Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Pembantu Jamsostek Jakarta” variable *independent* yang digunakan yaitu kualitas layanan dan loyalitas nasabah. Sedangkan variabel *dependent* yang digunakan yaitu tingkat kepuasan. Tujuan penelitian untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas layanan dan loyalitas nasabah internet banking terhadap tingkat kepuasan nasabah Bank Rakyat Indonesia Cabang Pembantu Jamsostek, mengetahui bagaimana pengaruh tingkat kepuasan nasabah Bank Rakyat Indonesia terhadap loyalitas nasabah, dan mengetahui bagaimana pengaruh kualitas layanan internet banking terhadap loyalitas nasabah melalui tingkat kepuasan nasabah. Hasil penelitian yang menemukan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat kepuasan pelanggan dan menurut responden fasilitas internet banking di BRI telah menyediakan layanan yang maksimal bila terjadi masalah pada penggunaan. Kualitas layanan memiliki pengaruh negatif atau tidak berpengaruh positif secara langsung

terhadap loyalitas. Tetapi memiliki pengaruh positif secara tidak langsung melalui tingkat kepuasan. Temuan terakhir bahwa tingkat kepuasan tidak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas. Hal itu menyatakan bahwa nasabah yang puas terhadap pelayanan perusahaan, belum tentu membuat dirinya menjadi loyal/setia. Yang membedakan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu pada variabel *independent* yang digunakan yaitu kualitas layanan dan loyalitas nasabah sedangkan pada penelitian ini menggunakan variabel independen, persepsi manfaat, persepsi kemudahan, persepsi keamanan dan kerahasiaan, persepsi risiko, kecepatan transaksi dan kemampuan akses.

*Kedua*, penelitian yang dilakukan oleh Ainul Yaqin dan Aniek Maschudah Ilfitriah (2014) dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Bank Pengguna *e-Banking* Di Surabaya”. Variabel *independent* yang digunakan yaitu kualitas pelayanan. Kepuasan nasabah sebagai variabel intervening. Sedangkan variabel *dependent* yang digunakan yaitu loyalitas nasabah. Tujuan untuk mengetahui pengaruh hubungan positif yang signifikan antara kualitas layanan terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah Bank pengguna *e-banking* di Surabaya. Hasil penelitian menemukan bahwa kualitas pelayanan memberi pengaruh yang positif tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah sebesar 0,142. Kemudian kualitas pelayanan memberi pengaruh yang positif signifikan terhadap loyalitas nasabah sebesar 1,176. Hal ini, nasabah berpendapat bahwa Bank penyedia pelayanan *e-banking* mampu memberikan pelayanan *e-banking* yang baik. Penelitian terakhir menunjukkan bahwa kepuasan nasabah memberi pengaruh yang positif tidak signifikan terhadap loyalitas nasabah sebesar 0,013. Dengan demikian semakin tinggi kepuasan nasabah bukan berarti tidak berhubungan tetapi tidak selalu meningkatkan loyalitas nasabah. Hal yang membedakan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya terletak pada variabel yang berbeda, di penelitian ini menggunakan variabel persepsi manfaat, persepsi kemudahan, persepsi keamanan dan kerahasiaan,

persepsi risiko, kecepatan transaksi dan kemampuan akses, sedangkan pada penelitian terdahulu menggunakan variabel kualitas pelayanan.

*Ketiga*, penelitian yang dilakukan oleh Ahmad dan Bambang Setyo Budi (2013) dengan judul “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Keamanan Dan Ketersediaan Fitur Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank Dalam Menggunakan Internet Banking”. Variabel *independent* yang digunakan yaitu persepsi manfaat, persepsi kemudahan, keamanan dan ketersediaan fitur layanan. Sedangkan variabel *dependent* nya minat ulang nasabah. Tujuan penelitian yang dilakukan oleh Ahmad dan Bambang Setyo Budi untuk mencari pengaruh faktor penerimaan teknologi informasi terhadap minat menggunakan teknologi informasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa semua variabel *independent* yaitu persepsi manfaat, persepsi kemudahan, keamanan dan ketersediaan fitur layanan bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat ulang nasabah menggunakan internet banking. Hal tersebut dibuktikan bahwa 22 responden menyambut positif adanya layanan internet banking BRI dengan alasan memudahkan dalam bertransaksi seperti cek saldo, pembelian pulsa dan pembayaran tagihan. Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini terletak pada penambahan variabel, pada penelitian ini ada penambahan variabel persepsi risiko, kecepatan transaksi dan kemampuan akses.

*Keempat*, penelitian yang dilakukan oleh Ellen Theresia Sihotang (2016) berjudul “Segmentasi Layanan Internet Banking”. Variabel yang digunakan pada penelitian ini adalah variabel demografi keperilakuan dan manfaat. Tujuan penelitian yang dilakukan oleh Ellen Theresia Sihotang untuk menganalisis para pengguna layanan internet banking berdasarkan pengalamannya, dalam rangka mengaplikasikan program pemasaran internet banking yang berorientasi pada kebutuhan dan keinginan pelanggan sebagai antisipasi menghadapi persaingan yang semakin ketat. Hasil penelitian menemukan bahwa responden mayoritas menggunakan layanan internet banking pada rentang waktu lebih dari 5 tahun, artinya

pengguna layanan internet banking pada penelitian yang dilakukan Ellen Theresia Sihotang merupakan pelanggan yang sudah lama berinteraksi dengan penggunaan internet banking.

*Kelima*, penelitian oleh Sri Maharsi (2003) dengan judul “Analisa Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepercayaan dan Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pengguna Internet Banking di Surabaya”. Variabel *independent* yang digunakan yaitu *Shared Value*, *Communication*, *Opportunistic Behaviour Control*, *Trust* dan *Loyalty*. Sedangkan variabel *dependent* nya yaitu *Shared value*, *Communication* dan *Opportunistic behaviour control*. Tujuan penelitian untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kepercayaan dan apakah kepercayaan mempengaruhi loyalitas pengguna terhadap internet banking di Surabaya. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Sri Maharsi menunjukkan bahwa *shared value* dan komunikasi antara pengguna dengan internet banking terbukti memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kepercayaan pengguna pada internet banking, pengontrolan terhadap kemungkinan bank melakukan penipuan terhadap pengguna internet banking terbukti memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kepercayaan pengguna pada internet banking. Kemudian kepercayaan pengguna pada internet banking terbukti memberikan pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pengguna untuk menggunakan internet banking.

*Keenam* penelitian dilakukan oleh Syamsul Rizal dan Munawir (2017) dengan judul “Pengaruh Kepuasan Nasabah Terhadap Menggunakan *mobile banking* Pada Bank BCA Cabang Banda Aceh” variabel *independent* yang digunakan yaitu pengaruh kepuasan nasabah, sedangkan variabel *dependent* yaitu penggunaan *mobile banking*, dari hasil penelitian yang telah dilakukan maka dapat diambil beberapa kesimpulan yaitu dari hasil penelitian diperoleh bahwa tingkat kepuasan nasabah terhadap penggunaan *mobile banking* pada Bank BCA Cabang Banda Aceh baik dilihat dari variabel keandalan, koresponsifan keyakinan, empati dan berwujud adalah memuaskan, semua variabel bebas dalam

penelitian ini berpengaruh signifikan baik secara *partial* maupun secara simultan terhadap kepuasan nasabah yang menggunakan *mobile banking* pada Bank BCA Cabang Banda Aceh, dengan kata lain hipotesis dalam penelitian ini dapat diterima. Perbedaan dari penelitian ini dengan penelitian terdahulu terdapat pada variabel, yang mana pada penelitian terdahulu kepuasan nasabah sebagai variabel independen dan pada penelitian ini kepuasan nasabah sebagai variabel dependen.

*Ketujuh* penelitian oleh Giga Bawa Laksana, Endang Siti Astuti, dan Rizki Yudhi Dewantara (2015) dengan judul “Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko dan Persepsi Kesesuaian Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking (Studi pada Nasabah Bank Rakyat Indonesia (BRI) Kantor Cabang Rembang, Jawa Tengah)” Variabel *independent* yang digunakan pada penelitian ini adalah persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kemanfaatan, persepsi risiko, dan persepsi kesesuaian. Sedangkan variabel *dependent* yang digunakan pada penelitian ini adalah minat menggunakan *mobile banking*, hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kemanfaatan persepsi kemudahan, persepsi risiko dan juga persepsi kesesuaian berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking*, hal ini terjadi karena *mobile banking* memiliki kesesuaian terhadap keinginan nasabah yang meliputi kebutuhan transaksi, gaya hidup dan kesesuaian dengan keinginan bertransaksi, perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah adanya penambahan variabel yang diuji pada penelitian ini yaitu persepsi keamanan dan kerahasiaan, kecepatan transaksi dan kemampuan akses.

*Kedelapan* penelitian ini dilakukan oleh Markonah (2017) dengan judul “Analisis pengaruh *mobile banking* terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah bank Mandiri cabang Jakarta” Variabel *independent* yang digunakan oleh penelitian ini yaitu pelayanan *mobile banking* sedangkan variabel *dependent* yaitu loyalitas nasabah. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan mengenai pengaruh *mobile banking* terhadap kepuasan dan

loyalitas nasabah bank mandiri bahwa pelayanan *mobile banking* berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah bank mandiri sehingga semakin baik pelayanan maka nasabah semakin puas, pelayanan *mobile banking* berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah bank Mandiri sehingga semakin baik pelayanan maka semakin loyal nasabah bank tersebut, dan kepuasan nasabah berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah bank Mandiri sehingga jika kepuasan nasabah meningkat maka loyalitas nasabah tersebut akan semakin tinggi, perbedaan yang terdapat pada penelitian ini dan penelitian terdahulu terletak pada variable yang diuji, dalam penelitian terdahulu variabel yang di uji adalah pelayanan *mobile banking* sedangkan pada penelitian ini yang diuji adalah persepsi manfaat, persepsi kemudahan, persepsi keamanan dan kerahasiaan, persepsi risiko, kecepatan transaksi dan kemampuan akses, serta lokasi penelitian juga berbeda.

*Kesembilan* penelitian dilakukan oleh Cornezzia Yanuardinda, Kertahadi dan Riyadi(2014), dengan judul “Analisi Determinan Minat Keprilakuan Dalam Menggunakan *Mobile Banking* (Studi pada Mahasiswa Strata Satu Universitas Brawijaya)” Variabel *independent* yang digunakan oleh penelitian ini yaitu persepsi manfaat. Kemudahan, risiko, persepsi kesesuaian dan norma sosial, sedangkan variabel *dependent* yaitu minat keprilakuan nasabah dalam menggunakan *mobile banking*, dari hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa persepsi manfaat kemudahan risiko dan norma sosial berpengaruh signifikan terhadap minat dalam menggunakan *mobile banking*. Sedangkan persepsi kesesuaian (*compatibility*) tidak ditemukan adanya pengaruh yang signifikan terhadap minat dalam menggunakan *mobile banking*. Pada pengujian secara *partial* dibuktikan pula bahwa hipotesis yang menyebutkan variabel yang paling dominan adalah variabel kemudahan karna selain faktor mengikuti perkembangan *trend*, reponden saat ini mengutamakan dan menginginkan hal yang lebih praktis, mudah cepat dan fleksibel dalam bertransaksi karna mampu meningkatkan efektifitas kerja, perbedaan penelitian terdahulu

dengan penelitian ini terletak pada penambahan variabel yang diuji pada penelitian ini yaitu persepsi keamanan dan kerahasiaan, kecepatan transaksi dan kemampuan akses.

*Kesepuluh* penelitian dilakukan oleh Fita Pertiwi dan Vidya Vitta Adhivinna (2013) dengan judul “Pengaruh Risiko, Manfaat dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Kepercayaan Nasabah Dalam Menggunakan Internet Banking Di Yogyakarta (Studi Kasus pada Nasabah Bank Mandiri)” variabel *independent* yang digunakan dalam penelitian ini yaitu persepsi risiko, persepsi manfaat dan persepsi kemudahan penggunaan, sedangkan variabel *dependent* yaitu kepercayaan nasabah dalam menggunakan internet banking pada nasabah bank Mandiri. Dari hasil penelitian yang di dapat bahwa variabel persepsi risiko mempunyai pengaruh terhadap kepercayaan nasabah dalam menggunakan internet banking, persepsi manfaat memiliki hubungan positif terhadap kepercayaan nasabah dalam menggunakan internet banking, dan kemudahan dalam menggunakan internet banking mempunyai hubungan positif terhadap kepercayaan nasabah dalam menggunakan internet banking. Perbedaan yang terdapat pada penelitian terdahulu dan penelitian ini adalah terletak pada variabel yang diuji, pada penelitian ini ada penambahan variabel yaitu, persepsi keamanan dan kerahasiaan, kecepatan transaksi dan kemampuan akses.

*Kesebelas* penelitian yang dilakukan oleh Gangsar Prawiramulia(2014) yang berjudul “Pengaruh Kualitas *Mobile Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Mandiri (Studi pada Pengguna Mandiri Mobile di Kota Bandung)” variabel *independent* dalam penelitian ini yaitu *mobile banking reliability and responsiveness, assurance and security, convenience in banking, mobile banking efficiency* dan *easy to operate*, sedangkan variabel *dependent* yaitu kepuasan nasabah bank Mandiri di kota Bandung. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa kualitas Mandiri *Mobile* pada Bank Mandiri di kota Bandung tahun 2014 secara keseluruhan berada pada kategori baik yaitu pada variabel *mobile banking*

*reliability and responsiveness*. Secara simultan, kualitas Mandiri *Mobile* yang terdiri dari variabel *mobile banking reliability and responsiveness, assurance and security, convenience in banking, mobile banking efficiency* dan *easy to operate* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pengguna Mandiri *Mobile* di kota Bandung tahun 2014 sebesar 62,9%. Sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan ke dalam penelitian ini sebesar 37,1%, perbedaan yang terdapat pada penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu terletak pada variabel yang akan di uji, pada penelitian terdahulu variabel yang diuji adalah kualitas *mobile banking* sedangkan pada penelitian ini variabel yang akan diuji adalah faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah yang berupa persepsi manfaat, persepsi kemudahan, persepsi keamanan dan kerahasiaan, persepsi risiko, kecepatan transaksi dan kemampuan akses.

Duabelas penelitian yang dilakukan oleh Ikbar Wibiadila (2016) dengan judul “Pengaruh Penggunaan, Kemudahan, Risiko dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan Mobile Banking (Survey pada Nasabah Bank Mandiri Kantor Cabang Solo)” Variabel *independent* dalam penelitian ini adalah kegunaan, kemudahan, risiko, dan kualitas layanan sedangkan variabel *dependent* adalah minat nasabah menggunakan *mobile banking*. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kegunaan berpengaruh terhadap minat menggunakan *mobile banking*, kemudahan berpengaruh terhadap minat menggunakan *mobile banking* dan kualitas layanan berpengaruh terhadap minat menggunakan *mobile banking*, perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini terletak pada variabel yang diuji yaitu adanya penambahan variabel dan perbedaan variabel, yang mana variabel pada penelitian ini adalah persepsi manfaat, persepsi kemudahan, persepsi keamanan dan kerahasiaan, persepsi risiko, kecepatan transaksi dan kemampuan akses.

Tigabelas penelitian yang dilakukan oleh Sakina Maulidiyah dengan judul penelitian yaitu “Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan, dan Kesesuaian Terhadap Keputusan Menggunakan Mobile

Banking Bank Mandiri di Surabaya” (Maulidiyah, 2017). Variabel *independent* yang digunakan oleh penelitian ini yaitu persepsi manfaat, kemudahan penggunaan dan kesesuaian, sedangkan variabel *dependent* yaitu keputusan nasabah menggunakan *mobile banking* bank Mandiri di Surabaya, dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel persepsi manfaat dengan keputusan menggunakan memiliki hubungan signifikan terhadap keputusan menggunakan *mobile banking* bank Mandiri di Surabaya yang telah terbukti kebenarannya dan dapat diterima, variabel persepsi kemudahan penggunaan dengan keputusan menggunakan memiliki hubungan signifikan terhadap keputusan menggunakan *mobile banking* bank Mandiri di Surabaya yang telah terbukti dan dapat diterima, variabel kesesuaian dengan keputusan menggunakan memiliki hubungan yang tidak signifikan, dengan demikian semakin tinggi kesesuaian tidak selalu dapat meningkatkan keputusan menggunakan *mobile banking* bank Mandiri di Surabaya. Perbedaan pada penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah terletak pada variabel yang diuji, pada penelitian ini adanya penambahan variabel independen yaitu, persepsi keamanan dan kerahasiaan, persepsi risiko, kecepatan transaksi dan kemampuan akses, variabel dependen pada penelitian terdahulu yaitu keputusan nasabah menggunakan *mobile banking* sedangkan pada penelitian ini variabel dependen yang digunakan yaitu kepuasan nasabah.

*Keempat belas* penelitian yang dilakukan oleh Syamsul Hadi dan Novi (2015) dengan judul “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan Mobile Banking” Variabel independen yang digunakan oleh penelitian ini yaitu: persepsi kemudahan, persepsi manfaat, risiko, kemampuan akses, dan keamanan, sedangkan variabel dependen yaitu: penggunaan *mobile banking*. Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Persepsi nasabah atas Keamanan berpengaruh positif signifikan kuat terhadap *mobile banking*. Persepsi nasabah atas Risiko berpengaruh negatif signifikan kuat terhadap *mobile banking*. Persepsi nasabah atas Kemampuan akses berpengaruh positif signifikan moderat terhadap *mobile*

*banking*, sedangkan Persepsi nasabah atas Kemudahan penggunaan dan Manfaat tidak berpengaruh signifikan terhadap penggunaan mobile banking, perbedaan yang terdapat pada penelitian terdahulu dengan penelitian ini terletak pada variabel yang diuji, pada penelitian ini adanya penambahan variabel yang diuji yaitu kecepatan transaksi.

*Kelimabelas* penelitian yang dilakukan oleh Novitasari Putri Wulandari dan Nadya Novandriani Karina Moeliono (2017) dengan judul “Analisi Faktor-Faktor Pengguna Layanan Mobile Banking di Bandung” variabel *independen* yang digunakan pada penelitian ini dibagi menjadi 2 faktor yaitu: faktor 1 ( *perceived usefulness, perceived ease of use, perceived enjoyment, amount on information, quality of internet atau sms, connection, convenience, features availability, bank management and image, design, content, speed*), faktor 2 ( *perceived credibility, perceived financial cost, perceived benefit*). Sedangkan variabel *dependen* yang digunakan dalam penelitian ini adalah: penggunaan mobile banking. Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa didalam pengujiannya terdapat dua faktor baru yang menggambarkan sebanyak 41,621% terhadap 14 faktor awal yang dianalisis. Kedua faktor tersebut dinamakan Flexibility and Bank Image dan Perceived Benefit. Secara lebih rinci analisis faktor yang dibantu dengan SPSS 22 menghasilkan dua faktor baru dimana faktor pertama Flexibility and Bank Image memiliki eigenvalues sebesar 4,752 dan varian sebesar 33,943%. Faktor ini memiliki nilai terbesar dibandingkan dengan faktor kedua dan dapat ditarik kesimpulan bahwa faktor pertama ini merupakan faktor dominan yang mempengaruhi nasabah menggunakan layanan mobile banking di Bandung. Sedangkan faktor kedua Perceived Benefit memiliki eigenvalues sebesar 1,075 dan varian sebesar 7,678%. Hanya terdapat dua faktor baru karena nilai eigenvalues dari kedua faktor tersebut  $\geq 1$  sehingga digunakan dalam menentukan faktor baru, perbedaan yang terdapat pada penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah pada variabel yang diuji pada penelitian terdahulu variabel yang diuji dibagi menjadi 2 faktor yaitu:

faktor 1 ( *perceived usefulness, perceived ease of use, perceived enjoyment, amount on information, quality of internet atau sms, connection, convenience, features availability, bank management and image, design, content,speed*), faktor 2 ( *perceived credibility, perceived financial cost, perceived benefit*, sedangkan pada penelitian ini variabel yang diuji adalah persepsi manfaat, persepsi kemudahan, persepsi risiko, persepsi keamanan dan kerahasiaan, kecepatan transaksi dan kemampuan akses.

**Tabel 3.1**  
**Penelitian Terdahulu**

No	Penulis dan Tahun	Judul Penelitian	Tujuan	Metode	Kesimpulan
1	Syamsul Rizal dan Munawir (2017)	Pengaruh Kepuasan Nasabah Terhadap Menggunakan Mobile Banking ( <i>Mobile Banking</i> ) Pada Bank BCA Cabang Banda Aceh	Menganalisis pengaruh Keandalan, Keresposifan, Jaminan, Empati, Bukti fisik, terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan <i>mobile banking</i>	penarikan sampel dilakukan dengan menggunakan metode <i>Convenience Sampling</i>	semua variable bebas dalam penelitian ini berpengaruh signifikan baik secara <i>partial</i> maupun secara simultan terhadap kepuasan nasabah yang menggunakan <i>mobile banking</i> pada Bank BCA Cabang Banda Aceh, dengan kata lain hipotesis dalam penelitian ini dapat diterima
2	markonah (2017)	Analisis pengaruh mobile banking terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah bank Mandiri cabang Jakarta	Menganalisis pengaruh layanan mobile banking terhadap kepuasan nasabah, pengaruh kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah, pengaruh layanan mobile banking terhadap loyalitas nasabah	Jenis sampling yang digunakan adalah <i>Purposive Sampling</i>	pelayanan <i>mobile banking</i> berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah, pelayanan <i>mobile banking</i> berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah bank Mandiri, dan kepuasan nasabah

					berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah bank Mandiri.
3	Sakina Maulidiyah (2017)	Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan, dan Kesesuaian Terhadap Keputusan Menggunakan Mobile Banking Bank Mandiri di Surabaya”	Menganalisis pengaruh persepsi manfaat, kemudahan penggunaan, dan kesesuaian terhadap keputusan menggunakan mobile banking	Teknik pengambilan sampling dalam penelitian ini menggunakan <i>purposive sampling</i> ,	Pengaruh persepsi manfaat dan kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan <i>mobile banking</i> , sedangkan kesesuaian tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan <i>mobile banking</i>
4	Novitasari Putri Wulandari dan Nadya Novandriani Karina Moeliono (2017)	Analisi Faktor-Faktor Pengguna Layanan Mobile Banking di Bandung	Pada penelitian ini menguji variabel yang terdapat pada Technology Acceptance Model (TAM) yaitu Perceived usefulness, Perceived ease of use, Performance Expectancy, Amount on Information, Quality of Internet atau SMS Connectio, Convenience, Features Availability, Bank Management	Penelitian menggunakan teknik sampling nonprobability sampling	Pada penelitian ini menyatakan bahwa kedua faktor yg di uji berpengaruh signifikan, dan faktor pertama menjadi faktor yang dominan

			and Image, Design, Content, Speed, Perceived Credibility, Perceived Financial Cost, dan Perceived Benefit, yang dibagi menjadi dua faktor		
5	Ellen Theresia Sihotang (2016)	Segmentasi Layanan Internet Banking	Tujuan penelitian ini untuk menganalisis para pengguna layanan internet banking berdasarkan pengalamannya, dalam rangka mengaplikasikan program pemasaran internet banking yang berorientasi pada kebutuhan dan keinginan pelanggan sebagai antisipasi menghadapi persaingan yang semakin ketat	Metode penyampelan yang digunakan adalah kombinasi <i>purposive sampling</i> dengan <i>snowball sampling</i> .	Dalam penelitian ini dibagi menjadi 4 kluster kluster pertama berorientasi pada penghematan waktu, kluster kedua berorientasi pada kemudahan mendapatkan layanan dan mengoperasikan <i>internet banking</i> , kluster ketiga berorientasi pada gaya hidup modern serta kemudahan mendapatkan layanan dan mengoperasikan <i>internet banking</i> dengan manfaat dapat memperoleh rincian

					transaksi mutasi harian, klaster keempat, lebih berfokus pada manfaat tersedianya fitur bantuan berupa fitur mutasi harian transaksi yang rinci, namun demikian pengguna layanan <i>internet banking</i> pada tidak yakin dengan keamanan data pribadi melalui <i>internet banking</i>
6	Ikbar Wibiadila (2016)	Pengaruh Penggunaan, Kemudahan, Risiko dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan Mobile Banking (Survey pada Nasabah Bank Mandiri)	Menganalisis pengaruh penggunaan, kemudahan, risiko dan kualitas layanan terhadap minat nasabah	Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode <i>accidental sampling</i>	Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kegunaan berpengaruh terhadap minat menggunakan <i>mobile banking</i> , kemudahan berpengaruh terhadap minat menggunakan <i>mobile banking</i>

		Kantor Cabang Solo)”			dan kualitas layanan berpengaruh terhadap minat menggunakan <i>mobile banking</i>
7	oleh Giga Bawa Laksana, Endang Siti Astuti, dan Rizki Yudhi Dewantara (2015)	Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko dan Persepsi Kesesuaian Terhadap Minat Menggunakan <i>Mobile Banking</i> (Studi pada Nasabah Bank Rakyat Indonesia (BRI) Kantor Cabang Rembang, Jawa Tengah)	Menjelaskan dan menganalisis pengaruh persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan penggunaan, persepsi risiko dan persepsi kesesuaian terhadap minat menggunakan <i>mobile banking</i>	Penelitian ini menggunakan jenis penelitian eksplanatori ( <i>explanatory research</i> ) dengan pendekatan kuantitatif	hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kemanfaatan persepsi kemudahan, persepsi risiko dan juga persepsi kesesuaian berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan <i>mobile banking</i> ,
8	Syamsul Hadi dan Novi (2015)	dengan judul Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan Mobile Banking	Menganalisis pengaruh persepsi kemudahan, persepsi manfaat, risiko, kemampuan akses, dan keamanan terhadap penggunaan layanan <i>mobile banking</i>	Penelitian ini menggunakan metode penelitian <i>accidental sampling</i>	Persepsi keamanan, risiko dan kemampuan akses berpengaruh terhadap penggunaan layanan <i>mobile banking</i> , sedangkan persepsi kemudahan dan manfaat tidak berpengaruh terhadap penggunaan layanan <i>mobile</i>

					<i>banking</i>
9	Ainul Yaqin dan Aniek Maschudah Ilfitriah (2014)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Bank Pengguna <i>e-Banking</i> Di Surabaya	Tujuan untuk mengetahui pengaruh hubungan positif yang signifikan antara kualitas layanan terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah Bank pengguna <i>e-banking</i> di Surabaya.	Teknik dalam pengambilan sampel adalah menggunakan teknik pengambilan <i>sampling non probability</i> dalam hal ini <i>judgment sampling</i> yaitu bentuk <i>sampling convenience</i>	Kualitas pelayanan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah <i>e-banking</i> di Surabaya, Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan positif terhadap loyalitas nasabah, Kepuasan nasabah berpengaruh positif tidak signifikan terhadap loyalitas nasabah,
10	Cornezzia Yanuardinda, Kertahadi dan Riyadi(2014)	Analisi Determinan Minat Keprilakuan Dalam Menggunakan Mobile Banking (Studi pada Mahasiswa Strata Satu Universitas Brawijaya	Menganalisis faktor determinana minat keprilakuan dalam menggunakan <i>mobile banking</i>	Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan penggunaan sampel <i>non probability sampling</i> menggunakan jenis metode <i>accidental sampling</i>	dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi manfaat kemudahan risiko dan norma sosial berpengaruh signifikan terhadap minat dalam menggunakan <i>mobile banking</i> . Sedangkan persepsi kesesuaian ( <i>compatibility</i> ) tidak adanya pengaruh yang

					signifikan terhadap minat dalam menggunakan <i>mobile banking</i>
11	Gangsar Prawiramulia (2014)	Pengaruh Kualitas <i>Mobile Banking</i> Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Mandiri (Studi pada Pengguna Mandiri Mobile di Kota Bandung)	Menganalisis pengaruh kualitas mobile banking terhadap kepuasan nasabah bank mandiri	Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan jenis deskriptif kausal.	Secara simultan, kualitas Mandiri <i>Mobile</i> bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna Mandiri <i>Mobile</i> di kota Bandung
12	Ahmad Nurul Huda dan Sri Wahyuni(2013 )	Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Internet Banking dan Tingkat Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Pembantu Jamsostek Jakarta	Tujuan penelitian untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas layanan dan loyalitas nasabah internet banking terhadap tingkat kepuasan nasabah Bank Rakyat Indonesia Cabang Pembantu Jamsostek, mengetahui bagaimana pengaruh tingkat kepuasan nasabah Bank Rakyat Indonesia terhadap loyalitas nasabah, dan mengetahui bagaimana pengaruh kualitas layanan internet banking terhadap	Teknik sampling dalam penelitian menggunakan <i>nonprobability sampling</i> . Teknik pengambilan data adalah <i>accidental/incidental sampling</i>	Hasil penelitian yang menemukan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat kepuasan pelanggan. Kualitas layanan memiliki pengaruh negatif atau tidak berpengaruh positif secara langsung terhadap loyalitas, tingkat kepuasan tidak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas

			loyalitas nasabah melalui tingkat kepuasan nasabah		
13	Ahmad dan Bambang Setyo Budi (2013)	Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Keamanan Dan Ketersediaan Fitur Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank Dalam Menggunakan Internet Banking	Tujuan penelitian yang dilakukan untuk mencari pengaruh faktor penerimaan teknologi informasi terhadap minat menggunakan teknologi informasi	Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa semua variabel <i>independent</i> bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat ulang nasabah menggunakan internet banking.
14	oleh Fita Pertiwi dan Vidya Vitta Adhivinna (2013)	Pengaruh Risiko, Manfaat dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Kepercayaan Nasabah Dalam Menggunakan Internet Banking Di Yogyakarta (Studi Kasus pada Nasabah Bank Mandiri)	Menganalisis persepsi risiko, persepsi manfaat, dan persepsi kemudahan penggunaan terhadap kepercayaan nasabah dalam menggunakan <i>internet banking</i>	Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik sampling aksidental	Dari hasil penelitian yang di dapat bahwa variable <i>independent</i> bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap terhadap kepercayaan nasabah dalam menggunakan internet banking

15	Sri Maharsi (2003)	Analisa Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepercayaan dan Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pengguna Internet Banking di Surabaya	Tujuan penelitian untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kepercayaan dan apakah kepercayaan mempengaruhi loyalitas pengguna terhadap internet banking di Surabaya	Teknik sampling dalam penelitian ini adalah sampling aksidental	Hasil penelitian yang dilakukan oleh Sri Maharsi menunjukkan bahwa <i>shared value</i> dan komunikasi antara pengguna dengan internet banking terbukti memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kepercayaan pengguna pada internet banking,
----	-----------------------	---	---	---	---

## **B. Landasan Teori**

### **1. Kepuasan Nasabah**

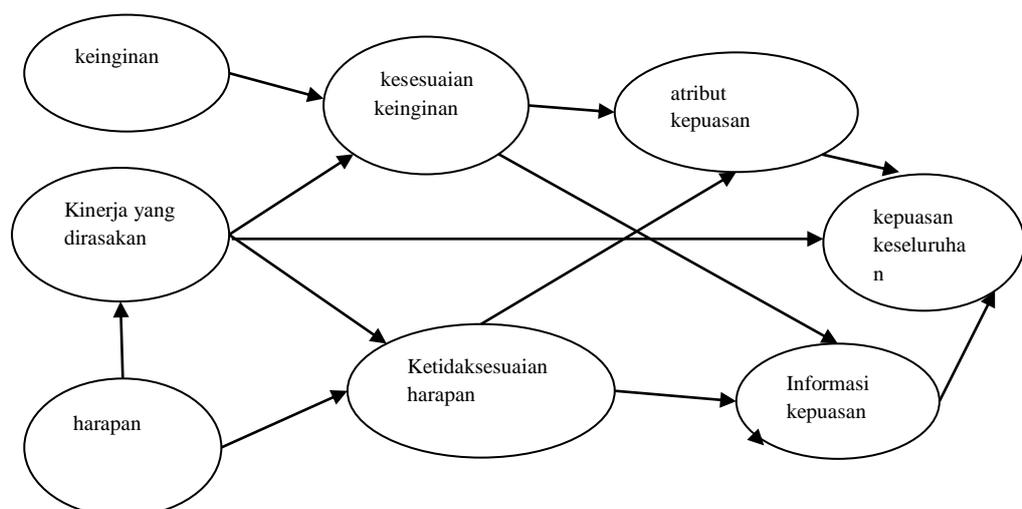
Kata kepuasan (*satisfaction*) berasal dari bahasa latin “*satis*” (artinya cukup baik, memadai) dan “*facio*” (melakukan atau membuat). Kepuasan bisa diartikan sebagai “upaya pemenuhan sesuatu” atau “membuat sesuatu memadai, (fandy tjiptono dan greforius chandra, 2011). Secara umum kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja atau hasil produk yang dipikirkan pada kinerja yang diharapkan. Berdasarkan (Irawan, 2002) kepuasan berasal dari bahasa latin yaitu *satis* yang berarti to do atau melakukan. Jadi produk dan jasa yang dapat memuaskan nasabah adalah apabila barang dan jasa tersebut sesuai dengan harapan nasabah. Kepuasan pelanggan menurut (Kotler & Amstrong, Kepuasan Pelanggan, 2011) dalam (Yaqin & Ilfitriah, 2014) bahwa kepuasan merupakan tingkatan kinerja produk yang dianggap sesuai dengan ekspektasi pembeli tersebut.

Kepuasan konsumen adalah keadaan yang dicapai bila produk sesuai dengan kebutuhan atau harapan konsumen dan bebas dari kekurangan. Secara konseptual kepuasan merupakan hasil pembelian dan pemakaian yang didapatkan dari perbandingan yang dilakukan oleh pembeli atas reward dan biaya pembelian dengan konsekuensi yang diantisipasi. Secara operasional kepuasan serupa dengan sikap dimana penilaiannya didasarkan pada berbagai atribut. Kepuasan adalah perasaan puas yang didapatkan konsumen karna mendapatkan value dari penyedia jasa. Value ini bisa berasal dari produk pelayanan, dan sistem.

Dari definisi-definisi di atas dapat disimpulkan bahwa pengertian kepuasan nasabah merupakan keadaan dimana konsumen merasa puas terhadap produk atau jasa bank karna kinerja yang dihasilkan sesuai dengan yang diharapkan atau lebih baik dari yang diharapkan konsumen tersebut.

Pada konsep kepuasan pelanggan, setiap individu mempunyai peranan yang sangat penting terhadap kepuasan yang dibentuk. Kotler (1994) dalam (Fandy, 1999) mengemukakan bahwa kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan kinerja yang dirasakan dengan harapan yang diinginkannya. Kepuasan pelanggan keseluruhan menurut Spreng et al (1996) dalam (Candra H. D., 2001) didefinisikan sebagai pernyataan afektif tentang reaksi emosional terhadap pengalaman atas produk atau jasa, yang dipengaruhi oleh kepuasan konsumen terhadap produk tersebut (atribut kepuasan) dan dengan informasi yang digunakan untuk memilih produk (informasi kepuasan). Model proses pembentukan kepuasan tersebut digambarkan pada gambar 2.1. Tingkat kepuasan pelanggan Gullede (1988) dipengaruhi oleh: sistem penyampaian barang dan jasa, tampilan dari barang atau jasa, citra terhadap perusahaan, barang, jasa atau merk, hubungan antara harga dan nilai dari sudut pelanggan dan tingkat kinerja karyawan perusahaan.

Jurnal Gambar 1.1. Model Konseptual Proses Pembentukan kepuasan



Sumber: Spreng *et al.*,(1996) dalam (Candra H. D., 2001)

Pemantauan dan pengukuran terhadap kepuasan pelanggan telah menjadi sesuatu yang sangat penting bagi setiap perusahaan. Hal ini karena langkah tersebut dapat memberikan umpan balik dan masukan bagi keperluan pengembangan dan implementasi strategi peningkatan kepuasan pelanggan. Menurut (Kotler, 2005) ada beberapa cara yang dapat digunakan untuk memantau kepuasan pelanggan, yaitu melalui:

- a. Sistem keluhan dan saran
- b. survey kepuasan pelanggan
- c. ghost shopper yakni memperkerjakan beberapa orang untuk berperan sebagai pelanggan atau pembeli potensial produk perusahaan dan pesaing
- d. analisa.

Pada awalnya teori tentang kepuasan pelanggan mengkonsepkan standar yang sederhana, yaitu harapan bagaimana jasa akan melakukan fungsinya. Tetapi dari hasil penelitian yang pernah dilakukan Woodruff and Gardial (1996) dalam Astuti (2001) membuktikan bahwa standar perbandingan yang digunakan bermacam-macam dan bahkan bervariasi sepanjang proses konsumsi. Standar lain selain harapan yang digunakan sebagai pembanding adalah produk ideal, produk pesaing, katagori produk yang lain, janji dari para pemasar dan norma industri (Woodruff and Gardial : *ibid*). Menurut (Kotler, 2005) kepuasan adalah perasaan seseorang menyangkut kenyamanan atau kekecewaan sebagai akibat dari perbandingan antara kinerja (atau outcome) produk yang dipersepsikan dalam kaitannya dengan harapannya. Jadi apakah pembeli puas setelah membeli adalah tergantung pada kinerja yang ditawarkan dalam hubungannya dengan terpenuhi-tidaknya harapan pembeli. Dengan demikian, kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan merupakan perbedaan antara harapan (*expectations*) dan kinerja yang dirasakan (*Perceived performance*), yaitu penilaian antara harapan

pembelian dengan kinerja yang dirasakan pada purna pembelian dari produk atau jasa yang bersangkutan (Rodhiah, 1997). Jika kinerja tidak sesuai dengan harapan, pelanggan akan tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan yang diharapkan, maka pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi yang diharapkan maka pelanggan akan sangat puas. Kepuasan pelanggan dapat diartikan sebagai rasa senang atau tidak senang yang dirasakan oleh konsumen ketika mengevaluasi hasil konsumsinya terhadap suatu jenis produk atau jasa. Czepiel (1992) mengemukakan "*because satisfaction is defined (and can be measured) as the discrepancy between expectation and perceived reality, a firm can change its customers satisfaction without changing its offering at all*", karena kepuasan didefinisikan (dan dapat diukur) karena perbedaan antara harapan dan kenyataan yang dirasakan, perusahaan dapat mengubah kepuasan pelanggan tanpa mengubah penawarannya sama sekali. Menurut Fornell, et al., (1996) kepuasan pelanggan secara keseluruhan mempunyai tiga antecedent, yaitu kualitas yang dirasakan, nilai yang dirasakan dan harapan pelanggan.

Kualitas yang dirasakan secara langsung mempunyai efek positif terhadap kepuasan pelanggan dan secara keseluruhan akan berpengaruh negatif pada komplain pelanggan dan berpengaruh positif pada kesetiaan pelanggan. Tjiptono (1998) menyatakan bahwa perasaan puas pelanggan timbul ketika pelanggan membandingkan persepsi mereka mengenai performance product atau service dengan harapan mereka. Kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian (disconfirmation) yang dirasakan antara harapan sebelumnya (norma kerja lainnya) dengan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya. Terdapat dua variabel utama menentukan kepuasan pelanggan yaitu expectation dan perceived performance. Apabila expectation melebihi dari perceived performance maka pelanggan akan merasa puas, apabila terjadi sebaliknya maka pelanggan akan merasa tidak puas. Zeithalm (1994) dalam temuannya menyebutkan bahwa,

1. Kepuasan pelanggan secara menyeluruh adalah hasil evaluasi dari pengalaman konsumsi sekarang yang berasal dari kebiasaan, keandalan dan standarisasi pelayanan,
2. Kepuasan pelanggan secara menyeluruh adalah hasil perbandingan tingkat kepuasan dari usaha yang sejenis
3. Bahwa kepuasan secara menyeluruh diukur berdasarkan tingkat kepuasan pelanggan berdasarkan pengalaman indikator harapan secara keseluruhan, harapan yang berhubungan dengan kebiasaan dan harapannya yang berhubungan dengan jasa tersebut.

Selanjutnya Zeithalm (1994) memandang tingkat kepuasan (*satisfaction*) pelanggan dapat timbul disebabkan oleh adanya suatu transaksi khusus antara produsen dengan pelanggan yang merupakan kondisi psikologi yang dihasilkan ketika faktor emosi mendorong harapan (*expectation*) menyesuaikan (*matching*) dengan pengalaman mengkonsumsi sebelumnya (*perception*). Antara kepuasan dengan sikap terdapat perbedaan. Sikap pelanggan bersifat relatif terhadap produk atau proses (misal: *costumer service*) sedangkan kepuasan adalah relatif emosional (*disconfirmation*) terhadap pengalaman mengkonsumsi sebelumnya. Sementara itu, untuk melakukan pengukuran terhadap kepuasan pelanggan, telah banyak peneliti yang memberikan alternatif pengukuran yaitu Albert Caruana (2000) dan Jamal dan Naser (2002, dimodifikasi) yang menggunakan empat item pengukuran kepuasan pelanggan yaitu:

- a. Harapan terhadap kinerja produk/jasa
- b. Prestasi terhadap kinerja produk/jasa
- c. Ketidaksesuaian terhadap kinerja produk/jasa
- d. Kepuasan terhadap kinerja produk/jasa

Kepuasan pelanggan merupakan fungsi dari kualitas pelayanan dikurangi harapan pelanggan dengan kata lain pengukuran kepuasan konsumen dirumuskan sebagai berikut:

1. *Service quality Less Than Expectation*

Bila ini terjadi, dapat dikatakan bahwa pelayanan yang diberikan perusahaan buruk. Selain tidak memuaskan juga tidak sesuai dengan harapan pelanggan. Jika *service quality* yang diberikan perusahaan lebih kecil dari *expectation* pelanggan, maka akan mengakibatkan ketidakpuasan terhadap pelanggan.

2. *Service quality = Expectation*

Bila ini terjadi dapat dikatakan bahwa pelayanan yang diberikan tidak ada keistimewaan. Jika nilai kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan sama dengan harapan pelanggan, maka muncul kepuasan yang biasa diinginkan pelanggan.

3. *Service quality More Than Expectation*

Bila ini terjadi dapat dikatakan bahwa pelanggan merasakan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan tidak hanya sesuai dengan kebutuhan, namun sekaligus memuaskan dan menyenangkan. Jika kualitas pelayanan lebih besar dari harapan yang diinginkan pelanggan, maka akan membuat kepuasan pelanggan sangat luar biasa. Pelayanan ketiga ini disebut pelayanan prima (*excellent service*) yang selalu diharapkan oleh pelanggan.

Kepuasan konsumen terbagi menjadi dua:

- a. Kepuasan Fungsional, merupakan kepuasan yang diperoleh dari fungsi atau pemakaian suatu produk.
- b. Kepuasan Psikologikal, merupakan kepuasan yang diperoleh dari atribut yang bersifat tidak berwujud.

Kebutuhan manusia sangatlah beragam, namun beragamnya kebutuhan manusia tersebut dapat dibagi menjadi beberapa kategori sebagai berikut. dilihat dari tingkat intensitasnya atau tingkat kepentingannya, kebutuhan manusia dapat dibedakan sebagai berikut,

1. Kebutuhan primer, artinya kebutuhan manusia yang mutlak harus dipenuhi terlebih dahulu, misalnya makanan, pakaian, dan perumahan.

2. Kebutuhan sekunder, artinya kebutuhan yang sifatnya sebagai pelengkap setelah kebutuhan primer terpenuhi. Misalnya meja, kursi, lemari, peralatan atau perlengkapan rumah tangga.
3. Kebutuhan tersier, artinya kebutuhan terhadap barang-barang mewah. Kebutuhan tersier dipenuhi setelah terpenuhinya kebutuhan primer dan sekunder. Misalnya rumah mewah dan pakaian hasil karya perancang luar negeri.

Menurut sifatnya, kebutuhan manusia dibedakan menjadi dua macam yaitu sebagai berikut:

- a. Kebutuhan jasmani, artinya kebutuhan yang berupa barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan jasmani atau fisik manusia. Misalnya makan, pakaian, dan olahraga.
- b. Kebutuhan rohani, artinya kebutuhan manusia yang bersifat kejiwaan atau rohani. Misalnya hiburan, agama, pendidikan, rekreasi, keindahan, kenyamanan, dan keamanan.

Berdasarkan waktu pemenuhannya, kebutuhan dibedakan menjadi dua,

1. Kebutuhan sekarang, artinya kebutuhan yang harus dipenuhi pada saat dibutuhkan. Misalnya buku dan alat tulis bagi siswa, obat bagi orang sakit, makan, minum, berpakaian, dan sebagainya.
2. Kebutuhan mendatang, artinya kebutuhan yang pemenuhannya dapat ditangguhkan tetapi sekalipun demikian perlu dipersiapkan dari sekarang misalnya tabungan dan payung sebelum musim penghujan.

## **2. Kepuasan konsumen menurut perspektif islam**

Dalam ekonomi islam kepuasan dikenal dengan masalah dengan pengertian terpenuhi kebutuhan baik bersifat fisik maupun spiritual. Islam sangat mementingkan keseimbangan kebutuhan fisik dan non fisik yang didasarkan atas nilai-nilai syariah. Seorang muslim untuk mencapai tingkat kepuasan harus mempertimbangkan beberapa hal, yaitu barang yang dikonsumsi adalah halal, baik secara dzatnya maupun secara memperolehnya, tidak bersikap isrof (royal) dan tabzir (sia-sia). Oleh karena itu, kepuasan

seorang muslim tidak didasarkan banyak sedikitnya barang yang dikonsumsi, tetapi didasarkan atas berapa besar nilai ibadah yang didapatkan dari yang dikonsumsi. Untuk mengetahui kepuasan seorang konsumen dalam teori ekonomi, dapat diilustrasikan dalam bentuk *total utility* (nilai guna total) dan *marginal utility* (nilai guna tambahan). Kepuasan bukan didasarkan atas banyaknya barang yang dikonsumsi tetapi didasarkan atas baik atau buruknya sesuatu itu dan lingkungannya. Jika mengonsumsi sesuatu mendapatkan kemafsadatan pada diri atau lingkungan maka tindakan itu harus di tinggalkan sesuai dengan kaidah:

دَرْءُ الْمَفَاسِدِ أَوْلَى مِنْ جَلْبِ الْمَنَافِعِ

“Menolak segala bentuk kemudhorotan lebih diutamakan daripada menarik manfaat.” Jadi, perilaku konsumsi seorang muslim harus mengacu pada tujuan syariat, yaitu memelihara masalah dan menghindari mudharat.

konsumsi dalam islam tidak hanya bertujuan untuk mencari kepuasan fisik saja, tetapi lebih mempertimbangkan aspek masalah yang menjadi tujuan dari syariat islam (maqashid syariah). Teori masalah cakupannya lebih luas dari teori utility. Masalah dalam ekonomi islam, diterapkan sesuai dengan prinsip rasionalitas muslim, bahwa setiap pelaku ekonomi selalu ingin meningkatkan masalah yang diperolehnya. Imam asy-syathiby mengatakan, bahwa kemaslahatan manusia dapat terrealisasi apabila lima unsure pokok dapat diwujudkan dan dipelihara yaitu: agama (*ad-din*), jiwa (*an-nafs*), akal (*al-'aql*), keturunan (*an-nasl*) dan harta (*al-maal*). Semua pemenuhan kebutuhan barang dan jasa adalah untuk mendukung terpeliharanya kelima unsur pokok tersebut. Mengurangi konsumsi suatu barang sebelum mencapai kepuasan maksimal adalah prinsip konsumsi yang diajarkan Rosulullah, seperti makan sebelum lapar dan berhenti sebelum kenyang. Karena tambahan nilai guna yang akan diperoleh akan semakin menurun apabila seseorang terus mengonsumsinya. Pada akhirnya, tambahan nilai guna akan menjadi negative apabila konsumsi terhadap barang tersebut terus ditambah. Hukum nilai guna marginal yang semakin menurun (*law of diminishing marginal utility*) menjelaskan bahwa penambahan terus menerus dalam mengonsumsi suatu

barang, tidak akan menambah kepuasan dalam konsumsi karena tingkat kepuasan terhadap barang tersebut akan semakin menurun.

Konsumsi merupakan bagian terpenting dalam kehidupan manusia karena untuk bisa bertahan hidup. Manusia harus makan untuk hidup, berpakaian untuk melindungi tubuhnya dari berbagai perubahan suhu, mempunyai rumah untuk berteduh, berkumpul dengan keluarga dan berlindung dari hal yang mengganggu dirinya. Dan juga kebutuhan lain untuk melengkapi atau faktor pendukung memenuhi kebutuhannya. Menurut Islam konsumsi ialah suatu aktivitas ekonomi yang memenuhi kebutuhan manusia dengan tujuan ibadah dan meningkatkan ketakwaan kepada Allah Swt dalam rangka mendapatkan kemaslahatan dunia dan akhirat. Teori kepuasan konsumen dalam mengkonsumsi barang atau jasa merupakan teori pokok dalam analisis mikro ekonomi. Kepuasan konsumsi merupakan bagian dari teori perilaku konsumen. Seorang konsumen akan mengkonsumsi barang/jasa untuk memperoleh kepuasan selalu menggunakan kerangka rasionalitas. Sehingga manusia rasional adalah manusia yang berusaha mencapai kepuasan maksimum dalam kegiatan konsumsinya. Rasionalitas konsumsi pada teori mikro ekonomi konvensional dikembangkan berdasarkan asumsi-asumsi berikut:

1. Setiap orang yang rasional akan memilih barang yang disenangi karena barang yang lebih diminati menyuguhkan kepuasan yang lebih besar dari barang yang kurang diminati
2. Menguasai barang lebih banyak lebih baik daripada barang lebih sedikit
3. Orang akan memperoleh kepuasan maksimum apabila seluruh uang/pendapatannya telah habis dibelanjakan.

Jadi dari asumsi tersebut dapat dijelaskan bahwa dalam mengkonsumsi suatu barang, konsumen akan mencari titik kepuasan secara rasional. Untuk mencari titik kepuasan tersebut, dapat diukur dengan pendekatan utilitas yang menggunakan satuan util (guna) sehingga muncullah formulasi utilitas sebagai berikut:  $U=U(X_1,X_2,X_3,..X_n)$  U adalah utilitas X adalah jumlah tiap-tiap barang yang dikonsumsi. Di saat mengkonsumsi suatu barang seorang

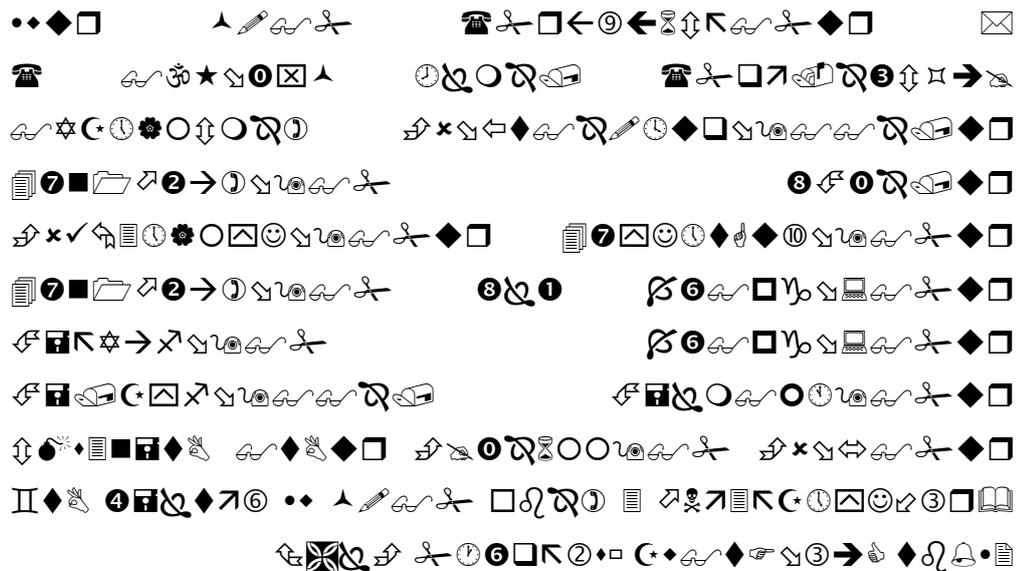
konsumen akan mendapatkan nilai guna secara langsung maupun tidak langsung. Misalnya kita menonton film favorit di bioskop secara langsung kita akan puas bisa melihatnya. Mendapatkan laba dalam berbisnis karena secara tidak langsung seorang pebisnis dapat menambahkan modal dari laba tersebut. Ada beberapa asumsi yang dapat dijadikan pegangan dalam menghitung besar kecilnya kepuasan yang diperoleh konsumen. Menurut teori mikro ekonomi konvensional, asumsi-asumsi tersebut adalah:

1. Tingkat utilitas total yang dicapai oleh seseorang konsumen merupakan fungsi dari kuantitas berbagai barang yang dikonsumsi
2. Konsumen akan memilih barang-barang yang akan memaksimalkan utilitasnya sesuai dengan anggaran mereka
3. Utilitas dapat diukur dengan pendekatan kardinal
4. *Marginal Utility* (MU) dari setiap unit tambahan barang yang dikonsumsi akan menurun. MU adalah perubahan total utility (TU) yang disebabkan oleh tambahan satu unit barang yang dikonsumsi [*ceteris paribus*].

Dari asumsi tersebut kepuasan dalam mengonsumsi barang ternyata dilihat dari kuantitas barang yang dikonsumsi dan sesuai dengan pendapatan yang dimiliki tetapi tetap memenuhi kepuasan konsumen tersebut. Namun dalam memenuhi kepuasan akan menurun apabila konsumen mengonsumsi suatu barang lebih dari satu unit. Pada umumnya formulasinya dibentuk dengan suatu fungsi sebagaimana fungsi utilitas. Apabila barang dan jasa yang dibeli dibedakan menjadi konsumsi (X) dan barang tahan lama yang dikuasai (Y), maka persamaan fungsi tersebut menjadi :  $U = U(X_1, X_2, X_3, \dots, X_n; Y_1, Y_2, Y_3 \dots Y_n)$

*Total Utility* (TU) akan bertambah ketika utilitas mengalami penambahan. Namun jika dilihat dari keempat asumsi yang mengukur besar kecilnya suatu kepuasan, *total* akan berubah ketika seorang mengonsumsi barang lebih dari satu unit, dan *Marginal Utility* (MU) akan mengalami penurunan. Sedangkan untuk menggambarkan gabungan dari dua barang yang memberikan kepuasan sama besar, digunakanlah kurva kepuasan sama (*indifference curve*).

Implementasi hablum minallah wa hablum minannas dalam konsep tauhid dalam perspektif islam. Salah satu keharusan muslim adalah menjalin dua hubungan yaitu hablum minallah (hubungan yang baik dengan Allah) dan hablum minannas (hubungan yang baik dengan manusia). Allah berfirman dalam Qur'an surat An-Nisaa Ayat : 36



Yang artinya “dan sembahlah allah dan janganlah kamu mempersekutukan-Nya dengan sesuatu apapun. Dan berbuat baiklah kepada orangtua, karib kerabat, anak-anak yatim,orang-orang miskin, tetangga dekat dan tetangga jauh, teman sejawat, ibnu sabil dan hamba sahaya yang kamu miliki. Sungguh allah tidak menyukai orang yang sombong dan membanggakan diri (Qur'an Surat an-Nisaa Ayat: 36)

Dalam ayat di atas, manusia harus menjalin hubungan yang baik kepada Allah SWT, dengan menyembah dan menunjukkan pengabdian kepada-Nya tanpa syirik, baik yang besar maupun yang kecil. Dan ayat di atas menjelaskan hubungan manusia yang satu dengan yang lainnya saling membutuhkan, sudah seharusnya manusia bisa menjalin hubungan yang sebaik-baiknya (Yani, 2006). Dalam konteks kepuasan pelanggan, interaksi antara penjual dan pembeli (hubungan baik manusia), Allah berfirman dalam qur'an surah Ali-Imran ayat



Yang artinya “ maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu Berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. karena itu ma'afkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu” Allah telah memberikan pedoman kepada mukmin (pelaku usaha) agar berlemah lembut (memuaskan kepada obyek dakwah (customer/pelanggan) (Sulfianto, 2016). Dalam perspektif Islam, yang menjadi tolok ukur dalam menilai kepuasan pelanggan adalah standar syariah. Kepuasan pelanggan dalam pandangan syariah adalah tingkat perbandingan antara harapan terhadap produk atau jasa yang seharusnya sesuai syariah dengan kenyataan yang diterima.

### 3. Teori pembentuk kepuasan konsumen

#### A. Persepsi manfaat

Menurut Jogiyanto (2007:114) dalam Ahmad, B. Pambudi 2013 persepsi manfaat penggunaan merupakan sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerja dari pekerjaannya. Dalam (Laksana et al., 2015) persepsi kemanfaatan dapat diartikan sebagai kepercayaan seseorang akan manfaat yang timbul akibat menggunakan suatu teknologi. *Perceived usefulness is defined here as “the degree to which a person believesthat using a particular system would enhance his or job performance* (Davis, 1989). Persepsi kemanfaatan adalah sejauh mana

seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerja. Menurut (Thompson, Ronald, Christopher.A.H, 1991) bahwa kemanfaatan teknologi informasi merupakan manfaat yang diharapkan oleh pengguna teknologi informasi dalam melaksanakan tugas. Menurut (Wibowo, 2008) mengatakan bahwa persepsi manfaat adalah suatu ukuran yang mana penggunaan suatu teknologi dipercaya akan mendatangkan manfaat bagi orang yang menggunakannya. Persepsi manfaat di definisikan bahwa sejauh mana seseorang yakin bahwa menggunakan sistem informasi tertentu akan meningkatkan kinerjanya.

Davis et al. (1989:320) mendefinisikan *perceived usefulness* sebagai keyakinan akan kemanfaatan, yaitu tingkatan dimana user percaya bahwa penggunaan teknologi/sistem akan meningkatkan performa mereka dalam bekerja. *Perceived usefulness* (persepsi manfaat) didefinisi sebagai sejauh mana seseorang meyakini bahwa penggunaan sistem informasi tertentu akan meningkatkan kinerjanya. Dari definisi tersebut diketahui bahwa persepsi kemanfaatan merupakan suatu kepercayaan tentang proses pengambilan keputusan. Jika seseorang merasa percaya bahwa sistem berguna maka dia akan menggunakannya. Sebaliknya jika seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi kurang berguna maka dia tidak akan menggunakannya.

(Vankatesh, 2003) menyatakan bahwa terdapat beberapa pengaruh penting manfaat dalam pemahaman respon individual dalam teknologi informasi. Vankatesh dan Morris (2000:201) membagi dimensi persepsi kebermanfaatan menjadi berikut:

- a. Penggunaan system mampu meningkatkan kinerja individu (*improves job performance*)
- b. Penggunaan system mampu menambah tingkat produktifitas individu (*increases productivity*)
- c. Penggunaan system mampu meningkatkan efektifitas kinerja individu (*enhances effectiveness*).
- d. Penggunaan system bermanfaat bagi individu (*the system is useful*)

Adamson dan Shine (2003) menyebutkan bahwa hasil riset-riset empiris menunjukkan bahwa persepsi kebermanfaatan merupakan faktor yang cukup kuat mempengaruhi penerimaan, adopsi dan penggunaan system oleh pengguna. Penelitian-penelitian sebelumnya juga menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang positif antara persepsi kebermanfaatan dengan penggunaan layanan online banking. Seperti pada penelitian Diah Wiliarni (2009) yang menyatakan bahwa persepsi kebermanfaatan dan keamanan dan privasi merupakan faktor-faktor yang mempunyai pengaruh besar daripada faktor lainnya dalam penggunaan jasa *online banking*.

## **B. Kemudahan penggunaan**

Persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha sehingga jika seseorang akan percaya bahwa sistem informasi mudah digunakan maka dia akan menggunakannya dan begitupun sebaliknya (Jogiyanto, 2007, hal. 320). Malhotra dan Galleta dalam Hapsara (2015) mendefinisikan persepsi kemudahan yaitu tingkat kepercayaan seseorang bahwa system teknologi tertentu dapat digunakan dengan mudah (tanpa usaha).

Konsep kemudahan penggunaan menunjukkan tingkat dimana seseorang meyakini bahwa penggunaan sistem informasi adalah mudah dan tidak memerlukan usaha keras dari pemakainya untuk bisa menggunakannya. Konsep ini mencakup kejelasan tujuan penggunaan sistem informasi dan kemudahan penggunaan sistem untuk tujuan sesuai dengan keinginan pemakai. Konsep ini memberikan pengertian bahwa apabila sistem informasi mudah digunakan, maka pengguna akan cenderung untuk menggunakan sistem informasi tersebut (Setyowati & Respati, 2017). Menurut Novi (2003) dalam (Setyowati & Respati, 2017) persepsi kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai penilaian seseorang mengenai suatu teknologi bahwa tidak perlu kemampuan yang tinggi untuk menggunakannya.

Persepsi kemudahan penggunaan merupakan tingkat dimana seseorang percaya bahwa teknologi mudah untuk dipahami (Davis, 1989, hal. 320).

definisi tersebut juga didukung oleh Arief Wibowo (2006) dalam (Setyowati & Respati, 2017) yang menyatakan bahwa persepsi tentang kemudahan penggunaan sebuah teknologi didefinisikan sebagai suatu ukuran dimana seseorang percaya bahwa teknologi tersebut dapat dengan mudah dipahami dan digunakan. Berdasarkan beberapa definisi tersebut, dapat dikatakan bahwa kemudahan penggunaan mampu mengurangi usaha seseorang baik waktu maupun tenaga untuk mempelajari system atau teknologi karena individu yakin bahwa system atau teknologi tersebut mudah untuk dipahami. Intensitas penggunaan dan interaksi antara pengguna (user) dengan system juga dapat menunjukkan kemudahan penggunaan. System yang lebih sering digunakan menunjukkan bahwa system tersebut lebih dikenal, lebih mudah dioperasikan dan lebih mudah digunakan oleh penggunanya (Goodwin dan Silver dalam Adam et al., 1992: 229).

(Vankatesh, 2003) membagi dimensi persepsi kemudahan penggunaan menjadi berikut:

- a. Interaksi individu dengan system jelas dan mudah dimengerti (*clear and understandable*).
- b. Tidak dibutuhkan banyak usaha untuk berinteraksi dengan system tersebut (*does not require a lot of mental effort*).
- c. System mudah digunakan (*easy to use*).
- d. Mudah mengoperasikan system sesuai dengan apa yang ingin individu kerjakan (*easy to get the system to do what he/she wants to do*).

Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan bahwa persepsi kemudahan merupakan faktor utama yang berpengaruh terhadap sikap positif penggunaan layanan *mobile banking*.

### **C. Keamanan dan kerahasiaan**

Menurut penelitian terdahulu yang dilakukan (Gilaninia, Talehgani, & Taheri, 2011) system keamanan disebut sebagai perlindungan kerahasiaan dalam transaksi *e-banking*. Keamanan dapat ditingkatkan dengan menggunakan enkripsi yang memadai, tanda tangan digital dan firewall. Dalam penelitian (Dixit, 2010) keamanan didefinisikan sebagai probabilitas

subjektif dengan konsumen percaya bahwa informasi pribadi mereka tidak akan dilihat, disimpan dan dimanipulasi oleh pihak yang tidak berkepentingan. Sedangkan dalam penelitian yang dilakukan (Nasrie & Zarai, 2014) keamanan dan kerahasiaan didefinisikan sebagai perlindungan terhadap ancaman keamanan dan control informasi data pribadi pelanggan dalam lingkungan online. Keamanan merupakan persepsi nasabah terhadap system keamanan yang disebut sebagai perlindungan privasi dalam transaksi e-banking.

#### **D. Persepsi risiko**

Persepsi risiko adalah suatu persepsi pelanggan tentang ketidakpastian dan konsekuensi-konsekuensi tidak diinginkan dalam melakukan suatu kegiatan (Jogiyanto 2007) dalam (Farizi & Syaefullah, 2014, hal. 6). Bila diadaptasikan dengan konteks penelitian persepsi risiko adalah persepsi pengguna internet terhadap ketidakpastian dan konsekuensi yang dihadapi saat menggunakan transaksi online karena penggunaan transaksi online tidak terlepas dari risiko. Salah satu risiko terbesar penggunaan *mobile banking* adalah ancaman hacker dan penyalahgunaan rekening nasabah. Jika nasabah tidak dilindungi dengan system proteksi yang memadai dan berlapis, bank-bank terancam karena nasabah akan enggan melakukan transaksi melalui *mobile banking*. Akan tetapi, risiko penggunaan *mobile banking* juga semakin mudah dipahami dengan adanya kemudahan akses informasi melalui internet tentang penyalahgunaan layanan perbankan seperti cracking, skimming, dan hacking melalui ATM, kartu kredit, dan *mobile banking*. Dari penelitian oleh Safeena dkk. (2009) dalam (Farizi & Syaefullah, 2014) di India, mereka menggunakan empat variabel yaitu persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, persepsi risiko dan kesadaran. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa ke empat variabel tersebut merupakan faktor-faktor yang kuat dan positif mempengaruhi pelanggan dalam mengadopsi e-banking. Polatoglu dan Ekin (2001) dalam (Farizi & Syaefullah, 2014) juga menemukan bahwa risiko dianggap merupakan salah satu faktor utama yang mempengaruhi adopsi konsumen, serta

kepuasan pelanggan layanan e-banking. Risiko yang dirasakan biasanya timbul dari ketidakpastian. Penelitian yang dilakukan oleh Widyarini dan Putro (2008) juga dengan hasil penelitian diperoleh bahwa persepsi risiko berpengaruh signifikan terhadap niat menggunakan e-banking.

Menurut (Suryani, Perilaku Konsumen di Era Internet, 2013, hal. 86) persepsi risiko merupakan ketidakpastian yang akan dihadapi oleh nasabah ketika nasabah tidak mampu melihat kemungkinan yang akan terjadi akibat pengambilan keputusan. Terdapat enam jenis risiko yang akan dipertimbangkan oleh nasabah (Suryani, Perilaku Konsumen di Era Internet, 2013)

1. Risiko Keuangan

Resiko keuangan merupakan resiko yang timbul akibat kerugian dari aspek keuangan yang akan dialami oleh nasabah ketika menggunakan *mobile banking*.

2. Risiko Kinerja

Resiko kinerja merupakan resiko dari produk yang tidak dapat memberikan kinerja seperti yang di harapkan dalam menggunakan layanan *mobile banking*.

3. Risiko Psikologis

Resiko psikologis merupakan resiko yang di hadapi ketika nasabah menggunakan *mobile banking*.

4. Risiko Fisiologis

Resiko fisiologis merupakan resiko yang timbul akibat pembelian produk yang dapat mengganggu fisik atau kesehatan konsumen seperti menggunakan *mobile banking*

5. Risiko Sosial

Risiko sosial timbul akibat penggunaan produk yang kurang diterima oleh konsumen di lingkungan masyarakat.

#### 6. Risiko Waktu

Risiko waktu merupakan risiko yang timbul akibat hilangnya waktu nasabah dalam menggunakan *mobile banking*

#### **E. Kemampuan Akses**

Semakin majunya teknologi informasi dan komunikasi dewasa ini, membuat nasabah semakin menuntut tersedianya fasilitas dan kecepatan akses, aman, mudah dan nyaman guna melakukan transaksi perbankan mereka. Banyak bank memahami perkembangan tren tersebut dan terus meningkatkan fasilitas perbankan transaksionalnya. Kemampuan akses meliputi akses secara fisik (infrastruktur) dan kemampuan menggunakan sistem. (Karahanna, Straub, & and Chervany, 1999) menyatakan bahwa jika informasi sistem dapat semakin mudah untuk diakses, maka semakin sedikit usaha yang diperlukan untuk menggunakan sistem tersebut. Dalam konteks *mobile banking*, kemampuan akses tidak hanya kemampuan nasabah dalam menggunakan sistem, tetapi juga kemampuan akses internet dan HP secara fisik. Adanya infrastruktur teknologi yang memadai, aplikasi pemasaran melalui internet dan HP, seperti *mobile banking* akan dapat dikerjakan dengan lebih mudah. (Magaret & Thompsonn, 2000) menyatakan bahwa kemampuan akses *mobile banking* merupakan fasilitator dalam pengadopsian karena kapasitas *mobile banking* mendorong pengguna untuk mempersepsikan teknologi menjadi lebih baik.

#### **F. Kecepatan transaksi**

Jumlah waktu yang dibutuhkan untuk melakukan transaksi perbankan secara offline relatif lebih lama daripada waktu untuk transaksi melalui *mobile banking* untuk melakukan transaksi yang sama dengan mengunjungi bank cabang. Dalam literatur *mobile banking*, beberapa Studi membahas tentang pentingnya kecepatan melakukan transaksi bank

dengan menggunakan mobile banking. Dalam penelitian yang dilakukan oleh (Alsamydai, Yassen, Alnaimi, Dajani, & Al-Qirem, 2014) berpendapat bahwa saat melakukan transaksi yang berbeda dengan bank dengan menggunakan mobile banking lebih rendah daripada melakukan transaksi yang sama dengan menggunakan secara offline perbankan. Artinya, semakin tinggi kecepatan transaksi, lebih baik pelanggan merasakan manfaat dari mobile banking.

#### **4. Mobile Banking**

Salah satu produk teknologi layanan perbankan adalah mobile banking, fasilitas perbankan melalui komunikasi bergerak seperti telepon seluler berbasis internet mempunyai fungsi yang sama seperti ATM kecuali mengambil uang tunai (ibid h.110). Menurut Ronald M Hutabarat (2010) mendefinisikan mobile banking adalah "sebuah fasilitas perbankan melalui komunikasi bergerak seperti handphone dengan penyediaan fasilitas yang hampir sama dengan ATM kecuali mengambil uang cash". Menurut Turban (2004), mobile banking merupakan suatu aplikasi penerapan *mobile commerce* yang berfokus terhadap masalah finansial perbankan, sehingga memungkinkan dilakukannya kegiatan-kegiatan seperti kegiatan yang dapat dilakukan melalui ATM (*Automated Teller Machine*) dengan memanfaatkan perangkat mobile. *Mobile banking* atau biasa disebut dengan *mobile banking* adalah salah satu bentuk jasa atau layanan perbankan yang ditawarkan kepada para nasabahnya demi mempermudah nasabah dalam melakukan transaksi keuangan di perbankan.

Pengertian *mobile banking* menurut Riswandi, Budi Agus(2005,83) *mobile banking* suatu layanan inovatif yang ditawarkan oleh bank yang memungkinkan pengguna kegiatan transaksi perbankan melalui *smartphone*.

*Mobile banking* atau yang lebih dikenal dengan sebutan *mobile banking* merupakan sebuah fasilitas atau layanan perbankan menggunakan alat komunikasi bergerak seperti handphone, dengan penyediaan fasilitas untuk bertransaksi perbankan melalui aplikasi (unggulan) pada handphone. Melalui adanya handphone dan layanan *mobile banking*, transaksi perbankan yang biasanya dilakukan secara manual, artinya kegiatan yang sebelumnya dilakukan nasabah

dengan mendatangi bank, kini dapat dilakukan tanpa harus mengunjungi gerai bank, hanya dengan menggunakan handphone nasabah dapat menghemat waktu dan biaya, selain menghemat waktu mobile banking juga bertujuan agar nasabah tidak ketinggalan jaman dalam menggunakan media elektronik yang sudah modern dan juga bisa lebih memanfaatkan media handphone yang biasanya digunakan untuk berkomunikasi tetapi juga dapat digunakan untuk berbisnis atau bertransaksi. Layanan *mobile banking* memberikan kemudahan kepada para nasabah untuk melakukan transaksi perbankan seperti cek saldo, transfer antar rekening, dan lain-lain. Dengan fasilitas ini semua orang yang memiliki ponsel dapat dengan mudah bertransaksi di mana saja dan kapan saja. Pada akhirnya bankberamai-ramai menyediakan fasilitas *mobile banking* demi mendapatkan kepuasan dan peningkatan jumlah nasabah. *Mobile banking* merupakan suatu layanan perbankan yang dapat diakses langsung oleh nasabah melalui handphone dengan menggunakan menu yang sudah tersedia di *Subscriber Identity Module Card (SIM Card)* atau biasa dikenal dengan Menu Layanan Data atau *SIM Toolkit*.

Manfaat mobile banking sangatlah membantu nasabah karena nasabah dapat menghemat biaya dan waktu, mobile banking dapat diakses oleh nasabah 24 jam sehingga nasabah tidak perlu datang langsung ke kantor cabang atau mesin atm yang memakan waktu cukup lama. Layanan yang ada dalam mobile banking adalah transfer, cek saldo, transaksi keuangan, pembayaran aplikasi kredit dan pembayaran tagihan umum. Perkembangan mobile banking terbilang sangatlah cepat karena keberadaan mobile banking sangatlah membantu masyarakat modern dalam melakukan transaksi keuangan, juga dilihat dari semakin majunya teknologi yang ada serta masyarakat yang selalu mengikuti perkembangan zaman, masyarakatdi perlu mengatri ke bank untuk melakukan transaksi keuangan, cukup menggunakan mobile banking yang dapat di akses dimana saja dan kapan saja. Selain banyak memiliki manfaat, mobile banking tentunya mempunyai resiko yang mungkin terjadi dalam penggunaan mobile banking, contoh seperti penipuan, kejahatan melalui dunia maya dan lain sebagainya, sehingga baik nasabah maupun pihak bank perlu berhati-hati dan teliti dalam menggunakan

mobile banking dan tidak mudah percaya terhadap pemberitahuan yang tidak jelas. Namun nasabah diharapkan bisa mendapatkan perlindungan dengan adanya peraturan mengenai perbankan dan perlindungan terhadap konsumen dalam Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang perbankan dan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen.

## 5. Hipotesis:

Menurut Sugiyono (2006:51) hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan penelitian. Dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru berdasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data (Widiartanto). Berdasarkan permasalahan yang ada, dapat dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut:

### **H1: Ada pengaruh kepuasan nasabah terhadap persepsi manfaat yang di peroleh oleh nasabah**

Persepsi kemanfaatan adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerja. Menurut (Thompson, Ronald, Christopher.A.H, 1991) bahwa kemanfaatan teknologi informasi merupakan manfaat yang diharapkan oleh pengguna teknologi informasi dalam melaksanakan tugas. Menurut (Wibowo, 2008) mengatakan bahwa persepsi manfaat adalah suatu ukuran yang mana penggunaan suatu teknologi dipercaya akan mendatangkan manfaat bagi orang yang menggunakannya.

### **H2: Ada pengaruh kepuasan nasabah terhadap persepsi kemudahan dalam menggunakan *mobile banking***

Malhotra dan Galleta dalam Hapsara (2015) mendefinisikan persepsi kemudahan yaitu tingkat kepercayaan seseorang bahwa system teknologi tertentu dapat digunakan dengan mudah (tanpa usaha). Pernyataan ini sejalan dengan penelitian hapsara (2015) serta mubiyantoro dan syaefullah (2014) yang menyatakan bahwa kemudahan berpengaruh terhadap layanan *mobile banking*. Persepsi kemudahan penggunaan merupakan tingkat dimana seseorang percaya bahwa teknologi mudah untuk dipahami (Davis, 1989:320). Definisi tersebut juga

didukung oleh Arief Wibowo (2006) yang menyatakan bahwa persepsi tentang kemudahan penggunaan sebuah teknologi didefinisikan sebagai suatu ukuran dimana seseorang percaya bahwa teknologi tersebut dapat dengan mudah dipahami dan digunakan.

**H3: Ada pengaruh kepuasan nasabah terhadap persepsi keamanan dalam menggunakan *mobile banking***

Menurut penelitian terdahulu yang dilakukan Gilaninia *et al.* (2011), sistem keamanan disebut sebagai perlindungan kerahasiaan dalam transaksi *e-banking*. keamanan dapat ditingkatkan dengan penggunaan enkripsi yang memadai, tanda tangan digital dan firewall. Dalam penelitian Dixit Neha *et al.* (2010), Keamanan didefinisikan sebagai probabilitas subjektif dengan konsumen percaya bahwa informasi pribadi mereka tidak akan dilihat, disimpan dan dimanipulasi oleh pihak yang tidak berkepentingan. Sedangkan dalam penelitian yang dilakukan Wadie Nasri *et al.* (2014), keamanan dan kerahasiaan didefinisikan sebagai perlindungan terhadap ancaman keamanan dan control informasi data pribadi pelanggan dalam lingkungan online. keamanan merupakan persepsi nasabah terhadap sistem keamanan yang disebut sebagai perlindungan privasi dalam transaksi *e-banking*. Keamanan dapat ditingkatkan dengan penggunaan enkripsi yang memadai dan tanda tangan digital (Shahram Gilaninia, *et al.*, 2011). Keamanan dalam layanan *e-banking* yaitu setiap akan melakukan transaksi maka nasabah harus memasukkan PIN yang tidak diketahui orang lain. Kerahasiaan didefinisikan sebagai hak seseorang untuk dibiarkan sendiri dan dapat memiliki kontrol atas aliran dan pengungkapan informasi tentang dirinya sendiri (Shahram Gilaninia, *et al.*, 2011).

**H4 : Ada pengaruh kepuasan nasabah terhadap persepsi resiko dalam menggunakan *mobile banking***

Persepsi risiko adalah suatu persepsi pelanggan tentang ketidakpastian dan konsekuensi-konsekuensi tidak diinginkan dalam melakukan suatu kegiatan (Jogiyanto 2007) dalam Hadyan Farizi dan Syaefullah, (2014: 6). Bila diadaptasikan dengan konteks penelitian persepsi risiko adalah persepsi pengguna

internet terhadap ketidakpastian dan konsekuensi yang dihadapi saat menggunakan transaksi online karena penggunaan transaksi online tidak terlepas dari risiko. Salah satu risiko terbesar penggunaan *mobile banking* adalah ancaman hacker dan penyalahgunaan rekening nasabah. Jika nasabah tidak dilindungi dengan system proteksi yang memadai dan berlapis, bank bank terancam karena nasabah akan enggan melakukan transaksi melalui *mobile banking*. Akan tetapi, risiko penggunaan *mobile banking* juga semakin mudah dipahami dengan adanya kemudahan akses informasi melalui internet tentang penyalahgunaan layanan perbankan seperti cracking, skimming, dan hacking melalui ATM, kartu kredit, dan *e-banking*.

**H5: Ada pengaruh kepuasan nasabah terhadap kemampuan akses dalam menggunakan *mobile banking***

Kemampuan akses meliputi akses secara fisik (infrastruktur) dan kemampuan menggunakan sistem. (Karahanna, Straub, & and Chervany, 1999) menyatakan bahwa jika informasi sistem dapat semakin mudah untuk diakses, maka semakin sedikit usaha yang diperlukan untuk menggunakan sistem tersebut. Dalam konteks *mobile banking*, kemampuan akses tidak hanya kemampuan nasabah dalam menggunakan sistem, tetapi juga kemampuan akses internet dan HP secara fisik. Adanya infrastruktur teknologi yang memadai, aplikasi pemasaran melalui internet dan HP, seperti *mobile banking* akan dapat dikerjakan dengan lebih mudah. (Magaret & Thompsonn, 2000) menyatakan bahwa kemampuan akses *mobile banking* merupakan fasilitator dalam pengadopsian karena kapasitas *mobile banking* mendorong pengguna untuk mempersepsikanteknologi menjadi lebih baik.

**H6 : Ada pengaruh kepuasan nasabah terhadap kecepatan transaksi dalam menggunakan *mobile banking***

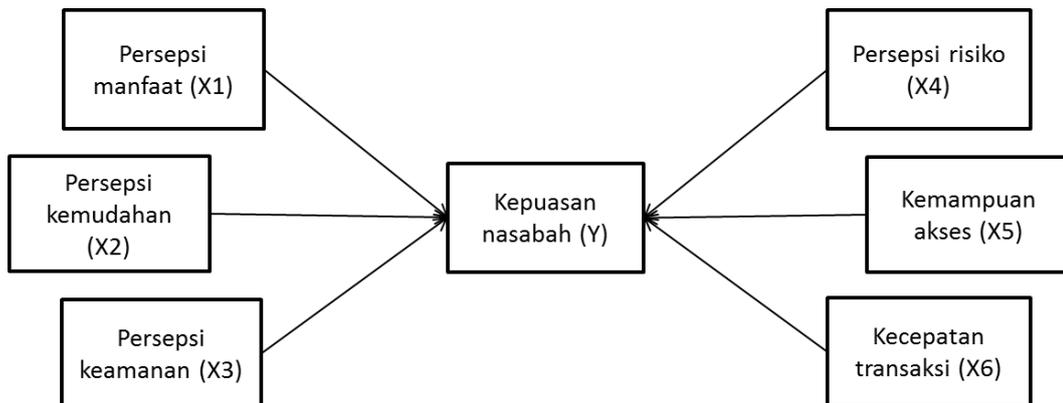
Kecepatan dapat diartikankan dengan kecepatan internet banking untuk memberikan informasi yang diinginkan pengguna internet banking (Mukherjee

dan Nath, 2003). Hasil penelitian terdahulu yang dilakukan Shergill dan Li (2005) menunjukkan bahwa konsumen mempertimbangkan speed of response dengan serius ketika berkomunikasi dengan penyedia layanan internet banking.

## **6. Kerangka Berfikir**

Berdasarkan (Irawan, 2002) kepuasan berasal dari bahasa latin yaitu satis yang berarti to do atau melakukan. Jadi produk dan jasa yang dapat memuaskan nasabah adalah apabila barang dan jasa tersebut sesuai dengan harapan nasabah. Kepuasan konsumen adalah keadaan yang dicapai bila produk sesuai dengan kebutuhan atau harapan konsumen dan bebas dari kekurangan. Secara konseptual kepuasan merupakan hasil pembelian dan pemakaian yang didapatkan dari perbandingan yang dilakukan oleh pembeli atas reward dan biaya pembelian dengan konsekuensi yang diantisipasi. Secara oprasional kepuasan serupa dengan sikap dimana penilaiannya didasarkan pada berbagai atribut. Kepuasan adalah perasaan puas yang didapatkan konsumen karna mendapatkan value dari penyedia jasa, value ini bisa berasal dari produk pelayanan, dan sistem.

Sedangkan konsumsi dalam islam tidak hanya bertujuan untuk mencari kepuasan fisik saja, tetapi lebih mempertimbangkan aspek masalah yang menjadi tujuan dari syariat islam (maqashid syariah). Tolak ukur keberhasilan suatu bank, salah satunya bergantung pada kepuasan nasabah. Untuk itu pihak-pihak terkait harus membangun kepercayaan nasabah agar senantiasa menggunakan jasa atau produk yang telah disediakan, salah satu dengan cara mengoptimalkan layanan mobile banking syariah, seperti manfaat yang di peroleh oleh konsumen, kemudahan dalam pengoprasian mobile banking, kemampuan akses nasabah, meningkatkan keamanan dan meminimalisir tingkat resiko dalam penggunaan mobile banking syariah.



**Gambar 2.1 Kerangka pemikiran**

Dalam kerangka pemikiran menjelaskan tentang pengaruh variabel *independent* dengan variabel *dependent*.

Dimana : X = variable independen yaitu persepsi manfaat, persepsi kemudahan, persepsi keamanan dan kerahasiaan, kemampuan akses, dan kecepatan transaksi.

Y= variable dependen yaitu kepuasan nasabah dalam menggunakan pemanfaatan fasilitas mobile banking

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Desain Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian yang berbentuk penelitian lapangan (*field research*), menurut Kriyantono (2008) *field research* merupakan penelitian yang dilakukan dengan mengumpulkan data dan informasi nya diperoleh dari kegiatan lapangan penelitian. Karena penelitian ini adalah kausal.

Penelitian kausal meneliti hubungan sebab-akibat antara dua variabel atau lebih. Penelitian kausal menjelaskan pengaruh perubahan variasi nilai dalam suatu variabel terhadap perubahan variasi nilai dalam suatu variabel terhadap perubahan variasi nilai variabel lain. Dalam penelitian kausal, variabel independen sebagai variabel sebab dan variabel dependen sebagai variabel akibat Silalahi (2009).

#### B. Populasi dan Sampel

##### 1. Populasi

Populasi adalah suatu kumpulan menyeluruh dari suatu obyek yang merupakan perhatian peneliti (Ronny, 2007). Menurut (Cooper & Emory, 1995) populasi adalah seluruh kumpulan elemen yang dapat kita gunakan untuk membuat beberapa kesimpulan. Dalam penelitian ini populasi yang diambil adalah seluruh nasabah pengguna mobile banking pada Bank Syariah di Yogyakarta. Adapun dalam penelitian ini, populasi nya adalah Sampel

##### 2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2012). Dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik *quota sampling*. Jalaluddin (1995) menyatakan bahwa *quota sampling* yaitu pengambilan anggota sampel berdasarkan jumlah yang diinginkan oleh peneliti. Kelebihan dari pengambilan menurut jumlah ini adalah praktis, karena jumlah sudah

ditentukan dari awal. Sampel yang akan diambil sebanyak 200 orang. Menurut Tabachnick and Fidell (1996) memberi rumus guna menghitung sampel yang dibutuhkan agar bisa mewakili populasi tersebut maka digunakan rumus=  $n > 50 + 7(m)$ , dimana:  $n$ = jumlah sampel dan  $m$ = jumlah variabel bebas

### **C. Sumber Data**

(Suryabrata, 2010, hal. 38) Seperti telah disebutkan, kualitas data ditentukan oleh kualitas alat pengambil data atau alat pengukurnya. Kalau alat pengambil datanya cukup realibel dan valid, maka datanya juga akan cukup realibel dan valid. Oleh karena itu instrumen yang telah teruji validitasnya dan reliabilitasnya, belum tentu dapat menghasilkan data yang valid dan realibel, apabila instrumen tersebut tidak digunakan secara tepat dalam pengumpulan datanya. Pengumpulan data dapat menggunakan sumber primer, dan sumber sekunder. Penelitian ini menggunakan data primer dan sekunder berupa:

#### **1. Sumber Primer**

Sumber primer merupakan sumber data yang memberikan data kepada pengumpul data (Sumarni & Wahyuni, 2007, hal. 85). Sumber primer yang dimaksud dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh secara langsung dari responden dengan cara memberi kuesioner (angket) dengan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada reponden untuk dijawabnya. Dalam melakukan pengajuan kuesioner (angket) disusun berdasarkan variabel yang telah dibuat sebelumnya. Kuesioner ini diberikan kepada nasabah bank syariah yang menggunakan fasilitas mobile banking syariah.

#### **2. Sumber Sekunder**

Menurut (Sumarni & Wahyuni, 2007, hal. 85) sumber sekunder adalah sumber data yang secara tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalkan melalui dokumen atau arsip. Menurut (Suryabrata, 2010, hal. 39) sumber sekunder adalah biasanya telah tersusun dalam bentuk dokumen-dokumen. Sumber-sumber sekunder

penelitian ini adalah data yang diperoleh dari jurnal, makalah, buku, dan hasil penelitian sebelumnya.(Nugroho, Anton P.,2018).

#### **D. Teknik Pengumpulan Data**

Dalam penelitian ini penulis melakukan pengumpulan data dengan cara :

##### **1. Kuesioner (angket)**

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2008). Menurut (Subiyanto, 1998, hal. 62) Kuesioner atau angket dilakukan dengan meminta informasi dari responden mengenai sesuatu masalah yang disampaikan dengan sukarela. kuesioner yang digunakan adalah pertanyaan terbuka, penulis terjun langsung ke lapangan dengan menyebarkan kuesioner. Penulis mengambil data atau informasi yang di inginkan dengan cara mengajukan daftar pertanyaan berupa angket kepada nasabah yang menggunakan mobile banking di berbagai Bank Syariah di Indonesia.

##### **2. Studi kepustakaan**

Peneliti mempelajari beberapa literature tertulis baik yang bersumber pada buku, jurnal, tesis, karya ilmiah dan lain-lain yang di anggap berkaitan dengan pembahasan penelitian ini.

#### **E. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel**

##### **1. Definisi Operasional**

Definisi operasional merupakan segala sesuatu yang menjadi objek dalam penelitian (Kurniawan et al., 2013). Variabel yang digunakan dibagi menjadi dua yaitu variabel dependent dan variabel independent.

###### **a. Variabel *Dependent* (Y)**

Menurut Ferdinand variabel dependent yaitu variabel yang menjadi pusat perhatian peneliti. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependent yaitu kepuasan nasabah atau kepuasan konsumen adalah keadaan yang dicapai bila produk sesuai dengan kebutuhan atau harapan konsumen dan bebas dari kekurangan. Secara konseptual kepuasan

merupakan hasil pembelian dan pemakaian yang didapatkan dari perbandingan yang dilakukan oleh pembeli atas reward dan biaya pembelian dengan konsekuensi yang diantisipasi. Secara oprasional kepuasan serupa dengan sikap dimana penilaiannya didasarkan pada berbagai atribut. Kepuasan adalah perasaan puas yang didapatkan konsumen karna mendapatkan value dari penyedia jasa. Value ini bisa berasal dari produk pelayanan, dan sistem.

b. Variabel Independent (X)

Merupakan variabel yang mempengaruhi variabel lain. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel independent adalah:

1. Persepsi manfaat (X1)

Persepsi kemanfaatan merupakan suatu kepercayaan tentang proses pengambilan keputusan. Jika seseorang merasa percaya bahwa sistem berguna maka dia akan menggunakannya. Sebaliknya jika seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi kurang berguna maka dia tidak akan menggunakannya, dan jika suatu sistem tersebut bermanfaat bagi nasabah yang menggunakan maka nasabah akan puas terhadap sistem tersebut.

2. Persepsi kemudahan (X2)

Persepsi kemudahan penggunaan merupakan tingkat dimana seseorang percaya bahwa teknologi mudah untuk dipahami (Davis, 1989:320). definisi terebut juga didukung oleh Arief Wibowo (2006) yang menyatakan bahwa persepsi tentang kemudahan penggunaan sebuah teknologi didefinisikan sebagai suatu ukuran dimana seseorang percaya bahwa teknologi tersebut dapat dengan mudah dipahami dan digunakan, apabila mobile banking yang disediakan oleh pihak perbankan mudah digunakan maka nasabah akan merasa puas dengan mobile banking tersebut.

3. Persepsi keamanan (X3)

Keamanan didefinisikan sebagai perlindungan terhadap ancaman keamanan dan control informasi data pribadi pelanggan dalam lingkungan online. Keamanan merupakan persepsi nasabah terhadap system keamanan yang disebut sebagai perlindungan privasi dalam transaksi e-banking, jika semakin baik tingkat keamanan dan kerahasiaan bank maka tingkat kepuasan dan kepercayaan nasabah semakin tinggi.

4. Persepsi resiko (X4)

Polatoglu dan Ekin (2001) dalam Hadyan Farizi dan Syaefullah, (2014: 6) juga menemukan bahwa risiko dianggap merupakan salah satu faktor utama yang mempengaruhi adopsi konsumen, serta kepuasan pelanggan layanan e-banking. Risiko yang dirasakan biasanya timbul dari ketidakpastian. Penelitian yang dilakukan oleh Widyarini dan Putro (2008) juga dengan hasil penelitian diperoleh bahwa persepsi risiko berpengaruh signifikan terhadap niat menggunakan e-banking. Namun dalam penelitian yang dilakukan oleh (Listiyawati, 2018) bahwa persepsi resiko tidak berpengaruh terhadap penggunaan *internet banking*.

5. Kemampuan akses (X5)

Accessibility is Ability to get on the site quickly and to reach the company when needed (Zeithaml, Bitner & Gremler:111. 2009). Jadi kemampuan mengakses adalah kemampuan untuk mengakses situs dan menghubungi pihak bank ketika dibutuhkan, menurut penelitian yang dilakukan oleh (Nisa, Ariyani, & Oktaviani, 2013) bahwa Kemampuan mengakses adalah tentang layanan yang tersedia di internet banking, dalam penelitian tersebut mengungkapkan bahwa kemampuan akses berpengaruh positif terhadap minat menggunakan internet banking bank mandiri

6. Kecepatan transaksi (X6)

Dalam penelitian yang dilakukan oleh (Nisa, Ariyani, & Oktaviani, 2013) bahwa kecepatan berpengaruh positif terhadap

penggunaan internet banking. Pengguna setuju bahwa saat bertransaksi tidak ada waktu tunggu, respon terhadap keluhan memuaskan dan mereka setuju bahwa aliran transaksi internet banking lebih cepat dari saluran perbankan tradisional.

## 2. Pengukuran Variabel

Pengukuran merupakan proses mapping sebuah aspek ke dalam aspek yang lain berdasarkan aturan tertentu. Proses mapping ini selalu disertai proses koding/memberi tanda dari jawaban responden. Salah satu tipe jawaban responden tersebut merupakan jawaban tertutup/pilihan. Pertanyaan-pertanyaan dengan jawaban tertutup ini, jenis jawabannya dapat kita golongkan kedalam. Salah satu jenis skala yang banyak digunakan pada penelitian sosial adalah skala likert. Skala likert sesungguhnya merupakan skala kualitatif katagorik atau ordinal, namun sering kali diperlakukan sebagai skala interval. Sesuai dengan jenis skalanya yang ordinal maka operasi aritmatika tidak dapat dilakukan, karena skala ordinal sebenarnya bukan angka atau rasio. Label yang biasanya ada pada skala likert, dan dipilih oleh peneliti, ada kecenderungan untuk mempengaruhi jawaban responden, kemudian informasi bisa saja hilang atau ter *diskrupsi* karena terbatasnya alternatif jawaban. Problem-problem yang muncul terhadap kesalahan atas penggunaan skala ordinal (terutama likert), dapat dengan mudah dihilangkan dengan menggunakan *continuos rating scale* (Nugroho, Anton P., 2015). Berdasarkan pertimbangan-pertimbangan di atas, instrumen penelitian ini menggunakan jawaban yang bertipe *continuos rating scale*. Skala jenis ini merupakan skala dengan dua alternatif jawaban yang saling bertolak belakang atau *bipolar*, misalnya tidak setuju dengan sangat setuju, tidak yakin dengan sangat yakin, senang dengan sedih dsb. Skala *bipolar* merupakan skala yang tepat untuk digunakan pada penelitian sikap dan perilaku. Skala *continuos rating scale* merupakan skala dengan nilai

angka 1 sampai 10, ada pula yang menggunakan skala 10 sampai dengan 100. Responden diminta memilih angka/nilai yang dianggap mewakili.

Contoh:

**Tabel 3.2**  
**Contoh pengukuran variabel**

No	Item	Jawaban
1	Faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 ← Tidak setuju Sangat setuju

#### F. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Secara spesifik semua fenomena ini disebut *variable*, Sugiyono (2015). Pengambilan data akan dilakukan dengan penyebaran kuesioner pada nasabah pengguna mobile banking syariah di Yogyakarta. Tipe pertanyaan pada kuesioner tertutup, dimana responden untuk membuat pilihan dari serangkaian *alternative* pilihan jawaban yang terdapat dalam kuesioner. *Alternative* jawaban merupakan pengembangan dari variabel penelitian.

Kuesioner akan dibagi menjadi dua bagian. Bagian pertama berisi mengenai informasi data responden meliputi nama, usia, pendidikan terakhir dan pendapatan perbulan. Sedangkan bagian kedua berisi tentang pertanyaan-pertanyaan yang digunakan untuk mengukur variabel-variabel dalam penelitian.

**Tabel 3.3**  
**Kisi-kisi Instrumen Penelitian**

<b>Variabel</b>	<b>Definisi Operasional</b>	<b>Indikator</b>	<b>Jumlah Butir</b>
Persepsi manfaat (X1), Novi (2015)	Persepsi kemanfaatan dapat diartikan sebagai kepercayaan seseorang akan manfaat yang timbul akibat menggunakan suatu teknologi.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Transaksi perbankan menjadi lebih cepat</li> <li>- Meningkatkan performa kerja</li> <li>- Meningkatkan produktivitas</li> <li>- Efisien</li> <li>- Efektif</li> <li>- Tidak mengantri</li> </ul>	1 1 1 1 1 1
Persepsi kemudahan (X2), Gangsar Prawiramulia (2014)	Persepsi kemudahan penggunaan merupakan sejauh mana seseorang percaya bahwa dalam menggunakan suatu teknologi tidak memerlukan usaha yang besar, artinya mudah untuk digunakan	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Praktis dan mudah digunakan</li> <li>- Lebih mudah diakses dibandingkan <i>internet banking</i></li> <li>- Jelas dan mudah digunakan</li> <li>- Tampilan sederhana</li> <li>- Tampilan aplikasi dan layanan</li> </ul>	1 1 1 1 2
Persepsi keamanan (X3), Gangsar Prawiramulia (2014)	Perhatian keamanan yaitu melindungi pelanggan dari risiko penipuan dan kerugian finansial ditunjukkan pada sikap pelanggan terhadap mengadopsi layanan keuangan online	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Keamanan saat transaksi</li> <li>- Pengendalian keamanan keuangan dari bank</li> <li>- Kerahasiaan data pribadi</li> <li>- Pengendalian secara optimal oleh bank</li> <li>- Lebih aman dari <i>mobile banking</i> konvensional</li> </ul>	1 1 1 1 1

Persepsi resiko(X4), Novi (2015)	Penilaian konsumen tentang kemungkinan bahwa hail negatif akan terjadi dan tentang negativitas dari hasil-hasil tersebut	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Resiko tinggi</li> <li>- Resiko peretasan akun</li> <li>- Resiko gangguna pada layanan</li> </ul>	<p style="text-align: right;">2</p> <p style="text-align: right;">1</p> <p style="text-align: right;">1</p>
Kemampuan akses(X5), Novi (2015)	Memberikan pemberitahuan yang cukup kepada nasabah, dan menyarankan alternative untuk menyelesaikan transaksi nasabah pada jam penutupan dalam kasus kebutuhan mendesak.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Perangkat teknologi yang mendukung</li> <li>- Kebebasan penggunaan (lokasi dan waktu)</li> <li>- Mampu menggunakan layanan untuk pembayaran dalam transaksi</li> <li>- Mampu mengoperasikan sistem</li> <li>- Pengetahuan pribadi</li> </ul>	<p style="text-align: right;">1</p> <p style="text-align: right;">2</p> <p style="text-align: right;">1</p> <p style="text-align: right;">1</p> <p style="text-align: right;">1</p>
Kecepatan (X6) Novitasari Putri Wulandari dan Nadya Novandriani Karina Moeliono (2017)	tindakan tertentu, seperti meningkatkan kecepatan pengolahan informasi dan pelanggan, cenderung memiliki efek yang penting dalam hal menyenangkan pelanggan.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tidak ada antrian</li> <li>- Frekuensi jarak</li> <li>- Proses transaksi cepat dan berjalan dengan baik</li> <li>- Lebih cepat dibandingkan bank tradisionalRespon terhadap keluhan</li> </ul>	<p style="text-align: right;">1</p> <p style="text-align: right;">1</p> <p style="text-align: right;">2</p> <p style="text-align: right;">1</p>
Kepuasan nasabah (Y), Gangsar Prawiramulia (2014)	Kepuasan adalah perasaan puas yang didapatkan konsumen karna mendapatkan value dari penyedia jasa. Value ini bisa berasal dari produk pelayanan, dan sistem.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Layanan sesuai dengan kebutuhan</li> <li>- Layanan melebihi harapan</li> <li>- Kepuasan terhadap kemudahan</li> <li>- Kepuasan dengan minimnya resiko</li> <li>- Kepuasan dengan</li> </ul>	<p style="text-align: right;">1</p>

		kualitas keamanan - Kepuasan dengan kualitas layanan	1
--	--	--	---

### G. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Sebelum digunakan dalam penelitian, kuesioner atau angket harus di uji terlebih dahulu. Uji instrument dilakukan untuk mengetahui instrument yang diukur benar-benar sudah valid, karena baik buruk nya instrument akan berpengaruh pada valid tidak nya data dan sangat menentukan bermutu tidak nya hasil penelitian.

#### 1) Uji Validitas

Uji validitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan kevalidan atau kesahihan suatu instrument (Validitas, 2008). Dalam penelitian ini menggunakan *Construct validity*, berkenaan dengan kesanggupan alat ukur mengukur pengertian-pengertian yang terkandung dalam materi yang di ukurnya (Validitas, 2008). Jika suatu indikator mempunyai korelasi antara skor masing-masing indikator terhadap skor total nya maka dikatakan indikator tersebut valid, dalam menguji validitas penulis menggunakan bantuan aplikasi software SPSS. Uji validitas menggunakan rumus *korelasi product moment* sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{N \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{(N \sum x^2 - (\sum x)^2)(N \sum y^2 - (\sum y)^2)}}$$

Keterangan :

- $r_{xy}$  = koefisien korelasi
- $n$  = jumlah responden
- $X$  = jumlah skor item

Y = jumlah skor total

Tabel berikut menunjukkan hasil uji validitas 7 variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu persepsi manfaat, kemudahan penggunaan, keamanan, persepsi resiko, kemampuan akses, dan kecepatan transaksi dengan 201 sampel responden. Uji ini di hitung dengan membandingkan r hitung dan r tabel, apabila r hitung > r tabel maka pernyataan tersebut dikatakan valid dan sebaliknya jika r hitung < r tabel maka pernyataan tersebut dikatakan tidak valid. Diketahui nilai r tabel yaitu  $df = n - 2$  dimana n adalah jumlah sampel sehingga diperoleh  $df = 201 - 2 = 199$  dengan taraf signifikan 5% atau 0,05 maka diperoleh r tabel = 0,1384. Berikut hasil uji validitas dengan menggunakan SPSS 22:

**Tabel 3.4**  
**Uji Validitas**

Variabel	Item	<i>Corrected item total correlation</i>	<b>R table 5%</b>	Keterangan
<b>Persepsi Manfaat (X1)</b>	X1	0,535	0,1384	Valid
	X2	0,526	0,1384	Valid
	X3	0,593	0,1384	Valid
	X4	0,519	0,1384	Valid
	X5	0,488	0,1384	Valid
	X6	0,483	0,1384	Valid
<b>Kemudahan Penggunaan(X2)</b>	X1	0,629	0,1384	Valid
	X2	0,277	0,1384	Valid
	X3	0,607	0,1384	Valid
	X4	0,682	0,1384	Valid
	X5	0,513	0,1384	Valid
<b>Keamanan (X3)</b>	X1	0,577	0,1384	Valid
	X2	0,643	0,1384	Valid
	X3	0,597	0,1384	Valid
	X4	0,628	0,1384	Valid
	X5	0,383	0,1384	Valid

<b>Persepsi Resiko (X4)</b>	X1	0,286	0,1384	Valid
	X2	0,590	0,1384	Valid
	X3	0,360	0,1384	Valid
	X4	0,556	0,1384	Valid
<b>Kemampuan Akses (X5)</b>	X1	0,591	0,1384	Valid
	X2	0,597	0,1384	Valid
	X3	0,477	0,1384	Valid
	X4	0,672	0,1384	Valid
	X5	0,607	0,1384	Valid
	X6	0,660	0,1384	Valid
<b>Kecepatan Transaksi (X6)</b>	X1	0,554	0,1384	Valid
	X2	0,527	0,1384	Valid
	X3	0,301	0,1384	Valid
	X4	0,540	0,1384	Valid
	X5	0,555	0,1384	Valid
<b>Kepuasan Nasabah (Y)</b>	Y1	0,706	0,1384	Valid
	Y2	0,359	0,1384	Valid
	Y3	0,683	0,1384	Valid
	Y4	0,575	0,1384	Valid
	Y5	0,689	0,1384	Valid
	Y6	0,660	0,1384	Valid

Sumber: SPSS 22 for windows

Hasil pengujian validitas dengan SPSS pada tabel di atas dapat dilihat dari *Corrected item total correlation*, menunjukkan bahwa nilai korelasi > dari nilai r tabel 0,1384. Hal tersebut berarti bahwa semua pernyataan yang digunakan dalam penelitian ini untuk semua variabel mempunyai koefisien korelasi yang lebih besar dari r tabel 0,1384 maka dapat dikatakan semua item pernyataan pada semua variabel dinyatakan valid atau layak digunakan dalam penelitian penulis

## 2) Uji Realibilitas

Setelah di uji validitas, kemudian kuesioner di uji reliabilitas. Reliabilitas adalah konsisten, keajegan atau tidak berubah-ubah dalam mengukur apa yang diukurnya (Konstruk & Kriteria, n.d.). Pengujian reliabilitas bertujuan untuk menguji konsistensi jawaban para responden dalam menjawab kuesioner dalam penelitian, sehingga kesungguhan responden dapat dipercaya. Dalam penelitian ini menggunakan *cronbach alpha* dibantu dengan aplikasi SPSS. Adapun rumus nya sebagai berikut :

$$r_{11} = \left( \frac{n}{n-1} \right) \left( 1 - \frac{\sum \sigma_i^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Keterangan :

$r_{11}$  = realibilitas yang dicari

$\sum \sigma_i^2$  = jumlah varian skor

$\sigma_t^2$  = varian total

n = jumlah item pertanyaan yang di uji

**Tabel 3.5**  
**Uji Reliabilitas**

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Ketentuan nilai <i>cronbach's alpha</i>	Keterangan
All Variabel	0,941	0,70	Reliabel

Sumber: SPSS 22 *for windows*

Hasil uji reliabilitas yang telah dilakukan pada tabel 3.4 diatas dapat diketahui nilai *cronbach's alpha* dari seluruh variabel > dari 0,70. Maka dapat dikatakan setiap pernyataan pada semua variabel penelitian reliable. Sehingga butir-butir pernyataan variabel dapat digunakan untuk penelitian selanjut nya.

## H. Metode Analisis Data

### 1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif merupakan analisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana ada nya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang

berlaku untuk umum atau generalisasi, Sugiyono (2015). Dalam penelitian ini dimaksudkan analisis deskriptif yaitu menganalisis mengenai karakteristik responden yang terdiri dari nama, usia, pendidikan terakhir dan pendapatan perbulan.

## 2. Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda digunakan untuk menganalisis pengaruh beberapa variabel *independen* terhadap satu variabel *dependen* secara bersama-sama. Analisis data regresi ini menggunakan program aplikasi software SPSS. Dengan menggunakan rumus :

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + \beta_6 X_6 + e$$

Keterangan :

Y= Kepuasan nasabah	$\beta_1$ = persepsi manfaat
a= konstanta	$\beta_2$ = kemudahan penggunaan
e= eror	$\beta_3$ = keamanan
$X_1$ = persepsi manfaat	$\beta_4$ = persepsi resiko
$X_2$ = kemudahan penggunaan	$\beta_5$ = kemampuan akses
$X_3$ = keamanan	$\beta_6$ = kecepatan transaksi
$X_4$ = persepsi resiko	
$X_5$ = kemampuan akses	
$X_6$ = kecepatan transaksi	

## 3. Uji Asumsi Klasik

Pengujian ini dilakukan untuk melihat model kemungkinan ada nya gejala heteroskedasitas yaitu menunjukkan ada nya varian yang tidak konstan dari variabel residual, multikolinearitas yang merupakan keadaan dimana satu atau lebih variabel bebas dapat dinyatakan sebagai kombinasi dari variabel bebas lain nya dan uji autokorelasi yaitu menunjukkan keadaan dimana kesalahan pengganggu antara periode 1 dengan t-1 dalam regresi linier.

### a) Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti

diketahui bahwa uji t dan uji f mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Metode yang digunakan untuk mengetahui kenormalan regresi yaitu menggunakan uji *Chi Square* (Uji, Kuadrat, Spss, & Square, n.d.). *Chi square* digunakan untuk melihat ketergantungan antara variabel bebas dan variabel tergantung berskala nominal atau ordinal dan cocok untuk data yang  $> 30$ . Maka sebuah data dikatakan normal apabila nilai angka signifikansi  $< \alpha = 0,05$ .

#### **b) Uji Heteroskedastisitas**

Heteroskedastisitas adalah keadaan dimana terjadi nya ketidaksamaan varian dari residual pada model regresi. Model regresi yang baik mensyaratkan tidak ada nya masalah heteroskedastisitas. Dalam melakukan uji heteroskedastisitas pada penelitian ini menggunakan uji rank spearman yang dimana mengkorelasikan variabel *independent* terhadap nilai absolut dari residual hasil regresi. Pengujian *rank spearman* ini menggunakan koefisien signifikansi sebesar 5% atau 0,05. Adapun cara mendeteksi ada atau tidak nya heteroskedastisitas menggunakan program SPSS dengan cara melihat apabila nilai signifikansi atau sig. (2-tailed) lebih besar dari nilai 0,05 maka dapat dikatakan bahwa tidak terdapat masalah heteroskedastisitas. Sebaliknya jika nilai signifikansi atau sig. (2-tailed) lebih kecil dari nilai 0,05 maka dapat dikatakan bahwa terdapat masalah heteroskedastisitas.

#### **c) Uji Multikolenieritas**

Multikolenieritas adalah keadaan dimana antara dua variabel *independent* atau lebih pada model regresi terjadi hubungan linier yang sempurna atau mendekati sempurna. Model regresi yang baik mensyaratkan tidak ada nya masalah multikoleniaritas. Untuk mendeteksi ada tidak nya multikoleniaritas ada beberapa metode, antara lain dengan cara membandingkan nilai  $r^2$  dengan  $R^2$  dimana hasil regresi yang dihasilkan suatu estimasi model regresi empiris sangat tinggi dan antar variabel *independent* ada korelasi yang cukup

tinggi ( $<0,90$ ) atau dengan melihat tingkat nilai *tolerance*  $< 0,10$  serta nilai VIF (Variance Inflation Factor)  $> 10$  (Priyatno, 2010).

#### d) Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk menguji regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode  $t$  dengan kesalahan pada periode  $t-1$  (sebelumnya). Dalam melakukan uji autokorelasi digunakan bantuan program SPSS for windows. Deteksi adanya autokorelasi dengan melihat besaran *Durbin watson* yang secara umum dapat diambil patokan:

- a. Angka D-W dibawah  $-2$  berarti ada autokorelasi positif
- b. Angka D-W diantara  $-2$  sampai  $+2$  berarti tidak ada autokorelasi
- c. Angka D-W diatas  $+2$  berarti ada autokorelasi negative

#### 4. Uji Koefisien Determinan ( $R^2$ )

Koefisien determinasi adalah suatu nilai yang menggambarkan seberapa besar perubahan atau variasi dari variabel dependent bisa dijelaskan oleh perubahan atau variasi dari variabel independent. Dengan mengetahui nilai koefisien determinasi, peneliti dapat menjelaskan kebaikan dari model regresi dalam memprediksi variabel dependent. Terdapat dua jenis koefisien determinasi, yaitu  $r$  koefisien determinasi biasa dan koefisien determinasi disesuaikan (*Adjusted R Square*). Pada regresi berganda, menggunakan koefisien yang telah disesuaikan lebih baik dalam melihat seberapa baik model dibandingkan koefisien determinasi. Koefisien determinasi disesuaikan merupakan hasil penyesuaian koefisien determinasi terhadap tingkat kebebasan dari persamaan prediksi. Hal ini melindungi dari kenaikan bias atau kesalahan karena kenaikan dari jumlah variabel independen dan kenaikan jumlah sampel (Ashari, 2005).

### I. Pengujian Hipotesis

#### 1. Uji Parsial (uji $t$ )

Uji parsial ( $t$ -Test) memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh dari masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Dengan uji  $t$  dapat

diketahui apakah variabel bebas secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat atau tidak. Langkah pengujian nya sebagai berikut:

Merumuskan kriteria hipotesis nya :

- 1)  $H_0 : b_1 = 0$ , artinya tidak ada pengaruh yang signifikan secara parsial dari variabel (X) terhadap variabel (Y).
- 2)  $H_a : b_1 \neq 0$ , artinya ada pengaruh yang signifikan secara parsial dari variabel (X) terhadap variabel (Y).

Kriteria pengujian nya yaitu :

- 1) Taraf signifikan  $\alpha = 5\%$
- 2)  $H_0$  diterima jika  $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$  pada  $\alpha = 5\%$
- 3)  $H_0$  ditolak jika  $t \text{ hitung} \geq t \text{ tabel}$  pada  $\alpha = 5\%$

## 2. Uji Simultan (F)

Uji simultan digunakan untuk menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model memiliki pengaruh secara serentak atau bersama-sama terhadap variabel terikat. Langkah pengujian nya sebagai berikut:

Merumuskan kriteria hipotesis nya :

- 1)  $H_0 : b_1 = 0$ , artinya tidak ada pengaruh yang signifikan dari variabel independen (X) secara simultan terhadap variabel dependent (Y).
- 2)  $H_a : b_1 \neq 0$ , artinya ada pengaruh yang signifikan dari variabel independen (X) secara simultan terhadap variabel dependent (Y).

Kriteria pengujian nya yaitu:

- 1) Taraf signifikan  $\alpha = 5\%$
- 2)  $H_0$  diterima jika  $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$  pada  $\alpha = 5\%$
- 3)  $H_0$  ditolak jika  $t \text{ hitung} \geq t \text{ tabel}$  pada  $\alpha = 5\%$

## BAB IV

### ANALISIS DAN PEMBAHASAN

#### A. Gambaran Umum Responden

Responden dalam penelitian ini adalah nasabah yang menggunakan mobile banking syariah. Pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuisioner ke orang-orang yang mudah ditemui atau berada pada waktu yang tepat dan mudah dijangkau. Adapun gambaran responden dalam penelitian ini, telah diklasifikasikan penulis berdasarkan karakteristik nya, antara lain: jenis kelamin, usia, status, pendidikan, lama bekerja, apakah menggunakan *mobile banking* syariah, seberapa sering menggunakannya dalam sehari, fitur yang paling sering digunakan, untuk keperluan apa, kepuasan terhadap fitur layanan, *mobile banking* apa yang digunakan, mudah digunakan, terdapat fitur keamanan . Berikut adalah *frequency table* dari profil responden :

##### 1. Data jumlah kuisioner yang disebarkan

Tabel berikut ini menyajikan jumlah kuisioner yang disebarkan kepada responden

**Tabel 4.2.1**  
**Data Sampel Penelitian**

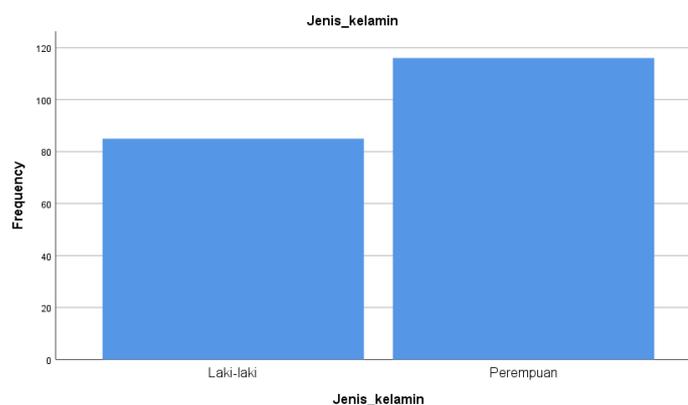
No	Keterangan	Jumlah
1.	Jumlah kuisioner yang disebarkan	210
2.	Jumlah kuisioner yang tidak kembali	4
3.	Jumlah kuisioner yang tidak dapat diolah	5
4.	Jumlah kuisioner yang dapat diolah	201

##### 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Dari hasil penyebaran kuisioner yang dilakukan penulis, diketahui hasil demografi responden berdasarkan jenis kelamin dengan jumlah

perempuan yang mendominasi, yaitu berjumlah orang 116 orang (57,7%) sedangkan responden laki-laki berjumlah 85 orang (41,8%). Adapun diagram dari distribusi frekuensi responden berdasarkan jenis kelamin adalah sebagai berikut:

**Grafik 4.2.1**  
**Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

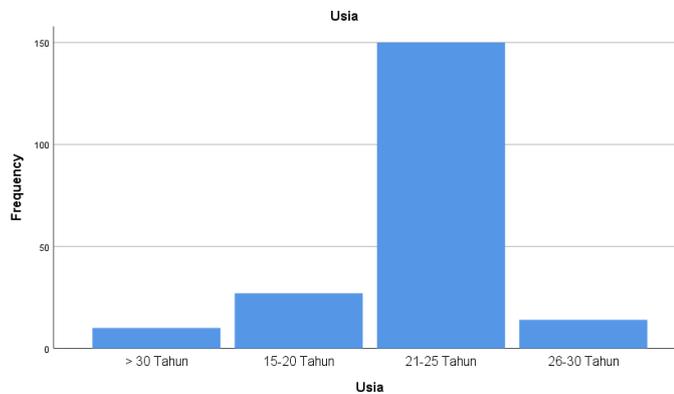


Sumber: SPSS 22 *for windows*

### 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Berdasarkan data primer yang penulis miliki, rentang usia responden yang dominan yaitu pada rentang usia 21-25 Tahun dengan jumlah 150 orang (74,6%). Rentang usia 15-20 Tahun dengan jumlah 27 orang (13,4%), sedangkan rentang usia 26-30 Tahun dengan jumlah 14 orang (7,0%) dan selebih nya yaitu pada usia 30 Tahun keatas dengan jumlah 10 orang (5,0%). Adapun diagram dari distribusi frekuensi responden berdasarkan usia sebagai berikut:

**Grafik 4.2.2**  
**Responden Berdasarkan Frekuensi Usia**

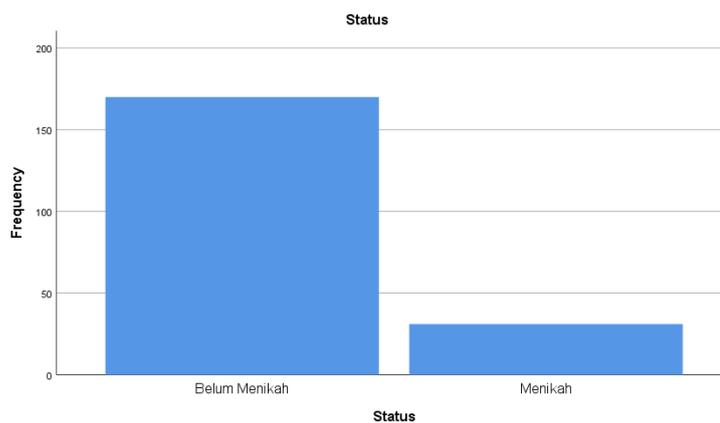


Sumber: SPSS 22 *for windows*

#### 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Status

Berdasarkan data yang diperoleh dari responden, diketahui hasil demografi responden berdasarkan status responden yaitu di dominasi oleh responden yang belum menikah sebanyak 170 orang (84,6%), sementara status menikah sebanyak 31 orang (15,4%). Berikut adalah diagram dari distribusi frekuensi responden berdasarkan pendidikan terakhir:

**Grafik 4.2.3**  
**Responden Berdasarkan Status**

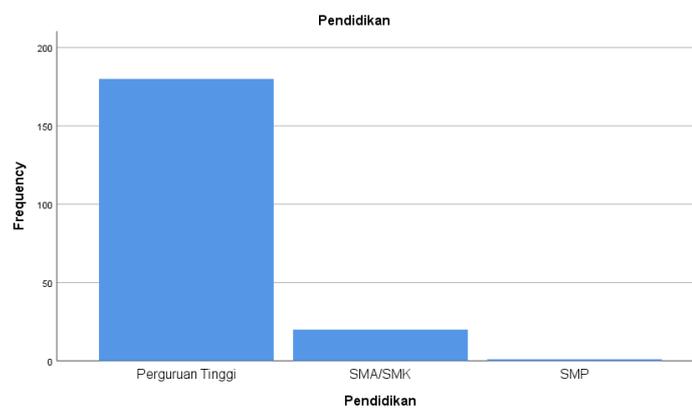


Sumber: SPSS 22 *for windows*

## 5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

Dari hasil data yang diperoleh dari responden, pendidikan terakhir responden yaitu didominasi oleh perguruan tinggi yaitu berjumlah 180 orang (89,6%), sementara SMA/SMK sebanyak 20 orang dengan presentase (10,0%). Dan pendidikan terakhir SMP hanya 1 orang dengan presentase (0,5%) Berikut adalah diagram dari distribusi frekuensi responden berdasarkan pendidikan:

**Grafik 4.2.4**  
**Responden Berdasarkan Pendidikan**

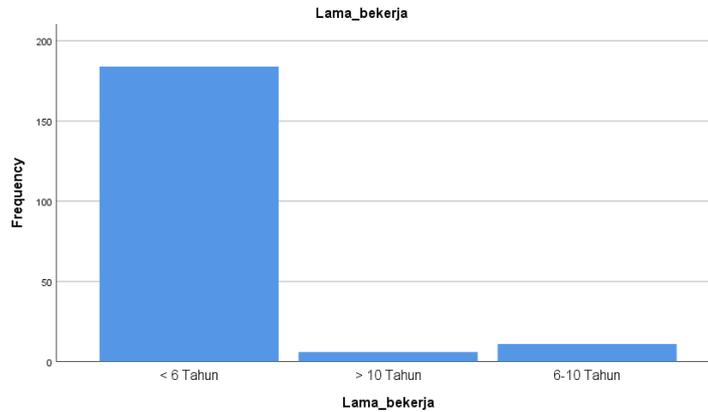


Sumber: SPSS 22 for windows

## 6. Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Bekerja

Berdasarkan data yang diperoleh dari responden, diketahui hasil demografi responden berdasarkan lama bekerja yaitu didominasi < 6 tahun sebanyak 184 orang (91,5%), dan lama bekerja responden 6-10 tahun sebanyak 11 orang (5,5%) sedangkan lama bekerja responden > 10 tahun sebanyak 6 orang (3,0%). Berikut adalah diagram dari distribusi frekuensi responden berdasarkan lama bekerja:

**Grafik 4.2.5**  
**Responden Berdasarkan Lama Bekerja**

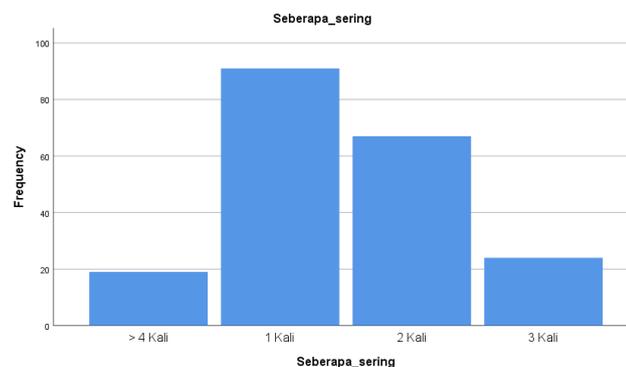


Sumber: SPSS 22 for windows

## 7. Gambaran Umum Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan *Mobile Banking*

Hasil data yang diperoleh dari responden, menunjukkan bahwa intensitas penggunaan mobile banking syariah pada responden dalam sehari yaitu hanya 1 kali sebanyak 91 orang (45,3%), dan 2 kali sebanyak 67 orang (33,3%), sedangkan 3 kali sebanyak 24 orang (11,9%), dan selebihnya yaitu > 4 kali sebanyak 19 orang (9,5%). Berikut adalah diagram dari distribusi frekuensi responden menggunakan *mobile banking* dalam sehari:

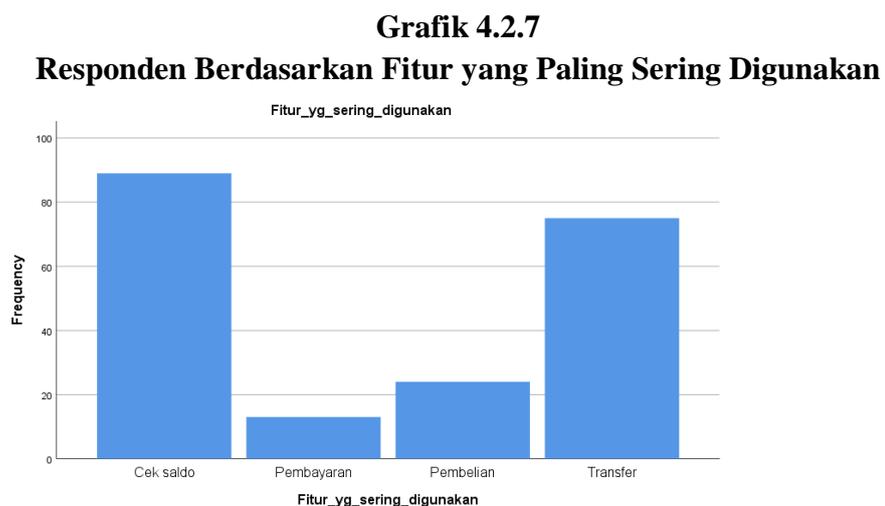
**Grafik 4.2.6**  
**Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan *Mobile Banking***



Sumber: SPSS 22 for windows

## 8. Gambaran Umum Responden Berdasarkan Fitur yang Paling Sering Digunakan

Hasil data yang diperoleh dari responden, menunjukkan bahwa fitur yang paling sering digunakan oleh responden didominasi pada fitur cek saldo yaitu sebanyak 89 orang (44,3%), dan fitur transfer sebanyak 75 orang (37,3%), sedangkan fitur pembelian sebanyak (24%), dan selebihnya yaitu fitur pembayaran sebanyak 13 orang (6,5%). Berikut adalah diagram dari distribusi frekuensi responden berdasarkan fitur yang paling sering digunakan:

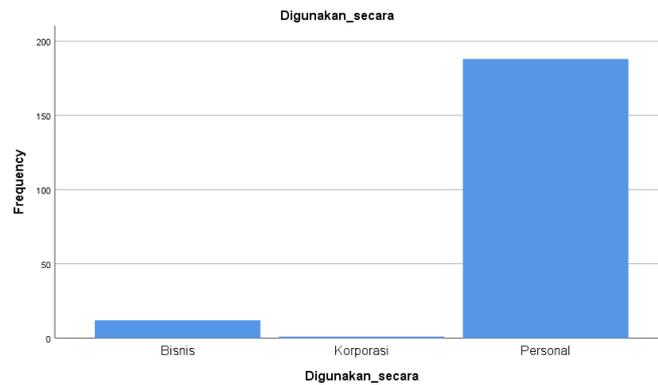


Sumber: SPSS 22 for windows

## 9. Gambaran Umum Responden Berdasarkan Keperluan Responden

Berdasarkan data yang diperoleh dari responden, menunjukkan bahwa *mobile banking* digunakan untuk keperluan secara personal mendominasi yaitu sebanyak 188 orang (93,5%), dan digunakan untuk keperluan bisnis sebanyak 12 orang (6,0%), sedangkan selebihnya digunakan untuk keperluan korporasi yaitu sebanyak 1 orang (0,5%). Berikut adalah diagram dari distribusi frekuensi responden berdasarkan keperluan responden

**Grafik 4.2.8**  
**Responden Berdasarkan Keperluan Responden**

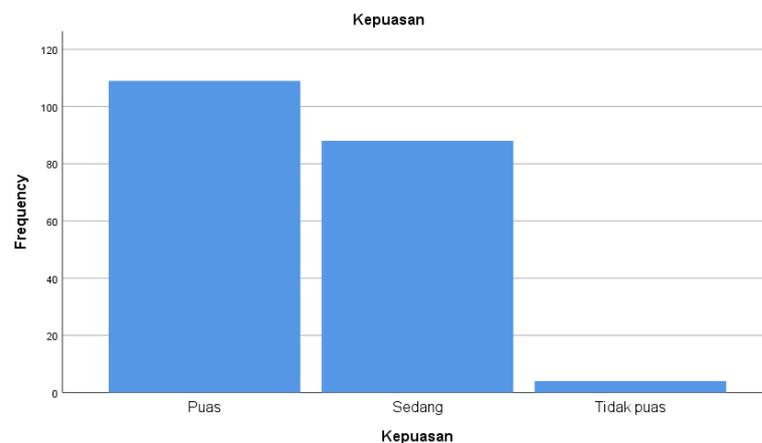


Sumber: SPSS 22 *for windows*

#### 10. Gambaran Umum Responden Berdasarkan Kepuasan

Berdasarkan data yang diperoleh dari responden, menunjukkan bahwa kepuasan responden terhadap mobile banking didominasi jika responden yang puas yaitu sebanyak 109 orang (54,2%), dan sedang sebanyak 88 orang (43,8%), sedangkan yang tidak puas sebanyak 4 orang (2,0%). Berikut adalah diagram dari distribusi frekuensi responden terhadap kepuasan penggunaan *mobile banking*

**Grafik 4.2.9**  
**Responden Berdasarkan Kepuasan**

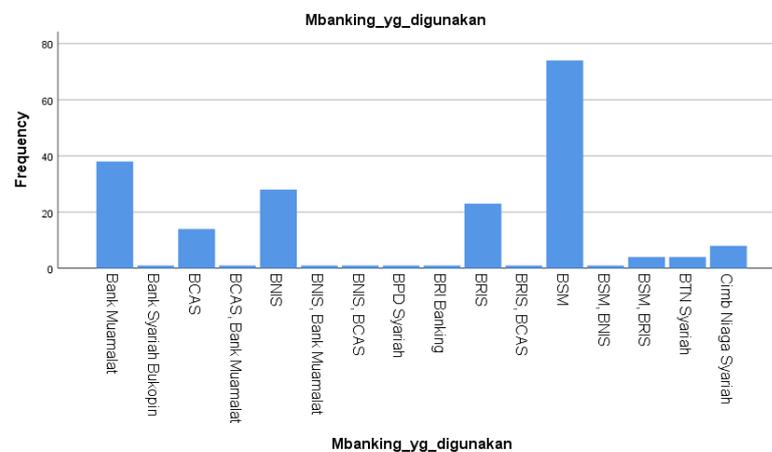


Sumber: SPSS 22 *for windows*

## 11. Gambaran Umum Responden Berdasarkan *Mobile Banking* yang Digunakan

Berdasarkan data yang diperoleh dari responden, menunjukkan bahwa responden pengguna *mobile banking* syariah di dominasi pada BSM yaitu sebanyak 74 orang (36,8%), Bank Muamalat sebanyak 38 orang (18,9%), BNIS sebanyak 28 orang (13,9%), BRIS sebanyak 23 orang (11,4%), BCAS sebanyak 13 orang (6,5%), dan Cimb Niaga Syariah sebanyak 8 orang (4,0%), selebihnya menggunakan BTN syariah, BPD syariah, Bank Syariah Bukopin, dan responden yang menggunakan lebih dari satu *mobile banking* syariah. Berikut adalah diagram dari distribusi frekuensi responden terhadap *mobile banking* syariah yang digunakan

**Grafik 4.2.10**  
**Responden Berdasarkan *Mobile Banking* Syariah yang Digunakan**

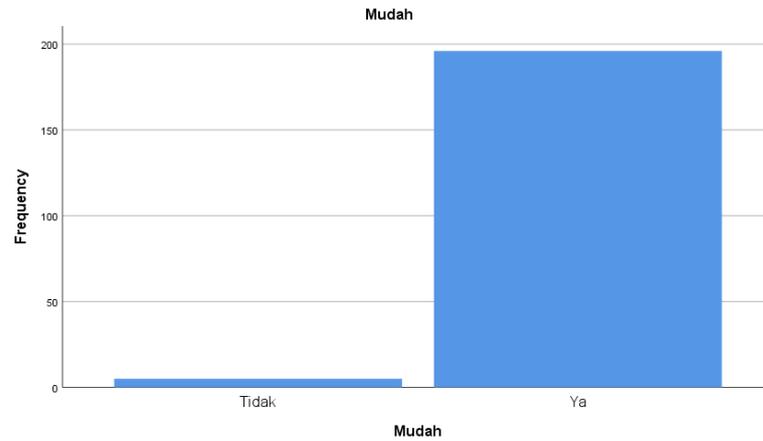


Sumber: SPSS 22 for windows

## 12. Gambaran Umum Responden Berdasarkan Kemudahan

Berdasarkan data yang diperoleh dari responden, menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan *mobile banking* di dominasi ya (mudah) sebanyak 196 orang (97,5%), dan tidak sebanyak 5 orang (2,5%). Berikut adalah diagram dari distribusi frekuensi responden kemudahan:

**Grafik 4.2.11**  
**Responden Berdasarkan Kemudahan**

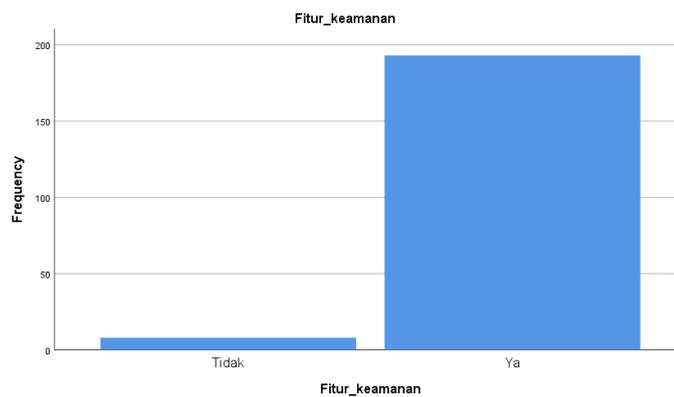


Sumber: SPSS 22 for windows

### 13. Gambaran Umum Responden Berdasarkan Fitur Keamanan

Berdasarkan data yang diperoleh dari responden, diketahui hasil demografi responden berdasarkan ada tidak nya fitur keamanan yaitu di dominasi menunjukkan bahwa terdapat fitur keamanan (ya) sebanyak 193 orang (96,0%), dan tidak terdapat fitur keamanan (tidak) sebanyak 8 orang (4,0%). Berikut adalah diagram dari distribusi frekuensi responden fitur keamanan:

**Grafik 4.2.12**  
**Responden Berdasarkan Fitur Keamanan**



Sumber: SPSS 22 for windows

## B. Analisis Data Deskriptif

Analisis deskripsi adalah bentuk analisis yang digunakan penulis untuk mendeskripsikan variabel dependen dan variabel independen. Jawaban responden atas kuesioner yang telah disebar memperoleh data berupa tanggapan responden terhadap variabel yang digunakan dalam penelitian ini. Dalam penelitian ini analisis terhadap variabel dependen dan *independent* memiliki tiga kategori, yaitu: tinggi, sedang dan rendah.

**Tabel 4.3.1**  
**Statistik Deskriptif**

Variabel	N	Minimum	Maksimum	Mean	Std. Deviasi
Persepsi Manfaat	201	36	60	50,95	5,437
Kemudahan Penggunaan	201	24	50	40,52	5,057
Keamanan	201	23	50	36,90	6,153
Persepsi Resiko	201	20	40	31,28	3,681
Kemudahan Akses	201	27	60	48,85	7,560
Kecepatan Transaksi	201	29	50	41,67	4,631
Kepuasan Nasabah	201	11	60	46,88	7,032

Sumber: Data Primer 2018 (diolah)

Hasil distribusi kuisioner atas tanggapan responden terhadap kategori masing-masing variabel penelitian ini adalah sebagai berikut:

### 1. Tanggapan Responden Terhadap Persepsi Manfaat

Setelah analisis deskriptif dilakukan dengan menggunakan SPSS versi 22 diperoleh hasil yang menjelaskan berkaitan dengan tanggapan responden terhadap variabel Persepsi Manfaat.

Skor minimum : 36

Skor maksimum : 60

Nilai SD : 5,437

Mean ( $\sigma$ ) : 50,95

Dengan klasifikasi

Tinggi :  $X > (50,95) + 1(5,437)$  atau  $X > 56,027$

Sedang :  $(50,95) - 1(5,437) \leq X \leq (50,95) + 1(5,437)$  atau  $45,513 \leq X \leq 56,027$

Rendah :  $X < (50,95 - 1(5,437))$  atau  $X < 45,513$

**Tabel 4.3.2**  
**Tanggapan Responden Terhadap Variabel Persepsi Manfaat**

Tanggapan	Jumlah	Presentase (%)
Tinggi	180	89,6%
Sedang	21	10,4%
<b>Total</b>	<b>201</b>	<b>100%</b>

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa tanggapan responden terhadap variabel persepsi manfaat pada kategori tinggi terdapat pada 180 orang atau sebesar 89,6%. Di ikuti kategori sedang sebesar 21 orang atau 10,4%. Berdasarkan hal tersebut tanggapan responden mengenai variabel persepsi manfaat termasuk kategori **Tinggi**.

## 2. Tanggapan Responden Terhadap Kemudahan penggunaan

Setelah analisis deskriptif dilakukan dengan menggunakan SPSS versi 22 diperoleh hasil yang menjelaskan berkaitan dengan tanggapan responden terhadap variabel Kemudahan Penggunaan.

Skor minimum : 24

Skor maksimum : 50

Nilai SD : 5,057

Mean ( $\sigma$ ) : 40,52

Dengan klasifikasi

Tinggi :  $X > (40,52) + 1(5,057)$  atau  $X > 45,577$

Sedang :  $(40,52) - 1(5,057) \leq X \leq (40,52) + 1(5,057)$  atau  **$35,463 \leq X \leq 45,577$**

Rendah :  $X < (40,52 - 1(5,057))$  atau  **$X < 35,463$**

**Tabel 4.3.3**  
**Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kemudahan Penggunaan**

Tanggapan	Jumlah	Presentase (%)
Tinggi	56	27,9%
Sedang	143	71,1%
Rendah	2	1,0%
<b>Total</b>	<b>201</b>	<b>100%</b>

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa tanggapan responden terhadap variabel kemudahan penggunaan pada kategori sedang terdapat pada 143 orang atau sebesar 71,1%. Di ikuti kategori tinggi sebesar 56 orang atau 27,9%. Dan yang terakhir merupakan kategori rendah sebanyak 2 orang atau 1,0%. Berdasarkan hal tersebut tanggapan responden mengenai variabel kemudahan penggunaan termasuk kategori **Sedang**.

### 3. Tanggapan Responden Terhadap Keamanan

Setelah analisis deskriptif dilakukan dengan menggunakan SPSS versi 22 diperoleh hasil yang menjelaskan berkaitan dengan tanggapan responden terhadap variabel Keamanan.

Skor minimum : 23

Skor maksimum : 50

Nilai SD : 6,153

Mean ( $\sigma$ ) : 36,90

Dengan klasifikasi

Tinggi :  $X > (36,90) + 1(6,153)$  atau  **$X > 43,053$**

Sedang :  $(36,90) - 1(6,153) \leq X \leq (36,90) + 1(6,153)$  atau  **$30,747 \leq X \leq 43,053$**

Rendah :  $X < (36,90 - 1(6,153))$  atau  **$X < 30,747$**

**Tabel 4.3.4**  
**Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keamanan**

Tanggapan	Jumlah	Presentase (%)
Tinggi	30	14,9%
Sedang	156	77,6%
Rendah	15	7,5%
<b>Total</b>	<b>201</b>	<b>100%</b>

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa tanggapan responden terhadap variabel keamanan pada kategori sedang sebanyak 156 orang atau sebesar 77,6%. Di ikuti kategori tinggi sebanyak 30 orang atau 14,9%. Dan yang terakhir merupakan kategori rendah sebanyak 15 orang atau 7,5%. Berdasarkan hal tersebut tanggapan responden mengenai variabel keamanan termasuk kategori **Sedang**.

#### 4. Tanggapan Responden Terhadap Persepsi Resiko

Setelah analisis deskriptif dilakukan dengan menggunakan SPSS versi 22 diperoleh hasil yang menjelaskan berkaitan dengan tanggapan responden terhadap variabel Persepsi Resiko.

Skor minimum : 20

Skor maksimum : 40

Nilai SD : 3,681

Mean ( $\sigma$ ) : 31,28

Dengan klasifikasi

Tinggi :  $X > (31,28) + 1(3,681)$  atau  **$X > 34,961$**

Sedang :  $(31,28) - 1(3,681) \leq X \leq (31,28) + 1(3,681)$  atau  **$27,599 \leq X \leq 34,961$**

Rendah :  $X < (31,28 - 1(3,681))$  atau  **$X < 27,599$**

**Tabel 4.3.5**  
**Tanggapan Responden Terhadap Variabel Persepsi Resiko**

Tanggapan	Jumlah	Presentase (%)
Sedang	169	84,1%
Rendah	32	15,9%
<b>Total</b>	<b>201</b>	<b>100%</b>

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa tanggapan responden terhadap variabel persepsi resiko pada kategori sedang sebanyak 169 orang atau sebesar 84,1%. Di ikuti kategori rendah sebanyak 32 orang atau 15,9%. Berdasarkan hal tersebut tanggapan responden mengenai variabel persepsi resiko termasuk kategori **Sedang**.

#### 5. Tanggapan Responden Terhadap Kemampuan Akses

Setelah analisis deskriptif dilakukan dengan menggunakan SPSS versi 22 diperoleh hasil yang menjelaskan berkaitan dengan tanggapan responden terhadap variabel kemampuan akses.

Skor minimum : 27

Skor maksimum : 60

Nilai SD : 7,560

Mean ( $\sigma$ ) : 48,85

Dengan klasifikasi

Tinggi :  $X > (48,85) + 1(7,560)$  atau  **$X > 56,41$**

Sedang :  $(48,85) - 1(7,560) \leq X \leq (48,85) + 1(7,560)$  atau  **$41,29 \leq X \leq 56,41$**

Rendah :  $X < (48,85 - 1(7,560))$  atau  **$X < 41,29$**

**Tabel 4.3.6**  
**Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kemampuan Akses**

Tanggapan	Jumlah	Presentase (%)
Tinggi	157	78,1%
Sedang	43	21,4%
Rendah	1	0,5%
<b>Total</b>	<b>201</b>	<b>100%</b>

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa tanggapan responden terhadap variabel kemampuan akses pada kategori tinggi sebanyak 157 orang atau sebesar 78,1%. Di ikuti kategori sedang sebanyak 43 orang atau 21,4%. Dan yang terakhir merupakan kategori rendah sebanyak 1 orang atau 0,5%. Berdasarkan hal tersebut tanggapan responden mengenai variabel kemampuan akses termasuk kategori **Tinggi**.

#### 6. Tanggapan Responden Terhadap Kecepatan Transaksi

Setelah analisis deskriptif dilakukan dengan menggunakan SPSS versi 22 diperoleh hasil yang menjelaskan berkaitan dengan tanggapan responden terhadap variabel kecepatan transaksi

Skor minimum : 29

Skor maksimum : 50

Nilai SD : 4,631

Mean ( $\sigma$ ) : 41,67

Dengan klasifikasi

Tinggi :  $X > (41,67) + 1(4,631)$  atau  **$X > 46,301$**

Sedang :  $(41,67) - 1(4,631) \leq X \leq (41,67) + 1(4,631)$  atau  **$37,039 \leq X \leq 46,301$**

Rendah :  $X < (41,67 - 1(4,631))$  atau  **$X < 37,039$**

**Tabel 4.3.7**  
**Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kecepatan Transaksi**

Tanggapan	Jumlah	Presentase (%)
Tinggi	68	33,8%
Sedang	133	66,2%
<b>Total</b>	<b>201</b>	<b>100%</b>

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa tanggapan responden terhadap variabel kecepatan transaksi pada kategori sedang sebanyak 133 orang atau sebesar 66,2%. Di ikuti kategori tinggi sebanyak 68 orang atau

33,8%. Berdasarkan hal tersebut tanggapan responden mengenai variabel kecepatan transaksi termasuk kategori **Sedang**.

#### 7. Tanggapan Responden Terhadap Kepuasan Nasabah

Setelah analisis deskriptif dilakukan dengan menggunakan SPSS versi 22 diperoleh hasil yang menjelaskan berkaitan dengan tanggapan responden terhadap variabel kepuasan nasabah.

Skor Minimum : 11

Skor Maksimum : 60

Nilai SD : 7,032

Mean ( $\sigma$ ) : 46,88

Dengan klasifikasi

Tinggi :  $Y > (46,88) + 1(7,037)$  atau  **$Y > 53,917$**

Sedang :  $(46,88) - 1(7,037) \leq Y \leq (46,88) + 1(7,037)$  atau  **$39,843 \leq Y \leq 53,917$**

Rendah :  $Y < (46,88) - 1(7,037)$  atau  **$Y < 39,843$**

**Tabel 4.3.8**

**Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kepuasan Nasabah**

Tanggapan	Jumlah	Presentase (%)
<b>Tinggi</b>	143	71,1%
<b>Sedang</b>	57	28,4%
<b>Rendah</b>	1	0,5%
<b>Total</b>	<b>201</b>	<b>100%</b>

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa tanggapan responden terhadap variabel *impulsive buying* pada kategori tinggi sebanyak 143 orang atau sebesar 71,1%. Di ikuti kategori sedang sebanyak 57 orang atau 28,4%. Dan yang terakhir merupakan kategori rendah sebanyak 1 orang atau 0,5%. Berdasarkan hal tersebut tanggapan responden mengenai variabel kepuasan nasabah termasuk kategori **Tinggi**.

## C. Uji Asumsi Klasik

### 1. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi menggunakan *Durbin watson*. Uji ini dilakukan untuk mencari apakah model yang diajukan untuk penelitian terjadi autokorelasi atau tidak. Hasil dari uji autokorelasi adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.4.1**  
**Hasil Uji Autokorelasi dan Koefisien Determinasi**

Durbin-Watson

1,882

Berdasarkan hasil uji autokorelasi dari tabel 4.1 diatas, diperoleh nilai dari *Durbin watson* adalah 1,882. Nilai DW 1,882 lebih besar dari batas atas (du) yakni 1,831 dan kurang dari (4-du)  $4-1,831=2,169$  dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi autokorelasi.

### 2. Uji Multikolinearitas

**Tabel 4.11**  
**Hasil Uji Multikolinearitas**

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constants)		
Persepsi manfaat	0,518	1,930
Persepsi kemudahan	0,455	2,197
Keamanan	0,592	1,689
Persepsi resiko	0,404	2,476
Kemampuan akses	0,487	2,053
Kecepatan transaksi	0,416	2,403

Sumber SPSS 22 *for windows*

Dari tabel 4.2 diatas dapat diketahui nilai tolerance dari persepsi manfaat, kemudahan, keamanan, persepsi resiko, kemampuan akses, dan

kecepatan transaksi menunjukkan lebih dari 0,1. Sementara untuk nilai VIF dari persepsi manfaat, kemudahan, keamanan, persepsi resiko, kemampuan akses, dan kecepatan transaksi juga menunjukkan  $< 10$ . Sehingga dapat dikatakan persepsi manfaat, kemudahan, keamanan, persepsi resiko, kemampuan akses, dan kecepatan transaksi tidak terjadi multikolinieritas dikarenakan nilai tolerance  $> 0,1$  dan nilai VIF  $< 10$ .

### 3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas yang dilakukan oleh penulis menggunakan uji rank spearman, tujuan dari uji heteroskedastisitas ini digunakan untuk menguji ketidaksamaan varians dari residual. Pengujian menggunakan tingkat signifikansi 5% dengan uji 2 sisi. Hasil uji heteroskedastisitas menggunakan uji rank spearman sebagai berikut:

**Tabel 4.4.3**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas**

<b>Model</b>	<b>Sig.</b>
(Constant)	
Persepsi manfaat	0,712
Persepsi kemudahan	0,654
Keamanan	0,557
Persepsi resiko	0,430
Kemampuan akses	0,851
Kecepatan transaksi	0,593

Sumber SPSS 22 *for windows*

Dari hasil uji heteroskedastisitas yang dilakukan oleh penulis dapat diketahui bahwa variabel persepsi manfaat memiliki nilai signifikansi 0,712, variabel kemudahan memiliki nilai signifikansi 0,654, variabel keamanan memiliki nilai signifikansi 0,557, variabel persepsi resiko memiliki nilai signifikansi 0,430, variabel kemampuan akses memiliki nilai signifikansi 0,851, dan variabel kecepatan transaksi memiliki nilai signifikansi 0,593. Hal ini menunjukkan bahwa ketujuh variabel memiliki

nilai signifikansi  $> 0,05$  maka dapat dinyatakan tidak terjadi masalah heteroskedastisitas pada model regresi.

#### 4. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui normal atau tidaknya suatu distribusi data, pengujian ini menggunakan uji normalitas *liliefors* karena jumlah sampel lebih dari 100, yang mana dapat dikatakan data tersebut normal apabila hasil dari seluruh variabel lebih kecil dari 0,05. Hasil dari pengujian ini adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.4.4**  
**Hasil Uji Normalitas**

Chi Square	Unstandardized Residual
Persepsi manfaat	0,009
kemudahan	0,018
keamanan	0,015
resiko	0,001
kemampuan akses	0,000
kecepatan transaksi	0,035
kepuasan nasabah	0,016

Sumber SPSS 22 *for windows*

Berdasarkan tabel diatas terlihat bahwa nilai seluruh variabel adalah lebih kecil dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini berdistribusi normal.

#### D. Analisis Regresi Berganda

##### 1. Regresi Linier Berganda

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel persepsi manfaat, kemudahan penggunaan, keamanan, persepsi resiko, kemampuan akses dan kecepatan transaksi terhadap variabel kepuasan nasabah dalam pemanfaatan mobile banking pada bank syariah. Hasil dari pengujian regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.4.5**  
**Hasil Regresi Linier Berganda**

Variabel	Unstandardized Coefficients (β)	T	Sign.
(Constant)	6,522	1,664	0,098
Persepsi manfaat	0,059	0,637	0,525
Kemudahan penggunaan	0,271	2,536	0,012
Keamanan	0,288	3,742	0,000
Persepsi resiko	0,134	0,860	0,391
Kemampuan akses	0,300	4,344	0,000
Kecepatan transaksi	-0,076	-0,620	0,536
F hitung :	29,628	Adjusted R Square:	0,462
Sig :	0,000	R Square :	0,478
R :	0,691		

Dari tabel uji linier berganda diatas menunjukkan hasil persamaan sebagai berikut yaitu :

$$Y = 6,522 + 0,059 X_1 + 0,271 X_2 + 0,288 X_3 + 0,134 X_4 + 0,300 X_5 - 0,076 X_6 + e$$

Dari persamaan regresi diatas dapat diartikan sebagai berikut :

- a. Nilai konstanta sebesar 6,522 dapat diartikan bahwa apabila variabel persepsi manfaat, kemudahan penggunaan, keamanan, persepsi resiko, kemampuan akses, kecepatan transaksi, bernilai nol maka besar nya kepuasan nasabah adalah 7,050.
- b. Nilai koefisien regresi persepsi manfaat (X1) adalah 0,059 bernilai positif yang artinya setiap kenaikan persepsi manfaat sebesar 1 satuan maka kepuasan nasabah akan mengalami kenaikan sebesar 0,059 dengan asumsi variabel independen lain nya adalah tetap.

- c. Nilai koefisien regresi kemudahan penggunaan (X2) adalah 0,271 bernilai positif yang artinya setiap kenaikan kemudahan penggunaan sebesar 1 satuan maka kepuasan nasabah akan mengalami kenaikan sebesar 0,271 dengan asumsi variabel independen lain nya tetap.
- d. Nilai koefisien regresi keamanan (X3) adalah 0,288 bernilai positif yang artinya setiap kenaikan keamanan sebesar 1 satuan maka kepuasan nasabah akan mengalami kenaikan sebesar 0,288 dengan asumsi variabel independen lain nya tetap.
- e. Nilai koefisien regresi persepsi resiko (X4) adalah 0,134 bernilai positif yang artinya setiap kenaikan persepsi resiko sebesar 1 satuan maka kepuasan nasabah akan mengalami kenaikan sebesar 0,134 dengan asumsi variabel independen lain nya tetap.
- f. Nilai koefisien regresi kemampuan akses (X5) adalah 0,300 bernilai positif yang artinya setiap kenaikan kemampuan akses sebesar 1 satuan maka kepuasan nasabah akan mengalami kenaikan sebesar 0,300 dengan asumsi variabel independen lain nya tetap.
- g. Nilai koefisien regresi kecepatan transaksi (X6) adalah -0,076 bernilai negatif yang artinya setiap kenaikan kecepatan transaksi sebesar 1 satuan maka kepuasan nasabah akan mengalami penurunan sebesar - 0,076 dengan asumsi variabel independen lain nya tetap.

## **E. Uji Hipotesis**

### **1. Uji Parsial dengan t-Test**

Uji parsial (t-Test) memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh variabel persepsi manfaat, kemudahan penggunaan, keamanan, persepsi resiko, kemampuan akses, dan kecepatan transaksi terhadap kepuasan nasabah pengguna *mobile banking* syariah. Untuk mengetahui variabel independen terhadap variabel dependen, secara parsial dilakukan dengan menggunakan uji t (T- test) dengan membandingkan nilai t hitung dengan t tabel. Apabila nilai t hitung  $>$  t tabel maka secara parsial variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Selain itu juga dapat

dilihat melalui nilai signifikansi, apabila nilai signifikansi  $< 0,05$  maka variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Untuk mengetahui besarnya nilai t-tabel adalah dengan menggunakan rumus  $\alpha/2$ ,  $n-k-1$  dengan nilai  $\alpha$  (0,05) yaitu,  $0,05/2 = 0,025$ ,  $201 - 6 - 1 = 194$ , sehingga diketahui T tabel sebesar 1,973.

Hipotesis:

$H_0$  : persepsi manfaat tidak berpengaruh terhadap variabel kepuasan nasabah

$H_1$  : persepsi manfaat berpengaruh terhadap variabel kepuasan nasabah

Kriteria uji: Tolak  $H_0$  jika nilai t hitung  $>$  nilai t *table*

Hasil uji parsial (t-Test) dapat dilihat pada tabel diatas yang dimana:

- 1) Dilihat dari tabel 4.5 menunjukkan nilai t hitung variabel persepsi manfaat (X1) sebesar  $0,637 < 1,973$  dengan nilai signifikansi 0,525. Karena nilai t *table* lebih besar dibandingkan t hitung dan nilai signifikansi lebih besar dibandingkan 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa variabel persepsi manfaat tidak berpengaruh terhadap variabel kepuasan nasabah.
- 2) Dilihat dari tabel 4.5 menunjukkan nilai t hitung variabel kemudahan penggunaan (X2) sebesar  $2,536 > 1,973$  dengan nilai signifikansi 0,012. Karena nilai t hitung lebih besar dibandingkan t *table* dan nilai signifikansi lebih kecil dibandingkan 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa variabel kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap variabel kepuasan nasabah.
- 3) Dilihat dari tabel 4.5 menunjukkan nilai t hitung variabel keamanan (X3) sebesar  $3,742 > 1,973$  dengan nilai signifikansi 0,000. Karena nilai t hitung lebih besar dibandingkan t *table* dan nilai signifikansi lebih kecil dibandingkan 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa variabel keamanan berpengaruh terhadap variabel kepuasan nasabah.
- 4) Dilihat dari tabel 4.5 menunjukkan nilai t hitung variabel persepsi resiko (X4) sebesar  $0,860 < 1,973$  dengan nilai signifikansi 0,391.

Karena nilai  $t$  *table* lebih besar dibandingkan  $t$  hitung dan nilai signifikansi lebih besar dibandingkan 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa variabel persepsi resiko tidak berpengaruh terhadap variabel kepuasan nasabah.

- 5) Dilihat dari tabel 4.5 menunjukkan nilai  $t$  hitung variabel kemampuan akses (X5) sebesar  $4,344 > 1,982$  dengan nilai signifikansi 0,000. Karena nilai  $t$  hitung lebih besar dibandingkan  $t$  *table* dan nilai signifikansi lebih kecil dibandingkan 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa variabel kemampuan akses berpengaruh terhadap variabel kepuasan nasabah.
- 6) Dilihat dari tabel 4.5 menunjukkan nilai  $t$  hitung variabel kecepatan transaksi (X6) sebesar  $-0,620 < 1,973$  dengan nilai signifikansi 0,536. Karena nilai  $t$  *table* lebih besar dibandingkan  $t$  hitung dan nilai signifikansi lebih besar dibandingkan 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa variabel persepsi resiko tidak berpengaruh terhadap variabel kepuasan nasabah.

Jadi, dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel persepsi manfaat, persepsi resiko, dan kecepatan transaksi tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dalam pemanfaatan *mobile banking syariah*. Sedangkan variabel kemudahan penggunaan, keamanan, dan kemampuan akses berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam pemanfaatan *mobile banking syariah*, karena nilai  $t$  hitung lebih besar dari nilai  $t$  *table*.

## 2. Uji Simultan (F-Test)

Uji F-Test dilakukan untuk mengetahui pengaruh persepsi manfaat, kemudahan penggunaan, keamanan, persepsi resiko, kemampuan akses, dan kecepatan transaksi secara serentak terhadap kepuasan nasabah pengguna *mobile banking syariah*, maka dapat diketahui apakah hipotesis diterima atau ditolak, dan dapat diketahui juga bagaimana pengaruhnya terhadap kepuasan nasabah. Hasil uji F adalah sebagai berikut:

Digunakan hipotesis sebagai berikut:

H0 : Persepsi manfaat secara bersamaan tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dalam pemanfaatan *mobile*

H1 : *banking* syariah

Persepsi manfaat secara bersamaan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dalam pemanfaatan *mobile banking* syariah

Dengan kriteria uji: Tolak Ho jika nilai signifikansi  $< 5\%$  (0,05)

Berdasarkan tabel 4.5 diatas dapat diperoleh nilai F sebesar 29,628 dengan signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Karena nilai signifikansi kurang dari 5% (0,05) dan  $df1 = k - 1$  ( $6 - 1 = 5$ ),  $df2 = n - k$  ( $201 - 6 = 195$ ), maka F tabelnya sebesar 2,26 dan Ho ditolak, sehingga dapat disimpulkan secara bersama-sama (simultan) persepsi manfaat, kemudahan penggunaan, keamanan, persepsi resiko, kemampuan akses, dan kecepatan transaksi mempengaruhi variabel kepuasan nasabah dalam pemanfaatan *mobile banking* syariah.

### 3. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui seberapa besar presentase sumbangan pengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Pada tabel 4.5 dapat dilihat. R square diperoleh nilai sebesar 0,478. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel persepsi manfaat, kemudahan penggunaan, keamanan, persepsi resiko, kemampuan akses, dan kecepatan transaksi memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah dalam pemanfaatan *mobile banking* syariah karena berpengaruh sebesar 48%. Sedangkan  $(100\% - 48\%) = 52\%$  dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

## F. Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apa saja faktor determinan yang berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dalam pemanfaatan *mobile banking*

pada bank syariah. Berdasarkan hasil analisis dengan melakukan uji regresi berganda dan uji

Hipotesis, hasil uji dalam penelitian ini dijelaskan sebagai berikut:

**1. Faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah dalam pemanfaatan fasilitas *mobile-banking* pada bank syariah di Yogyakarta.**

**a. Kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dalam pemanfaatan *mobile banking* pada bank syariah**

Hipotesis kedua ini digunakan untuk mengetahui apakah Kemudahan Penggunaan mempunyai pengaruh terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan pemanfaatan *Mobile Banking* pada bank syariah. Para nasabah dapat merasakan kemudahan penggunaan jika sebelumnya nasabah dapat merasakan manfaat dari *Mobile Banking* yang dapat meningkatkan dan membantu dalam mengerjakan sesuatu akan berpengaruh terhadap kemudahan penggunaan yang dilakukan nasabah untuk memenuhi kebutuhannya dalam bertransaksi. Sehingga nasabah dapat merasakan kemudahan penggunaan yang dapat berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan *Mobile Banking* syariah. Dan dapat diketahui bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam pemanfaatan *mobile banking* pada bank syariah dengan melihat hasil dari analisis Uji t.

Berdasarkan hasil analisis pada uji t didapatkan hasil bahwa Kemudahan Penggunaan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah, hal ini dapat dilihat dari nilai signifikansi sebesar  $2,536 > 1,973$  dengan nilai signifikansi 0,012. Karena nilai t hitung lebih besar dibandingkan *t table* dan nilai signifikansi lebih kecil dibandingkan 0,05 yang berarti H<sub>2</sub> yang menyatakan bahwa Kemudahan Penggunaan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah dalam pemanfaatan *Mobile Banking* syariah yang telah terbukti kebenarannya. Dengan demikian, semakin tinggi Kemudahan Penggunaan maka semakin tinggi juga kepuasan nasabah dalam pemanfaatan *mobile banking* syariah. Dapat dilihat dari

data responden yang diperoleh, menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan *mobile banking* di dominasi ya (mudah) sebanyak 196 orang (97,5%), dan tidak sebanyak 5 orang (2,5%) dan fitur yang paling sering digunakan oleh responden didominasi pada fitur cek saldo yaitu sebanyak 89 orang (44,3%), dan fitur transfer sebanyak 75 orang (37,3%), yang berarti hal tersebut membuktikan bahwa responden merasa mudah dalam menggunakan fitur yang tersedia dalam *mobile banking* dengan tidak perlu datang ke atm atau ke bank langsung. Hasil penelitian ini mendukung penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap minat dalam menggunakan *mobile banking* (Yanuardinda, Kertahadi, & Riyadi, 2014). Persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha sehingga jika seseorang akan percaya bahwa sistem informasi mudah digunakan maka dia akan menggunakannya dan begitupun sebaliknya (Jogiyanto, 2007, hal. 320). Malhotra dan Galleta dalam Hapsara (2015) mendefinisikan persepsi kemudahan yaitu tingkat kepercayaan seseorang bahwa system teknologi tertentu dapat digunakan dengan mudah (tanpa usaha). Penelitian ini juga sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Maulidiyah (2017) bahwa Kemudahan Penggunaan memiliki pengaruh signifikan terhadap Keputusan Menggunakan, dengan demikian, semakin tinggi Kemudahan Penggunaan maka semakin tinggi juga Keputusan Menggunakan *Mobile Banking*.

Kemudahan Penggunaan layanan *Mobile Banking* yang berpengaruh terhadap kepuasan nasabah didukung oleh hasil tanggapan responden terhadap variabel kemudahan penggunaan yang rata-rata berada dalam kategori setuju. Dalam penelitian ini responden meyakini bahwa penggunaan sistem informasi adalah mudah, tidak memerlukan usaha keras dan kemampuan yang tinggi dari pemakainya untuk bisa menggunakannya, interaksi antara individu dengan system

jelas dan mudah dimengerti, sistem mudah digunakan dan mudah mengoperasikan sistem sesuai dengan apa yang ingin individu kerjakan, dan responden setuju bahwa *mobile banking* pada bank syariah dapat memudahkan pekerjaannya, fitur layanan yg terdapat pada *mobile banking* mudah digunakan, dan *mobile banking* lebih mudah diakses dibandingkan dengan internet banking, serta layanan *mobile banking* akan memudahkan nasabah dalam bertransaksi dimana saja dan kapan saja, dan layanan *mobile banking* akan dapat memberikan kemudahan menggunakan yang positif bagi nasabah apabila nasabah menggunakannya, sehingga nasabah merasa puas dengan segala bentuk kemudahan yang diberikan oleh layanan *mobile banking* syariah.

**b. Keamanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dalam pemanfaatan *mobile banking***

Persepsi Keamanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dalam pemanfaatan *mobile banking* pada bank syariah, hal ini dapat dilihat dari nilai signifikansi sebesar  $3,742 > 1,973$  dengan nilai signifikansi 0,000. Karena nilai t hitung lebih besar dibandingkan t *table* dan nilai signifikansi lebih kecil dibandingkan 0,05. Dibuktikan juga dengan adanya data yang diperoleh dari responden, diketahui hasil demografi responden berdasarkan ada tidak nya fitur keamanan yaitu di dominasi menunjukkan bahwa terdapat fitur keamanan (ya) sebanyak 193 orang (96,0%), dan tidak terdapat fitur keamanan (tidak) sebanyak 8 orang (4,0%). Penelitian ini mendukung penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa Persepsi Keamanan dan Kerahasiaan berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan Nasabah (Gilaninia, Talehgani, & Taheri, 2011).

Menurut penelitian terdahulu yang dilakukan (Gilaninia, Talehgani, & Taheri, 2011) system keamanan disebut sebagai perlindungan kerahasiaan dalam transaksi *e-banking*. Keamanan dapat

ditingkatkan dengan menggunakan enkripsi yang memadai, tanda tangan digital dan firewall. Dalam penelitian (Dixit, 2010) keamanan didefinisikan sebagai probabilitas subjektif dengan konsumen percaya bahwa informasi pribadi mereka tidak akan dilihat, disimpan dan dimanipulasi oleh pihak yang tidak berkepentingan. Sedangkan dalam penelitian yang dilakukan (Nasrie & Zarai, 2014) keamanan dan kerahasiaan didefinisikan sebagai perlindungan terhadap ancaman keamanan dan control informasi data pribadi pelanggan dalam lingkungan online. Keamanan terhadap layanan *mobile banking* di Bank merupakan faktor yang sangat penting bagi nasabah, dan keamanan pada suatu produk atau jasa dapat mempengaruhi kepuasan nasabah. Dalam penelitian ini responden beranggapan bahwa pihak bank syariah dapat menjamin keamanan dan kerahasiaan data transaksi dan juga informasi dalam sistem layanan *mobile banking*. Yang dapat diperkuat dengan tanggapan responden terhadap variabel keamanan yang rata-rata berada dalam kategori setuju. Responden setuju bahwa *mobile banking* pada bank syariah sudah dilindungi dengan aman, sehingga responden merasa puas dengan kualitas layanan keamanan pada *mobile banking* syariah. Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Syamsul Hadi dan Novi (2015) yang menyatakan bahwa persepsi keamanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan. Hubungan positif antara keamanan dengan penggunaan layanan *mobile banking* menunjukkan bahwa semakin tinggi persepsi keamanan oleh nasabah, maka ia akan lebih tinggi menggunakan layanan *mobile banking*. Semakin nasabah merasa terjamin akan keamanan bertransaksi melalui *mobile banking* maupun kerahasiaan data-data pribadi maka akan semakin tinggi pula pengaruhnya terhadap penggunaan layanan tersebut. Penelitian ini tidak sejalan dengan Herna (2009) yang menyatakan bahwa hubungan antara keamanan dengan keinginan nasabah untuk menggunakan *mobile banking* adalah berbanding terbalik. Semakin tinggi keamanan

yang disediakan pihak bank semakin rendah keinginan nasabah untuk menggunakan *mobile banking*. Perbedaan hasil ini dikarenakan Herna (2009) meneliti kekhawatiran akan keamanan dalam menggunakan *mobile banking* dan memberikan informasi personal saat bertransaksi, sedangkan pada penelitian ini meneliti tentang keamanan penggunaan *mobile banking* secara transaksi keuangan dan kepercayaan terhadap *mobile banking* dalam melindungi privasi nasabah. Sebaiknya dalam kuesioner ditambahkan pernyataan mengenai persepsi nasabah tentang jaminan bahwa pihak bank tidak akan melakukan penyalahgunaan terhadap kerahasiaan informasi nasabah dalam bertransaksi.

**c. Kemampuan akses berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dalam pemanfaatan *mobile banking* pada bank syariah**

Berdasarkan hasil analisis uji t didapatkan bahwa kemampuan akses berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dalam pemanfaatan *mobile banking* pada bank syariah, hal ini dapat dilihat dari nilai Signifikansi menunjukkan bahwa kemampuan akses berpengaruh signifikan karena nilainya sebesar  $4,344 > 1,982$  dengan nilai signifikansi 0,000. Karena nilai t hitung lebih besar dibandingkan t table dan nilai signifikansi lebih kecil dibandingkan 0,05, Yang berarti H<sub>5</sub> yang menyatakan bahwa kemampuan akses berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam pemanfaatan *Mobile Banking* syariah yang telah terbukti kebenarannya. (Karahanna, Straub, & Chervany, 1999) menyatakan bahwa jika informasi sistem dapat semakin mudah untuk diakses, maka semakin sedikit usaha yang diperlukan untuk menggunakan sistem tersebut. Dalam konteks *mobile banking*, kemampuan akses tidak hanya kemampuan nasabah dalam menggunakan sistem, tetapi juga kemampuan akses internet dan HP secara fisik. Adanya infrastruktur teknologi yang memadai, aplikasi pemasaran melalui internet dan HP, seperti *mobile banking* akan dapat dikerjakan dengan lebih mudah. (Magaret & Thompsonn, 2000) menyatakan bahwa kemampuan akses *mobile banking* merupakan

fasilitator dalam pengadopsian karena kapasitas *mobile banking* mendorong pengguna untuk mempersepsikan teknologi menjadi lebih baik. Penelitian ini mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Syamsul Hadi dan Novi (2015) kemampuan akses berpengaruh positif terhadap penggunaan *mobile banking*. Kemampuan akses berpengaruh terhadap penggunaan *mobile banking* tetapi variabel ini adalah variabel eksogen bagi bank, bank tidak bisa mengakses variabel ini. Tetapi bank tidak bisa tutup mata, karena yang dijual bank itu adalah layanan yang dapat diakses dengan mudah. Jika layanan bagus maka ada kemungkinan nasabah untuk menggunakan layanan tersebut. Sebaliknya jika layanan jelek maka bank tidak bisa menjual layanan bank tersebut kepada nasabah. Kemampuan akses dapat berupa kualitas jaringan, kualitas layanan baik di dalam maupun di luar ruangan, sambungan tidak terputus-putus, harga yang harus dibayar untuk mendapatkan akses dalam menggunakan jaringan dalam layanan kepada nasabah, serta kualitas pertukaran informasi antara pelanggan dan operator. Hal ini menunjukkan bahwa keseluruhan kemampuan akses dengan layanan yang disediakan ditimbulkan oleh seberapa jauh nasabah melihat layanan ini bermanfaat secara pribadi. Hasil penelitian ini di dukung oleh penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa

**d. Persepsi manfaat tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dalam pemanfaatan *mobile banking* syariah**

Berdasarkan hasil analisis uji t didapatkan bahwa persepsi manfaat tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dalam pemanfaatan *mobile banking* pada bank syariah, hal ini dapat dilihat dari nilai Signifikansi menunjukkan bahwa persepsi manfaat berpengaruh tidak signifikan karena nilainya sebesar  $0,637 < 1,973$  dengan nilai signifikansi 0,525. Karena nilai *t table* lebih besar dibandingkan *t* hitung dan nilai signifikansi lebih besar dibandingkan 0,05, dengan demikian H1 yang berbunyi persepsi manfaat berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam pemanfaatan *mobile banking* pada

bank syariah tidak terbukti kebenarannya, berbeda dengan hasil penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa persepsi manfaat berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking* (Giga Bawa Laksana, 2015). Variabel persepsi manfaat tidak berpengaruh terhadap penggunaan *mobile banking*, bukan disebabkan tidak dirasakannya manfaat oleh responden, tetapi lebih disebabkan oleh tingginya manfaat yang dirasakan oleh responden itu sendiri. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian Rahadianto (2009) dan Syamsul Hadi dan Novi (2015), namun tidak sejalan dengan hasil penelitian Rosita (2011) yang menyatakan bahwa semakin nasabah merasakan manfaat sistem akan menarik minat untuk menggunakan sistem tersebut. Perbedaan hasil ini karena adanya perbedaan proksi, persepsi manfaat bukan merupakan variabel yang dipertimbangkan oleh responden sebagai faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah, hal tersebut dapat terjadi karena responden menganggap bahwa manfaat yang diberikan oleh layanan *mobile banking* syariah belum dapat diterima dan perbedaan hasil penelitian ini dengan peneliti sebelumnya juga dapat disebabkan oleh perbedaan lokasi, karakteristik responden dan banyaknya penyebaran kuesioner. Menurut (Thompson, Ronald, Christopher.A.H, 1991) bahwa kemanfaatan teknologi informasi merupakan manfaat yang diharapkan oleh pengguna teknologi informasi dalam melaksanakan tugas, dalam penelitian ini responden merasa jika manfaat yang diberikan pada layanan *mobile banking* syariah belum sesuai dengan yang diharapkan, seperti kemampuan sistem dalam meningkatkan kinerja individu, penggunaan sistem mampu menambah tingkat produktifitas individu dan meningkatkan efektifitas kinerja individu dirasa belum memenuhi harapan nasabah, sehingga dalam penelitian ini persepsi manfaat tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dalam memanfaatkan layanan *mobile banking* syariah.

**e. Persepsi resiko tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dalam pemanfaatan *mobile banking***

Berdasarkan hasil analisis uji t didapatkan bahwa persepsi resiko tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dalam pemanfaatan *mobile banking* pada bank syariah, hal ini dapat dilihat dari nilai Signifikansi menunjukkan bahwa persepsi resiko tidak berpengaruh karena nilainya sebesar  $0,860 < 1,973$  dengan nilai signifikansi 0,391. Karena nilai *t table* lebih besar dibandingkan *t hitung* dan nilai signifikansi lebih besar dibandingkan 0,05, dengan demikian H4 yang berbunyi persepsi resiko berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam pemanfaatan *mobile banking* pada bank syariah tidak terbukti kebenarannya. Hal ini berbeda dengan penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa persepsi resiko berpengaruh terhadap penggunaan *mobile banking* (Hadi & Novi). Hasil uji ini menunjukkan bahwa persepsi resiko bukan merupakan variabel yang dipertimbangkan oleh responden sebagai faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah, hasil penelitian ini menjelaskan bahwa nasabah pengguna *mobile banking* syariah beranggapan bahwa resiko dari penggunaan *mobile banking* yang cukup tinggi tidak mempengaruhi kepuasan nasabah, nasabah merasa resiko terhadap *mobile banking* tidak masalah karena pihak bank diyakini telah menggunakan sistem yang relatif canggih, sehingga mampu memberikan jaminan keamanan dan mampu mendekteksi kecurangan yang dilakukan oleh orang yang tidak berhak. Seperti contoh peretasan akun *mobile banking* dalam pembayaran belanja secara *online* dapat dideteksi dengan cepat, Hal ini menunjukkan bahwa resiko yang tinggi tidak dapat berpengaruh terhadap kepuasan nasabah, resiko dipandang sebagai ketidakpastian yang dihubungkan dengan hasil dari suatu keputusan, dalam penelitian ini responden beranggapan bahwa resiko dalam menggunakan *mobile banking* terbilang cukup tinggi, seperti rentan akan terjadinya peretasan akun, sering terjadinya kegagalan

sistem (*downtime*), dan resiko dalam transaksi, sehingga persepsi resiko tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Penelitian ini dengan beberapa penelitian terdahulu juga berbeda seperti yang dilakukan oleh (Giga Bawa Laksana, 2015) yang menunjukkan bahwa persepsi resiko berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking*, perbedaan ini dapat didasari atas besarnya resiko yang dipersepsikan, keamanan transaksi yang dipersepsikan, kebutuhan transaksi dan jaminan keamanan dari bank yang dipersepsikan. Fita Pertiwi dan Vidya Vitta Adhivinna (2013) Variabel persepsi resiko mempunyai pengaruh terhadap kepercayaan nasabah, adanya perbedaan hasil tersebut dapat dipicu karna dalam penelitian tersebut membahas tentang unsur resiko seperti kehilangan *financial*, kehilangan waktu, dan sebagainya yang terbukti mempengaruhi persepsi resiko terhadap kepercayaan nasabah dalam menggunakan *internet banking*.

**f. Kecepatan transaksi tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dalam pemanfaatan *mobile banking* pada bank syariah**

Kecepatan transaksi adalah jumlah waktu yang dibutuhkan untuk melakukan transaksi perbankan secara offline relatif lebih lama daripada waktu untuk transaksi melalui *mobile banking* untuk melakukan transaksi yang sama dengan mengunjungi bank cabang. Dalam literatur *mobile banking*, beberapa Studi membahas tentang pentingnya kecepatan melakukan transaksi bank dengan menggunakan *mobile banking*. Dalam penelitian yang dilakukan oleh (Alsamydai, Yassen, Alnaimi, Dajani, & Al-Qirem, 2014) berpendapat bahwa saat melakukan transaksi yang berbeda dengan bank dengan menggunakan *mobile banking* lebih rendah daripada melakukan transaksi yang sama dengan menggunakan secara offline perbankan..Berdasarkan hasil analisis uji t didapatkan bahwa kecepatan transaksi tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam pemanfaatan *mobile*

*banking* pada bank syariah, hal ini dapat dilihat dari nilai Signifikansi menunjukkan bahwa kecepatan transaksi tidak berpengaruh karena nilainya sebesar  $-0,620 < 1,973$  dengan nilai signifikansi 0,536. Karena nilai *t table* lebih besar dibandingkan *t hitung* dan nilai signifikansi lebih besar dibandingkan 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa variabel kecepatan transaksi tidak berpengaruh terhadap variabel kepuasan nasabah. Hal ini berbeda dengan penelitian sebelumnya yang mengatakan bahwa kecepatan transaksi berpengaruh terhadap kepuasan nasabah (Sari, 2015). Hasil uji ini menunjukkan bahwa kecepatan transaksi bukan merupakan variabel yang dipertimbangkan oleh responden, nasabah sadar akan kecepatan transaksi mobile banking lebih cepat dari saluran perbankan tradisional dan juga jumlah waktu yang dibutuhkan untuk melakukan transaksi perbankan secara offline relatif lebih lama daripada waktu untuk transaksi melalui mobile banking untuk melakukan transaksi yang sama dengan mengunjungi bank, namun dalam penelitian ini kecepatan transaksi tidak dapat berpengaruh terhadap kepuasan nasabah, hal tersebut dapat terjadi karena responden menganggap bahwa kecepatan transaksi yang diberikan oleh layanan *mobile banking* syariah belum dapat diterima. Bank syariah perlu meningkatkan kualitas kecepatan transaksi dan kualitas layanan lainnya untuk meningkatkan kepuasan nasabah dalam penggunaan *mobile banking* syariah.

## **2. Proses faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah bank syariah dalam memanfaatkan fasilitas *mobile banking*.**

Semakin majunya teknologi informasi dan komunikasi dewasa ini, membuat nasabah semakin menuntut tersedianya fasilitas dan kecepatan akses, aman, mudah dan nyaman guna melakukan transaksi perbankan mereka. Banyak bank memahami perkembangan tren tersebut dan terus meningkatkan fasilitas perbankan transaksionalnya. Dalam hasil uji hipotesis membuktikan bahwa ada tiga faktor yang mempengaruhi

kepuasan nasabah bank syariah dalam memanfaatkan fasilitas mobile banking, yaitu faktor kemudahan penggunaan, keamanan, dan kemampuan akses, faktor-faktor tersebut dapat mempengaruhi kepuasan nasabah karena nasabah merasa faktor kemudahan, keamanan dan kemampuan akses yang di berikan oleh layanan mobile banking syariah sesuai dengan harapan nasabah.

Persepsi kemudahan penggunaan, berdasarkan hasil analisis pada uji t didapatkan hasil bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah artinya semakin tinggi kemudahan penggunaan maka semakin besar kepuasan nasabah, hal ini dapat dilihat dari nilai signifikansi sebesar  $2,536 > 1,973$  dengan nilai signifikansi 0,012. Karena nilai t hitung lebih besar dibandingkan t *table* dan nilai signifikansi lebih kecil dibandingkan 0,05. Kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya terhadap penggunaan teknologi informasi tersebut sehingga mudah untuk digunakan. Jika seseorang percaya terhadap teknologi yang digunakan maka dia akan menggunakannya sehingga persepsi kemudahan ini juga merupakan kepercayaan tentang proses pengambilan keputusan menurut (Jogiyanto,2007:115). Sedangkan menurut Widyastuti (2009: vol. 20) yang mendasar pada Tsu Wa (2002), mendefinisikan persepsi kemudahan sebagai suatu persepsi dimana seseorang tidak menemui adanya kesulitan dalam melakukan aktivitas. Dimana pernyataan menunjukkan bahwa bagi pemakai teknologi informasi akan merasa mudah jika mereka sudah percaya dengan adanya teknologi yang digunakan. Sehingga pengguna tersebut merasa bermanfaat bagi dirinya untuk menggunakan teknologi informasi tersebut. Konsep kemudahan penggunaan menunjukkan tingkat dimana seseorang meyakini bahwa penggunaan sistem informasi adalah mudah dan tidak memerlukan usaha keras dari pemakainya untuk bisa menggunakannya, kemudahan yang dirasakan oleh nasabah dalam memanfaatkan fasilitas mobile banking sangatlah banyak, seperti fitur yang tersedia dalam mobile banking syariah sangat praktis dan mudah digunakan, nasabah setuju jika

mobile banking lebih mudah diakses dibandingkan dengan internet banking, tampilan aplikasi sederhana dan mudah dimengerti sehingga nasabah merasa puas dalam menggunakan mobile banking karna kemudahan yang diberikan oleh layanan mobile banking syariah sesuai dengan harapan nasabah hal ini di dukung dengan adanya hasil data yang diperoleh dari responden, yang menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan *mobile banking* di dominasi ya (mudah) sebanyak 196 orang (97,5%), dan tidak sebanyak 5 orang (2,5%) yang berarti responden setuju dengan kemudahan dalam pengoperasian mobile banking syariah.

Kedua, faktor keamanan, Keamanan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah dalam pemanfaatan *mobile banking* pada bank syariah, maka semakin tinggi tingkat keamanan semakin besar kepuasan yg dirasakan nasabah, hal ini dapat dilihat dari nilai signifikansi sebesar 3,742 > 1,973 dengan nilai signifikansi 0,000. Karena nilai t hitung lebih besar dibandingkan t *table* dan nilai signifikansi lebih kecil dibandingkan 0,05. Dalam penelitian (Dixit, 2010) keamanan didefinisikan sebagai probabilitas subjektif dengan konsumen percaya bahwa informasi pribadi mereka tidak akan dilihat, disimpan dan dimanipulasi oleh pihak yang tidak berkepentingan, Sedangkan dalam penelitian yang dilakukan Wadie Nasri *et al.* (2014), keamanan dan kerahasiaan didefinisikan sebagai perlindungan terhadap ancaman keamanan dan control informasi data pribadi pelanggan dalam lingkungan online. keamanan merupakan persepsi nasabah terhadap sistem keamanan yang disebut sebagai perlindungan privasi dalam transaksi *e - banking*. Keamanan dapat ditingkatkan dengan penggunaan enkripsi yang memadai dan tanda tangan digital (Shahram Gilaninia, *et al.*, 2011). Keamanan dalam layanan *e-banking* yaitu setiap akan melakukan transaksi maka nasabah harus memasukkan PIN yang tidak diketahui orang lain. Dalam hal ini responden merasa yakin terhadap keamanan yang diberikan oleh pihak bank syariah, dan didukung dengan adanya hasil data yang diperoleh dari responden, diketahui hasil demografi responden berdasarkan ada tidak nya

fitur keamanan yaitu di dominasi menunjukkan bahwa terdapat fitur keamanan (ya) sebanyak 193 orang (96,0%), dan tidak terdapat fitur keamanan (tidak) sebanyak 8 orang (4,0%), yang menunjukkan bahwa nasabah setuju dengan adanya fitur keamanan pada *mobile banking* syariah, nasabah percaya bahwa bank syariah sudah cukup baik dalam melindungi data pribadi dan keuangan nasabahnya sehingga nasabah merasa puas terhadap layanan keamanan yang terdapat pada *mobile banking* syariah.

Ketiga yaitu faktor kemampuan akses, berdasarkan hasil analisis uji t didapatkan bahwa kemampuan akses berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah dalam pemanfaatan *mobile banking* pada bank syariah, maka semakin tinggi kemampuan akses semakin besar kepuasan yang dirasakan nasabah, hal ini dapat dilihat dari nilai Signifikansi menunjukkan bahwa kemampuan akses berpengaruh positif karena nilainya sebesar  $4,344 > 1,982$  dengan nilai signifikansi 0,000. Kemampuan akses meliputi akses secara fisik (infrastruktur) dan kemampuan menggunakan sistem. (Karahanna, Straub, & and Chervany, 1999) menyatakan bahwa jika informasi sistem dapat semakin mudah untuk diakses, maka semakin sedikit usaha yang diperlukan untuk menggunakan sistem tersebut. Tan dan Teo (2000) menyatakan bahwa kemampuan akses *mobile banking* merupakan fasilitator dalam pengadopsian karena kapasitas *mobile banking* mendorong pengguna untuk mempersepsikan teknologi menjadi lebih baik. Dalam penelitian ini nasabah merasa puas apabila aplikasi atau layanan *mobile banking* dapat dengan mudah di akses oleh nasabah dengan di dukungnya perangkat teknologi (*handphone*) yang digunakan oleh nasabah, nasabah dapat mengakses *mobile banking* dimanapun dan kapanpun, kemampuan nasabah dalam mengoperasikan sistem yang tersedia pada *mobile banking* syariah, serta pengetahuan pribadi nasabah mengenai penggunaan *mobile banking*, hal ini dapat ditingkatkan oleh pihak bank syariah dengan adanya sosialisasi dan pengenalan terhadap *mobile banking* syariah kepada

masyarakat, sehingga dapat meningkatkan kemampuan akses nasabah terhadap *mobile banking*. Sehingga bank syariah perlu mempertahankan dan meningkatkan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan nasabah.

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan oleh peneliti mengenai faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah dalam pemanfaatan *mobile banking* pada bank syariah di Yogyakarta, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Dilihat dari hasil penelitian bahwa variabel persepsi manfaat (X1) tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dalam pemanfaatan *mobile banking* pada bank syariah. Hal ini ditunjukkan dengan nilai  $t$  hitung sebesar  $0,637 < 1,973$  dengan nilai signifikansi  $0,525$ . Variabel yang kedua yaitu kemudahan penggunaan (X2), variabel ini berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah dalam pemanfaatan *mobile banking* pada bank syariah, hal ini dapat dilihat dari nilai  $t$  hitung variabel kemudahan penggunaan sebesar  $2,536 > 1,973$  dengan nilai signifikansi  $0,012$ . Responden setuju dengan kemudahan penggunaan *mobile banking* seperti tampilan aplikasi dan fitur layanan yang sederhana dan mudah dimengerti, dan *mobile banking* relatif lebih mudah diakses dibandingkan dengan internet banking. Variabel yang ketiga yaitu keamanan (X3), variabel keamanan menunjukkan bahwa variabel ini berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah dalam pemanfaatan *mobile banking*, dapat dilihat dari nilai  $t$  hitung sebesar  $3,742 > 1,973$  dengan nilai signifikansi  $0,000$ , tanggapan responden terhadap variabel keamanan rata-rata berada dalam kategori setuju, responden setuju bahwa *mobile banking* pada bank syariah sudah dilindungi dengan aman nasabah merasa bahwa bank syariah sudah menjamin keamanan pada layanan *mobile banking*. Variabel yang keempat yaitu variabel persepsi resiko (X4) yang mana variabel ini tidak

berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dalam pemanfaatan *mobile banking* pada bank syariah, dapat dilihat dari nilai nilai t hitung sebesar  $0,860 < 1,973$  dengan nilai signifikansi 0,391. Variabel yang kelima yaitu variabel kemampuan akses (X5), variabel ini berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah dalam pemanfaatan *mobile banking* pada bank syariah, hal ini dapat dilihat dari nilai t hitung sebesar  $4,344 > 1,982$  dengan nilai signifikansi 0,000. (X6), variabel ini tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dalam pemanfaatan *mobile banking* pada bank syariah, hal ini ditunjukkan dengan nilai t hitung variabel kecepatan transaksi sebesar  $-0,620 < 1,973$  dengan nilai signifikansi 0,536. hasil uji ini menunjukkan bahwa kecepatan transaksi bukan merupakan variabel yang dipertimbangkan oleh responden,

2. Faktor-faktor yang berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dalam memanfaatkan fasilitas *mobile banking* syariah dipengaruhi oleh adanya kesesuaian harapan nasabah dengan layanan *mobile banking* yang digunakan. Dalam penelitian ini responden setuju dengan kualitas layanan *mobile banking* pada faktor kemudahan penggunaan, keamanan dan kemampuan akses.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil kesimpulan yang diperoleh peneliti, maka saran yang dapat peneliti berikan adalah:

1. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kemudahan penggunaan, keamanan, dan kemampuan akses memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah. Oleh karena itu, diharapkan bank syariah tetap mempertahankan dan meningkatkan kualitas layanan pada *mobile banking* syariah. Kepuasan nasabah bisa terjadi karena faktor kualitas yang diberikan oleh *mobile banking* maupun dalam diri nasabah itu sendiri seperti halnya kemampuan akses nasabah terhadap *mobile banking* syariah. Oleh karena itu, pihak bank syariah bisa memanfaatkan hal tersebut agar nasabah yang belum menggunakan fasilitas *mobile banking* bisa tertarik untuk menggunakan layanan *mobile banking*. Dalam faktor manfaat,

resiko dan kecepatan transaksi sebaiknya pihak bank syariah meningkatkan lagi kualitas tersebut, agar nasabah dapat merasakan manfaat dalam menggunakan fasilitas *mobile banking* syariah, dan juga bank syariah perlu meminimalisir adanya resiko terhadap penggunaan fasilitas mibile banking, serta meningkatkan kecepatan transaksi dalam layanan *mobile banking* agar faktor-faktor tersebut sesuai dengan harapan nasabah.

2. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan untuk menambahkan variabel lain yang mungkin belum diteliti oleh penulis guna untuk mengetahui variabel-variabel lainnya yang memiliki pengaruh besar pada kepuasan nasabah dalam pemanfaatan *mobile banking* pada bank syariah. Sehingga dapat dijadikan masukan kepada perusahaan sebagai upaya untuk lebih meningkatkan kualitas layanan *mobile banking* syariah yang sesuai dengan harapan nasabah.

## Daftar Pustaka

- Validitas, A. (2008). Menurut Sugiyono (2008:363)
- Ahmad, & Pambudi, B. S. (2014). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Keamanan Dan Ketersediaan Fitur Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank Dalam Menggunakan Internet Banking. *jurnal studi manajemen*.
- ALSAMYDAI, M. J., & al, e. (2014). THE FACTORS INFLUENCING CUSTOMER USAGE OF MOBILE BANKINGSERVICES IN JORDAN. *International Journal of Business Management & Research (IJBMR)ISSN(P): 2249-6920; ISSN(E): 2249-8036 Vol. 4, Issue 2, 63-78.*
- Alsamydai, M. J., Yassen, S. G., Alnaimi, H. M., Dajani, D. M., & Al-Qirem, I. A. (2014). THE FACTORS INFLUENCING CUSTOMER USAGE OF MOBILE BANKINGSERVICES IN JORDAN. *International Journal of Business Management & Research (IJBMR)ISSN(P): 2249-6920; ISSN(E): 2249-8036 Vol. 4, Issue 2, 63-78.*
- Candra, H. D. (2001). Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Berprilaku. *Tesis*.
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 319-340.
- Dixit, N. (2010). Acceptance of E – banking Among Audit Customers : An Empirical Investigation in India. *Journal of Internet Banking and Commerce*.Vol.15, 1 – 17.
- Farizi, H., & Syaefullah. (2014). Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko Dan Kepercayaan Terhadap Minat

Menggunakan Internet Banking. *Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Brawijaya.*

Febrianta, A., & Indrawati, D. (2016). PENGARUH KUALITAS LAYANAN MOBILE BANKING TERHADAP KEPUASAN NASABAH BANK BCA DI KOTA BANDUNG. *e-Proceeding of Management Vol.3, No.3.*

Giga Bawa Laksana, E. S. (2015). Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Resiko dan Persepsi Kesesuaian Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol. 26 No.2.*

Gilaninia, S., Talehghani, M., & Taheri, T. (2011). Study of Effective Factor on Customers Trust in Electronic Banking Service. *ournal of Contemporary Research in Business. Vol. 3, 472 – 478.*

Hadi, S., & Novi. (n.d.). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENGGUNAAN LAYANAN MOBILE BANKING. *Universitas Islam Indonesia.*

Hafidhuddin, D., & Tanjung, H. (2003). *Manajemen Syariah Dalam Praktik.* Jakarta: Gema Insani Press.

Huda, A. N., & Wahyuni, S. (n.d.). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Internet Banking dan Tingkat Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Pembantu Jamsostek Jakarta. *Business & Management Review.*

Jogiyanto. (2007). *Sistem Informasi Keprilakuan.* Yogyakarta: Andi.

Karahanna, E., Straub, D., & and Chervany, N. (1999). Information Technology Adoption Across Time A Cross-Sectional Comparison of Pre- Adoption and Post-Adoption Beliefs. *MIS Quarterly, 23.*

Keraf, S. (1998). Etika Bisnis Tuntutan dan Relevansinya. *Kanisius.*

- Kotler, P. (2005). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Index Kelompok Gramedia.
- Lantika, A. N. (2016). PENGARUH KEPERCAYAAN, KEPUASAN DAN REPUTASI TERHADAP LOYALITAS NASABAH PENGGUNA INTERNET BANKING BANK MANDIRI DI SURABAYA. *ARTIKEL ILMIAH*.
- Listiyawati. (2018). PENGARUH PERSEPSI TRUST, PERSEPSI RESIKO, PERSEPSI KEAMANAN DAN PERSEPSI KEMUDAHAN TERHADAP PENGGUNAAN INTERNET BANKING.
- Maditinos, D. (2012). Internet banking User Acceptance : Evidence From Greece And Bulgaria. *Journal Business And Economics.*, 24-27.
- Magaret, T., & Thompson, T. S. (2000). "Factors Influencing the Adoption of Internet Banking. *Journal of the Association for Information Systems Vol.1*.
- Maharsi, S., & Fenny. (2006). Analisa Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepercayaan dan Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pengguna Internet Banking di Surabaya. *JURNAL AKUNTANSI DAN KEUANGAN, VOL. 8, NO. 1*, 35-51.
- Markonah. (2017). ANALISIS PENGARUH MOBILE BANKING TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS NASABAH BANK MANDIRI CABANG JAKARTA. *Seminar Nasional & Call For Paper, FEB Unikama "Peningkatan Ketahanan Ekonomi Nasional Dalam Rangka Menghadapi Persaingan Global*.
- Maulidiyah, S. (2017). PENGARUH PERSEPSI MANFAAT, KEMUDAHAN PENGGUNAAN, DAN KESESUAIAN TERHADAP KEPUTUSAN MENGGUNAKAN MOBILE BANKING BANK MANDIRI DI SURABAYA. *ARTIKEL ILMIAH*.

- Mulyasari, Y. (2010). Pengaruh Faktor-Faktor Inovasi Terhadap Mobile Banking Pada Bank Pemerintah Di Surabaya. *STIE Perbanas Surabaya*.
- Nasrie, W., & Zarai, M. (2014). Empirical Analysis Of Internet Banking Adoption In Tunisia. *Journal Asian Economic and Financial Review*. Vol. 4, 1812 – 1825.
- Nisa, D. D., Ariyani, T. S., & Oktaviani, K. (2013). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI NASABAH MENGGUNAKAN LAYANAN INTERNET BANKING MANDIRI. *Jurnal Manajemen*, Vol.13, No.1.
- Pertiwi, F., & Adhivinna, V. V. (n.d.). PENGARUH RISIKO, MANFAAT DAN KEMUDAHAN PENGGUNAAN TERHADAP KEPERCAYAAN NASABAH DALAM MENGGUNAKAN INTERNET BANKING DI YOGYAKARTA.
- Prawiramulia, G. (2014). THE INFLUENCE OF MOBILE BANKING QUALITY ON CUSTOMER SATISFACTION OF BANK MANDIRI.
- Rizal, S., & Munawir. (2017). Pengaruh Kepuasan Nasabah Terhadap Menggunakan Mobile Banking (*mobile banking*) Pada Bank BCA Cabang Banda Aceh. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen Teknologi Vol.1 No.2* .
- Setyowati, E. O., & Respati, D. A. (2017). PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN, PERSEPSI MANFAAT, COMPUTER SELF EFFICACY, DAN KEPUASAN PENGGUNA SISTEM INFORMASI AKUNTANSI. *JRAK, Volume 13, No 1*.
- Sihotang, E. T. (2016). Segmentasi Layanan Internet Banking. *Manajemen dan Kewirausahaan Vol.4 No.2*.
- Sulfianto, A. (2016). Al-Qur'an dan Kepuasan Pelanggan Bank Syariah. *Academia edu*.

- Suryani, T. (2008). *Perilaku Konsumen "Implikasinya Pada Strategi Pemasaran"*. Yogyakarta: Graha Ilmu. 2013.
- Suryani, T. (2013). *Perilaku Konsumen di Era Internet*. Yogyakarta: Graha ilmu.
- Vankatesh, V. M. (2003). User Acceptance of Information Technology. *Toward a Unified View.MIS Quartely. Vol. 27 No. 3*, 425-478.
- Walandou, G. I., Mekel, P. A., & Soegoto, A. S. (2014). KUALITAS PELAYANAN DAN CITRA MEREK PENGARUHNYA TERHADAP KEPERCAYAAN NASABAH BERTRANSAKSI E-BANKING MELALUI KARTU DEBIT TAPLUS BNI. *Jurnal EMBA Vol.2 No.2*, 1261-1271.
- Wibiadila, I. (2016). PENGARUH KEGUNAAN, KEMUDAHAN, RESIKO, DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP MINAT NASABAH DALAM MENGGUNAKAN MOBILE BANKING. *publikasi ilmiah*.
- Wulandari, N. P., & Moeliono, N. N. (2017). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR PENGGUNAAN LAYANAN MOBILE BANKING DI BANDUNG. *Bisnis dan Iptek Vol.10, no 2*.
- Yani, A. (2006). *160 materi dakwah pilihan*. Jakarta: Al- Qalam.
- Yanuardinda, C., Kertahadi, & Riyadi. (2014). ANALISIS DETERMINAN MINAT KEPERILAKUAN DALAM MENGGUNAKAN MOBILE BANKING. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)/Vol. 5 No. 2* , 7.
- Yaqin, A., & Ilfitriah, A. M. (2014). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS NASABAH BANK PENGGUNA E-BANKING DI SURABAYA. *Journal of Business and Banking Volume 4, No. 2* , 245 – 260.
- Zeithaml, e. a. (2002). Service Quality Delivery Through Web Sites: A Critical Review of Extant Knowledge. *Academy of Marketing Science*.



## LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama :

Alamat :

No. Telepon :

Bersedia / Tidak Bersedia untuk menjadi responden dalam penelitian yang dilakukan oleh tim peneliti berikut:

Nama : Nely Zahara

Affiliasi : Program Studi Ekonomi Islam, Fakultas Ilmu Agama Islam, Universitas Islam Indonesia

Judul Penelitian : Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah dalam Pemanfaatan *Mobile Banking* pada Bank Syariah di Yogyakarta.

Adapun data dan hasil penelitian tersebut untuk digunakan sebagaimana mestinya tanpa melanggar kode etik penelitian yang sudah ditetapkan sebelumnya.

Yogyakarta, 29 agustus  
2018

(.....)

## ANGKET PENELITIAN

Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah dalam Pemanfaatan *Mobile Banking* pada Bank Syariah di Yogyakarta.

Kepada

Yth. Bapak/Ibu/Saudara/Saudari

Di Tempat

*Assalamualaikum Wr.Wb*

Puji syukur kehadiran Allah SWT, Tuhan semesta alam yang Maha Menguasai segala sesuatunya. Sholawat serta salam semoga tetap tercurah kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW.

Sehubungan dengan penyusunan skripsi saya yang berjudul **Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah dalam Pemanfaatan *Mobile Banking* pada Bank Syariah di Yogyakarta** maka saya memerlukan data dan informasi dari Bapak/Ibu/Saudara/Saudari. Oleh karena itu saya sangat mengharapkan kesediaan dari Bapak/Ibu/Saudara/Saudari mengisi angket yang telah disediakan. Jawaban atas pertanyaan yang saya ajukan merupakan hal yang sangat bernilai untuk membantu menyelesaikan penyusunan Skripsi tersebut. Identitas yang diberikan kepada saya akan menjadi rahasia dan tidak akan disalah gunakan.

Demikian permohonan saya ini, atas bantuan kerelaan Bapak/Ibu/Saudara/Saudari untuk meluangkan waktu untuk mengisi angket ini saya haturkan banyak terima kasih.

*Wassalamualikum Wr. Wb*

Yogyakarta, 24 Agustus 2018

Hormat Saya,

**Nely Zahara**

Kuisisioner A

DATA RESPONDEN

Isilah data berikut ini dengan benar

1. Nama :
2. Tempat, Tanggal Lahir :
3. Jenis Kelamin :
  - Laki-laki
  - Perempuan
4. Usia :
  - 15-20 Tahun                       26-30 Tahun
  - 21-25 Tahun                       > 30 Tahun
5. Status :
  - Menikah                               Janda
  - Belum Menikah                       Duda
6. Pendidikan :
  - SD                                       Perguruan tinggi
  - SMP                                       Lainnya: . . . . .
  - SMA/SMK
7. Lama Bekerja :
  - < 6 tahun                               > 10 tahun

6-10 tahun

8. Apakah anda pernah atau sedang menggunakan mobile banking Bank Syariah?
- a. Ya (Silahkan lanjutkan ke pertanyaan berikut)
  - b. Tidak (Berhenti disini dan terimakasih)
9. Seberapa sering anda menggunakan mobile banking dalam sehari?
- a. 1 kali
  - b. 2 kali
  - c. 3 kali
  - d. > 4 kali
10. Fitur apa yang paling sering digunakan pada mobile banking?
- a. Cek saldo
  - b. Transfer
  - c. Pembayaran
  - d. Pembelian
11. Penggunaan mobile banking digunakan untuk keperluan?
- a. Personal
  - b. Korporasi
  - c. Bisnis
12. Apakah anda puas dengan fitur layanan mobile banking syariah yang anda gunakan saat ini?
- a. Puas
  - b. Tidak puas
  - c. Sedang
13. Mobile banking syariah apa saja yang anda gunakan saat ini? (boleh memilih lebih dari satu)
- a. BSM
  - b. BNIS
  - c. BRIS
  - d. BCAS
  - e. Muamalat
  - f. Cimb niaga syariah
  - g. Lainnya .....
14. Apakah mobile banking yang anda gunakan saat ini mudah digunakan?
- a. Ya













No.	Persepsi Manfaat						TOTAL	KETERANGAN
	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6			
1	8	8	7	7	10	40	Sedang	
2	10	10	10	10	10	50	Tinggi	
3	9	9	9	9	10	46	Sedang	
4	7	6	8	8	8	37	Rendah	
5	8	9	9	9	10	45	Sedang	
6	8	8	10	10	10	46	Sedang	
7	10	7	8	8	10	43	Sedang	
8	7	6	7	7	6	33	Rendah	
9	8	8	8	8	8	40	Rendah	
10	8	10	10	9	10	47	Tinggi	
11	8	8	9	8	9	42	Sedang	
12	10	10	10	10	10	50	Tinggi	
13	9	9	10	9	10	47	Sedang	
14	5	5	8	8	10	36	Rendah	
15	5	7	6	7	9	34	Rendah	
16	10	10	10	10	10	50	Tinggi	
17	10	10	10	10	10	50	Tinggi	
18	8	8	10	10	10	46	Sedang	
19	7	8	7	8	7	37	Rendah	
20	7	7	7	7	7	35	Rendah	
21	8	8	8	8	8	40	Sedang	
22	8	8	7	7	10	40	Sedang	
23	7	7	7	7	7	35	Rendah	
24	10	10	10	9	10	49	Tinggi	
25	9	9	8	9	9	44	Sedang	

26	7	8	7	7	7	36	Rendah
27	8	7	7	8	8	38	Rendah
28	7	8	8	8	9	40	Sedang
29	8	8	8	9	9	42	Sedang
30	7	9	10	9	10	45	Sedang
31	7	7	8	8	8	38	Rendah
32	8	9	9	9	8	43	Sedang
33	9	10	10	10	10	49	Tinggi
34	10	8	8	9	10	45	Sedang
35	7	8	8	8	8	39	Sedang
36	8	8	8	8	9	41	Sedang
37	8	4	10	3	10	35	Rendah
38	9	9	9	9	10	46	Sedang
39	8	8	8	8	8	40	Sedang
40	7	7	7	8	8	37	Rendah
41	9	8	9	8	9	43	Sedang
42	10	8	10	8	10	46	Sedang
43	10	10	10	10	10	50	Tinggi
44	9	9	9	9	7	43	Sedang
45	6	8	6	8	8	36	Rendah
46	8	8	7	7	10	40	Sedang
47	9	7	9	9	10	44	Sedang
48	10	10	10	10	10	50	Tinggi
49	6	8	9	9	8	40	Sedang
50	8	10	10	10	10	48	Tinggi
51	7	8	9	9	10	43	Sedang
52	10	9	9	9	10	47	Tinggi
53	8	8	9	9	10	44	Sedang
54	8	8	9	8	9	42	Sedang
55	8	8	8	8	10	42	Sedang
56	8	8	8	8	10	42	Sedang
57	8	8	9	9	10	44	Sedang
58	7	8	8	8	9	40	Sedang
59	6	7	7	7	7	34	Rendah
60	8	8	8	8	8	40	Sedang
61	7	8	9	9	10	43	Sedang
62	9	9	10	10	10	48	Tinggi
63	7	7	10	7	10	41	Sedang
64	9	9	9	9	9	45	Sedang
65	10	9	9	8	10	46	Sedang
66	8	8	8	8	9	41	Sedang

67	7	9	9	9	9	43	Sedang
68	7	8	9	9	10	43	Sedang
69	7	8	10	10	10	45	Sedang
70	8	6	10	10	10	44	Sedang
71	10	10	10	10	10	50	Tinggi
72	10	9	9	10	10	48	Tinggi
73	8	7	10	10	10	45	Sedang
74	10	10	10	10	10	50	Tinggi
75	7	7	8	8	8	38	Rendah
76	10	8	10	10	10	48	Tinggi
77	8	10	10	10	10	48	Tinggi
78	8	8	9	8	10	43	Sedang
79	10	10	10	9	10	49	Tinggi
80	6	6	7	8	10	37	Sedang
81	10	10	10	10	10	50	Tinggi
82	8	8	8	8	10	42	Sedang
83	10	10	9	9	9	47	Tinggi
84	9	7	9	9	10	44	Sedang
85	9	9	9	9	9	45	Sedang
86	10	9	9	9	10	47	Tinggi
87	8	10	9	9	8	44	Sedang
88	8	8	8	8	10	42	Sedang
89	9	10	9	9	10	47	Sedang
90	9	10	10	10	8	47	Sedang
91	9	9	10	9	9	46	Sedang
92	9	9	9	10	10	47	Sedang
93	10	10	9	10	10	49	Tinggi
94	8	9	9	9	10	45	Sedang
95	9	9	9	9	9	45	Sedang
96	9	9	9	9	9	45	Sedang
97	7	7	7	8	8	37	Rendah
98	5	7	6	7	9	34	Rendah
99	9	10	10	10	10	49	Tinggi
100	8	8	8	7	9	40	Sedang
101	5	7	8	7	9	36	Rendah
102	7	7	7	7	7	35	Rendah
103	10	10	10	10	10	50	Tinggi
104	10	10	10	10	10	50	Tinggi
105	8	9	9	9	9	44	Sedang
106	8	7	9	9	10	43	Sedang
107	6	7	6	7	7	33	Rendah

108	10	10	10	10	10	50	Tinggi
109	8	9	5	7	8	37	Rendah
110	10	7	6	8	9	40	Sedang
111	9	8	7	6	7	37	Sedang
112	9	10	8	7	8	42	Sedang
113	8	6	9	10	8	41	Sedang
114	7	6	8	8	10	39	Sedang
115	7	8	9	8	9	41	Sedang
116	8	7	9	9	10	43	Sedang
117	8	8	8	8	8	40	Sedang
118	9	8	10	9	10	46	Sedang
	10	8	7	8	10	43	Sedang
	8	9	10	6	7	40	Sedang
	7	9	8	8	6	38	Rendah
	8	8	10	10	10	46	Sedang
	8	8	8	8	10	42	Sedang
	7	6	7	8	7	35	Rendah
	9	9	9	9	10	46	Sedang
	10	10	10	10	10	50	Tinggi
	8	9	7	7	9	40	Sedang
	6	8	10	9	10	43	Sedang
	7	9	10	10	10	46	Sedang
	10	9	8	9	9	45	Sedang
	10	10	10	10	10	50	Tinggi
	10	10	10	10	10	50	Tinggi
	10	7	8	9	10	44	Sedang
	10	10	8	7	10	45	Sedang
	8	7	7	8	10	40	Sedang
	9	10	8	9	10	46	Sedang
	10	9	7	8	10	44	Sedang
	8	8	8	8	8	40	Sedang
	10	9	9	8	10	46	Sedang
	8	8	7	9	10	42	Sedang
	7	8	8	7	9	39	Sedang
	5	5	8	7	10	35	Rendah
	7	7	8	8	8	38	Rendah
	8	9	8	9	8	42	Sedang
	9	9	9	9	10	46	Sedang
	10	8	7	10	8	43	Sedang
	8	6	8	9	7	38	Rendah
	10	8	8	9	10	45	Sedang

	7	6	8	8	6	35	Rendah
	8	7	9	6	9	39	Rendah
	5	6	7	7	6	31	Rendah
	8	10	10	7	10	45	Sedang
	9	9	9	9	10	46	Sedang
	7	7	8	8	8	38	Rendah
	8	9	9	9	8	43	Sedang
	8	8	10	10	10	46	Sedang
	10	7	8	8	10	43	Sedang
	8	9	8	9	8	42	Sedang
	8	8	8	8	8	40	Sedang
	7	8	8	7	9	39	Sedang
	9	8	6	10	8	41	Sedang
	7	6	7	8	7	35	Rendah
	7	7	7	7	7	35	Rendah
	8	8	8	8	8	40	Sedang
	8	8	7	7	10	40	Sedang
	7	7	7	7	7	35	Rendah
	10	10	10	9	10	49	Tinggi
	9	9	8	9	9	44	Sedang
	7	8	7	7	7	36	Rendah
	8	7	7	8	8	38	Rendah
	7	8	8	8	9	40	Sedang
	8	8	8	9	9	42	Sedang
	7	9	10	9	10	45	Sedang
	7	7	8	8	8	38	Rendah
	8	9	9	9	8	43	Sedang
	9	10	10	10	10	49	Tinggi
	10	8	8	9	10	45	Sedang
	7	8	8	8	8	39	Sedang
	8	8	8	8	9	41	Sedang
	8	4	10	3	10	35	Rendah
	9	9	9	9	10	46	Sedang
	8	8	8	8	8	40	Sedang
	7	6	8	8	10	39	Sedang
	9	8	9	8	9	43	Sedang
	8	10	7	6	7	38	Rendah
	10	9	8	8	8	43	Sedang
	8	7	9	9	8	41	Sedang
	7	8	7	8	10	40	Sedang
	9	9	8	6	7	39	Sedang

	7	8	8	8	6	37	Sedang
	8	9	10	10	10	47	Tinggi
	8	8	9	8	7	40	Sedang
	6	5	8	2	9	30	Rendah
	7	8	7	7	9	38	Rendah
	6	5	8	7	10	36	Rendah
	8	4	10	3	10	35	Rendah
	9	10	8	7	8	42	Sedang
	8	6	9	10	8	41	Sedang
	7	6	8	8	10	39	Sedang
	7	8	9	8	9	41	Sedang
	8	7	9	9	10	43	Sedang
Kemudahan Penggunaan							
X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	TOTAL		
7	7	7	7	7	35	Rendah	
10	7	10	10	8	45	Sedang	
8	8	8	9	8	41	Sedang	
8	5	7	7	7	34	Rendah	
9	9	9	9	9	45	Sedang	
10	10	10	10	10	50	Tinggi	
10	10	10	8	8	46	Tinggi	
5	6	5	4	4	24	Rendah	
8	8	8	8	8	40	Sedang	
10	10	10	10	9	49	Tinggi	
9	9	8	8	9	43	Sedang	
10	10	10	10	10	50	Tinggi	
9	9	9	9	8	44	Sedang	
8	10	9	8	7	42	Sedang	
8	10	9	9	7	43	Sedang	
10	10	10	10	10	50	Tinggi	
7	7	8	8	8	38	Sedang	
7	6	10	10	8	41	Sedang	
8	8	7	6	6	35	Rendah	
7	7	7	7	7	35	Rendah	
7	9	8	7	7	38	Sedang	
9	9	9	10	10	47	Tinggi	
7	7	7	7	7	35	Rendah	
10	1	10	10	10	41	Sedang	
9	9	9	8	10	45	Sedang	
10	10	9	6	5	40	Sedang	
7	7	7	7	7	35	Rendah	

7	10	8	6	4	35	Rendah
9	8	8	8	8	41	Sedang
8	8	8	8	5	37	Sedang
7	7	7	8	5	34	Rendah
9	9	9	9	8	44	Sedang
10	10	10	10	10	50	Tinggi
10	10	10	9	8	47	Tinggi
9	8	9	9	8	43	Sedang
8	9	7	7	7	38	Sedang
8	10	4	5	9	36	Sedang
9	8	9	9	9	44	Sedang
8	8	8	9	9	42	Sedang
8	10	9	8	8	43	Sedang
9	5	8	8	8	38	Sedang
10	8	10	10	10	48	Tinggi
10	10	10	10	10	50	Tinggi
9	10	9	9	10	47	Tinggi
9	7	8	9	8	41	Sedang
8	10	9	8	8	43	Sedang
7	7	7	7	7	35	Rendah
10	10	10	10	10	50	Tinggi
9	9	8	7	8	41	Sedang
10	10	10	10	10	50	Tinggi
10	9	9	9	7	44	Sedang
9	9	9	9	8	44	Sedang
9	8	9	8	8	42	Sedang
10	10	9	6	5	40	Sedang
10	8	8	8	8	42	Sedang
6	9	7	6	6	34	Rendah
8	10	10	9	7	44	Sedang
8	8	8	8	9	41	Sedang
7	7	7	7	7	35	Rendah
9	9	8	9	9	44	Sedang
8	10	6	7	7	38	Sedang
10	9	9	10	10	48	Tinggi
10	10	10	10	10	50	Tinggi
9	10	9	10	9	47	Tinggi
9	10	8	8	7	42	Sedang
9	8	7	7	8	39	Sedang
9	9	9	9	8	44	Sedang
8	10	7	6	7	38	Sedang

10	10	10	10	7	47	Tinggi
8	7	8	8	7	38	Sedang
8	9	7	6	7	37	Sedang
10	9	9	7	7	42	Sedang
8	7	8	8	7	38	Sedang
8	7	8	8	7	38	Sedang
8	8	8	8	8	40	Sedang
9	8	9	9	8	43	Sedang
10	10	10	9	6	45	Sedang
9	9	8	8	7	41	Sedang
9	9	9	8	2	37	Sedang
8	8	8	8	7	39	Sedang
9	9	9	8	8	43	Sedang
8	9	7	8	6	38	Sedang
9	9	8	8	7	41	Sedang
9	8	3	8	3	31	Rendah
9	9	9	9	9	45	Sedang
9	9	8	7	7	40	Sedang
9	10	9	9	9	46	Tinggi
7	8	8	8	8	39	Sedang
8	10	10	10	8	46	Tinggi
7	9	6	7	8	37	Sedang
10	10	9	6	5	40	Sedang
7	7	6	8	9	37	Sedang
9	8	7	9	9	42	Sedang
8	9	9	10	9	45	Sedang
8	7	9	7	8	39	Sedang
9	9	9	9	9	45	Sedang
8	8	7	8	8	39	Sedang
4	10	4	5	6	29	Rendah
10	10	10	10	9	49	Tinggi
9	9	9	7	8	42	Sedang
8	7	7	8	7	37	Sedang
7	7	7	7	7	35	Rendah
10	10	10	10	10	50	Tinggi
10	10	10	10	10	50	Tinggi
10	10	10	9	9	48	Tinggi
8	6	7	7	7	35	Rendah
6	7	7	6	8	34	Rendah
6	8	5	9	7	35	Rendah
8	7	9	8	5	37	Sedang

7	8	6	6	8	35	Rendah
8	9	10	9	6	42	Sedang
8	8	10	8	7	41	Sedang
9	7	7	9	9	41	Sedang
9	10	8	8	7	42	Sedang
9	8	7	8	10	42	Sedang
8	7	8	10	9	42	Sedang
8	10	8	8	4	38	Sedang
8	9	7	7	8	39	Sedang
9	7	9	10	8	43	Sedang
8	9	10	9	8	44	Sedang
6	8	7	6	7	34	Rendah
8	10	8	8	8	42	Sedang
8	3	8	8	8	35	Rendah
7	10	8	6	4	35	Rendah
10	10	10	10	9	49	Tinggi
10	10	10	10	8	48	Tinggi
9	9	9	9	9	45	Sedang
10	9	8	9	8	44	Sedang
9	9	7	6	5	36	Sedang
7	9	7	8	8	39	Sedang
10	7	8	9	9	43	Sedang
10	10	9	10	10	49	Tinggi
9	6	7	7	7	36	Sedang
7	8	9	10	9	43	Sedang
7	8	7	7	6	35	Rendah
8	7	10	9	7	41	Sedang
8	9	10	7	7	41	Sedang
9	9	9	9	9	45	Sedang
9	9	8	8	8	42	Sedang
8	7	10	8	7	40	Sedang
8	7	7	7	7	36	Sedang
8	4	7	7	8	34	Rendah
7	10	8	6	4	35	Rendah
8	8	8	8	9	41	Sedang
9	5	8	9	9	40	Sedang
7	10	8	6	4	35	Rendah
8	8	6	5	7	34	Rendah
7	10	10	9	8	44	Sedang
6	7	6	7	6	32	Rendah
9	6	8	7	8	38	Sedang

8	7	4	7	5	31	Rendah
10	7	10	10	8	45	Sedang
8	8	8	9	8	41	Sedang
8	5	7	6	7	33	Rendah
9	9	9	9	9	45	Sedang
10	10	10	10	10	50	Tinggi
9	10	10	8	8	45	Sedang
7	6	5	4	4	26	Rendah
8	8	8	8	8	40	Sedang
10	6	7	9	8	40	Sedang
7	9	7	8	7	38	Sedang
9	8	8	6	6	37	Sedang
7	7	7	7	7	35	Rendah
7	9	8	7	7	38	Sedang
9	9	9	10	10	47	Tinggi
7	7	7	7	7	35	Rendah
10	1	10	10	10	41	Sedang
9	9	9	8	10	45	Sedang
7	6	5	5	6	29	Rendah
7	7	7	7	7	35	Rendah
8	6	6	6	7	33	Rendah
9	8	8	8	8	41	Sedang
8	8	8	8	5	37	Sedang
7	7	7	8	5	34	Rendah
9	9	9	9	8	44	Sedang
10	10	10	10	10	50	Tinggi
10	10	10	9	8	47	Tinggi
9	8	9	9	8	43	Sedang
8	9	7	7	7	38	Sedang
8	10	4	5	9	36	Sedang
9	8	9	9	9	44	Sedang
8	8	8	9	9	42	Sedang
8	8	8	9	8	41	Sedang
9	5	8	8	8	38	Sedang
9	6	10	7	8	40	Sedang
10	8	8	8	4	38	Sedang
9	6	7	7	8	37	Sedang
9	7	9	10	8	43	Sedang
7	9	8	9	8	41	Sedang
6	8	7	6	7	34	Rendah
8	8	8	8	8	40	Sedang

8	3	8	8	8	35	Rendah
10	9	8	5	4	36	Sedang
8	7	9	7	7	38	Sedang
8	4	7	7	8	34	Rendah
8	5	10	2	9	34	Rendah
8	8	10	8	7	41	Sedang
9	7	7	9	9	41	Sedang
9	10	8	8	7	42	Sedang
9	8	7	8	10	42	Sedang
8	7	8	10	9	42	Sedang
Keamanan						
X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	TOTAL	
7	5	7	6	6	31	Sedang
8	8	8	8	10	42	Sedang
9	9	9	8	1	36	Sedang
8	7	8	8	5	36	Sedang
9	8	8	9	9	43	Sedang
9	9	9	9	7	43	Sedang
10	9	8	8	10	45	Tinggi
4	5	5	5	6	25	Rendah
8	8	8	8	8	40	Sedang
10	10	10	8	8	46	Tinggi
8	8	8	8	7	39	Sedang
10	10	10	10	6	46	Tinggi
9	9	9	9	9	45	Tinggi
5	5	5	6	5	26	Rendah
9	8	9	8	6	40	Sedang
6	7	5	5	5	28	Rendah
6	8	8	8	8	38	Sedang
8	8	8	8	8	40	Sedang
7	8	7	7	8	37	Sedang
7	7	7	7	7	35	Sedang
7	7	7	8	6	35	Sedang
8	8	8	8	8	40	Sedang
7	7	7	7	7	35	Sedang
5	7	5	10	1	28	Rendah
8	9	8	9	8	42	Sedang
7	7	7	7	7	35	Sedang
7	7	7	7	7	35	Sedang
6	6	6	6	6	30	Rendah
8	8	8	7	7	38	Sedang

6	6	6	6	6	30	Rendah
7	7	7	8	7	36	Sedang
8	8	8	7	8	39	Sedang
9	10	10	10	10	49	Tinggi
8	8	6	7	8	37	Sedang
7	7	7	7	6	34	Sedang
8	8	8	7	6	37	Sedang
9	9	4	10	3	35	Sedang
10	10	10	9	9	48	Tinggi
4	4	4	7	5	24	Rendah
4	3	5	5	6	23	Rendah
9	9	9	8	9	44	Tinggi
10	9	8	9	9	45	Tinggi
10	6	9	10	10	45	Tinggi
9	8	8	9	8	42	Sedang
8	8	8	8	8	40	Sedang
8	8	8	7	4	35	Sedang
5	5	5	4	6	25	Rendah
10	10	10	10	10	50	Tinggi
8	8	7	8	9	40	Sedang
8	8	7	7	8	38	Sedang
7	7	7	8	6	35	Sedang
9	8	8	8	9	42	Sedang
8	8	8	8	8	40	Sedang
5	5	5	5	6	26	Rendah
8	8	8	8	8	40	Sedang
6	6	6	6	7	31	Sedang
6	6	7	7	3	29	Rendah
8	9	8	7	5	37	Sedang
6	6	6	6	6	30	Rendah
9	9	8	9	9	44	Tinggi
7	8	9	8	9	41	Sedang
6	7	7	8	9	37	Sedang
10	10	10	10	10	50	Tinggi
8	8	9	10	8	43	Sedang
6	6	7	7	6	32	Sedang
9	8	8	8	7	40	Sedang
8	9	9	9	7	42	Sedang
9	7	7	7	4	34	Sedang
7	6	6	7	7	33	Sedang
8	7	7	7	6	35	Sedang

7	7	7	5	5	31	Sedang
7	7	7	7	5	33	Sedang
6	6	6	7	5	30	Rendah
8	7	7	7	7	36	Sedang
9	8	7	7	7	38	Sedang
9	10	9	8	7	43	Sedang
7	7	9	8	5	36	Sedang
8	8	9	8	4	37	Sedang
8	8	8	6	8	38	Sedang
7	7	6	7	6	33	Sedang
8	6	6	7	4	31	Sedang
8	9	9	8	3	37	Sedang
8	8	7	7	7	37	Sedang
9	7	8	8	8	40	Sedang
9	9	8	9	9	44	Tinggi
9	8	7	6	7	37	Sedang
7	7	7	7	3	31	Sedang
7	8	7	8	8	38	Sedang
8	8	9	8	8	41	Sedang
9	7	7	6	4	33	Sedang
8	8	6	7	8	37	Sedang
9	8	9	7	7	40	Sedang
9	8	8	9	9	43	Sedang
10	9	9	9	10	47	Tinggi
9	9	9	9	8	44	Tinggi
9	9	9	9	9	45	Tinggi
8	8	7	8	8	39	Sedang
4	4	10	5	4	27	Rendah
10	10	10	9	9	48	Tinggi
7	7	8	7	7	36	Sedang
8	8	8	7	9	40	Sedang
7	7	7	7	7	35	Sedang
10	10	10	10	10	50	Tinggi
10	10	10	10	10	50	Tinggi
7	8	8	10	10	43	Sedang
3	5	5	5	5	23	Rendah
7	6	7	6	6	32	Sedang
8	7	7	7	5	34	Sedang
7	6	7	6	4	30	Rendah
9	9	7	8	8	41	Sedang
7	6	9	8	4	34	Sedang

5	7	7	7	7	33	Sedang
7	6	7	6	7	33	Sedang
9	8	7	6	7	37	Sedang
7	7	7	7	8	36	Sedang
7	7	7	7	5	33	Sedang
8	8	7	8	6	37	Sedang
8	8	7	7	7	37	Sedang
6	7	8	9	10	40	Sedang
7	6	7	6	7	33	Sedang
8	7	7	8	7	37	Sedang
7	7	7	8	6	35	Sedang
8	8	8	6	2	32	Sedang
6	5	4	7	1	23	Rendah
9	9	9	8	10	45	Tinggi
10	10	10	10	8	48	Tinggi
9	9	9	9	9	45	Tinggi
10	9	8	9	7	43	Sedang
8	8	8	6	3	33	Sedang
8	7	8	7	3	33	Sedang
10	10	10	10	10	50	Tinggi
10	10	10	10	7	47	Tinggi
8	7	7	6	3	31	Sedang
7	7	8	8	9	39	Sedang
6	6	9	7	3	31	Sedang
7	8	8	9	4	36	Sedang
9	8	10	9	8	44	Tinggi
7	7	7	7	5	33	Sedang
9	9	10	10	7	45	Tinggi
9	7	7	9	9	41	Sedang
7	8	8	8	8	39	Sedang
9	8	9	8	7	41	Sedang
8	7	4	5	3	27	Rendah
8	8	8	8	9	41	Sedang
7	6	5	6	7	31	Sedang
5	7	7	6	8	33	Sedang
8	10	6	5	4	33	Sedang
7	8	6	8	6	35	Sedang
6	6	7	5	4	28	Rendah
9	5	8	9	7	38	Sedang
7	5	6	6	6	30	Rendah
8	8	8	8	10	42	Sedang

9	9	9	8	1	36	Sedang
8	7	8	8	5	36	Sedang
9	8	8	9	9	43	Sedang
9	9	9	9	7	43	Sedang
10	9	8	8	10	45	Tinggi
4	5	5	5	6	25	Rendah
8	8	8	8	8	40	Sedang
5	6	7	6	9	33	Sedang
9	8	8	9	7	41	Sedang
7	8	7	7	8	37	Sedang
7	7	7	7	7	35	Sedang
7	7	7	8	6	35	Sedang
8	8	8	8	8	40	Sedang
7	7	7	7	7	35	Sedang
5	7	5	10	1	28	Rendah
8	9	8	9	8	42	Sedang
7	7	7	7	7	35	Sedang
7	7	7	7	7	35	Sedang
6	6	6	6	6	30	Rendah
8	8	8	7	7	38	Sedang
6	6	6	6	6	30	Rendah
7	7	7	8	7	36	Sedang
8	8	8	7	8	39	Sedang
9	10	10	10	10	49	Tinggi
8	8	6	7	8	37	Sedang
7	7	7	7	6	34	Sedang
8	8	8	7	6	37	Sedang
9	9	4	10	3	35	Sedang
10	10	10	9	9	48	Tinggi
4	4	4	7	5	24	Rendah
4	3	5	5	6	23	Rendah
9	9	9	8	9	44	Tinggi
6	7	5	7	6	31	Sedang
8	8	7	8	6	37	Sedang
8	8	7	7	7	37	Sedang
6	7	8	9	10	40	Sedang
7	6	7	6	7	33	Sedang
8	7	7	8	7	37	Sedang
7	7	7	8	6	35	Sedang
8	8	8	6	2	32	Sedang
6	5	4	7	1	23	Rendah

7	8	8	8	8	39	Sedang
9	8	9	8	7	41	Sedang
8	7	4	5	3	27	Rendah
5	7	7	7	7	33	Sedang
7	6	7	6	7	33	Sedang
9	8	7	6	7	37	Sedang
7	7	7	7	8	36	Sedang
7	7	7	7	5	33	Sedang
Persepsi Risiko						
X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	TOTAL		
7	6	8	7	28		Sedang
8	10	9	8	35		Tinggi
8	8	8	9	33		Sedang
10	7	8	7	32		Sedang
8	9	7	8	32		Sedang
9	10	8	8	35		Tinggi
8	8	8	10	34		Sedang
8	8	5	5	26		Rendah
10	9	7	8	34		Sedang
9	10	10	8	37		Tinggi
7	8	9	8	32		Sedang
8	10	7	10	35		Tinggi
8	9	8	9	34		Sedang
9	8	5	5	27		Rendah
9	9	9	5	32		Sedang
9	10	6	10	35		Tinggi
10	8	6	10	34		Sedang
9	8	8	8	33		Sedang
8	6	7	7	28		Sedang
7	7	7	7	28		Sedang
7	7	7	8	29		Sedang
9	8	8	8	33		Sedang
8	7	7	7	29		Sedang
10	10	5	10	35		Tinggi
7	8	8	9	32		Sedang
8	5	7	7	27		Rendah
7	7	7	8	29		Sedang
8	6	6	7	27		Rendah
8	8	8	8	32		Sedang
9	8	6	7	30		Sedang
7	8	7	7	29		Sedang

9	9	8	8	34	Sedang
8	10	9	9	36	Tinggi
9	9	8	10	36	Tinggi
10	9	7	7	33	Sedang
7	7	8	8	30	Sedang
7	5	9	8	29	Sedang
9	9	10	9	37	Tinggi
8	9	4	8	29	Sedang
5	5	6	9	25	Rendah
9	8	9	9	35	Tinggi
9	8	8	9	34	Sedang
10	10	8	10	38	Tinggi
8	9	10	8	35	Tinggi
8	8	9	7	32	Sedang
10	8	7	8	33	Sedang
6	5	10	5	26	Rendah
10	10	6	10	36	Tinggi
8	8	8	8	32	Sedang
10	10	7	6	33	Sedang
10	8	9	10	37	Tinggi
8	9	9	7	33	Sedang
7	8	5	8	28	Sedang
5	5	8	5	23	Rendah
8	8	7	8	31	Sedang
7	8	8	9	32	Sedang
6	8	8	10	32	Sedang
8	8	7	8	31	Sedang
6	7	9	7	29	Sedang
9	8	7	9	33	Sedang
7	8	9	9	33	Sedang
2	9	8	8	27	Rendah
10	7	9	10	36	Tinggi
8	9	10	9	36	Tinggi
8	9	8	10	35	Tinggi
7	8	7	8	30	Sedang
8	9	7	7	31	Sedang
7	8	9	9	33	Sedang
2	8	6	9	25	Rendah
4	6	7	7	24	Rendah
4	10	8	8	30	Sedang
4	9	7	10	30	Sedang

5	7	8	10	30	Sedang
6	10	8	10	34	Sedang
9	7	9	7	32	Sedang
5	8	8	9	30	Sedang
6	10	9	9	34	Sedang
7	8	8	8	31	Sedang
6	10	9	9	34	Sedang
6	6	9	10	31	Sedang
6	10	7	10	33	Sedang
4	8	7	8	27	Rendah
4	10	8	9	31	Sedang
5	7	9	8	29	Sedang
7	9	10	9	35	Tinggi
6	9	8	9	32	Sedang
8	10	9	8	35	Tinggi
6	8	8	9	31	Sedang
5	10	9	8	32	Sedang
6	10	8	8	32	Sedang
5	9	9	9	32	Sedang
5	9	8	9	31	Sedang
7	10	10	9	36	Tinggi
7	9	9	10	35	Tinggi
9	9	9	9	36	Tinggi
9	9	9	9	36	Tinggi
7	7	7	6	27	Rendah
6	5	10	6	27	Rendah
10	10	7	10	37	Tinggi
7	8	5	6	26	Rendah
7	7	6	5	25	Rendah
7	7	10	7	31	Sedang
10	10	7	10	37	Tinggi
10	10	10	10	40	Tinggi
10	9	8	10	37	Tinggi
7	6	8	9	30	Sedang
7	7	5	7	26	Rendah
1	10	6	10	27	Rendah
5	9	5	8	27	Rendah
1	7	7	7	22	Rendah
7	8	8	7	30	Sedang
6	10	9	9	34	Sedang
2	6	7	9	24	Rendah

7	6	8	9	30	Sedang
8	8	7	8	31	Sedang
7	7	7	8	29	Sedang
8	8	7	6	29	Sedang
8	8	7	8	31	Sedang
2	8	8	8	26	Sedang
7	9	7	8	31	Sedang
8	9	7	6	30	Sedang
10	8	6	8	32	Sedang
9	8	8	8	33	Sedang
7	9	7	9	32	Sedang
10	9	8	10	37	Tinggi
10	10	10	10	40	Tinggi
9	9	8	10	36	Tinggi
10	8	7	10	35	Tinggi
9	9	7	9	34	Sedang
7	9	8	8	32	Sedang
10	10	10	10	40	Tinggi
7	10	10	10	37	Tinggi
4	7	7	8	26	Rendah
6	10	10	8	34	Sedang
6	7	9	8	30	Sedang
5	10	7	7	29	Sedang
8	9	8	9	34	Sedang
5	8	8	9	30	Sedang
7	9	7	9	32	Sedang
6	8	7	9	30	Sedang
8	8	7	8	31	Sedang
7	5	7	7	26	Rendah
6	6	3	5	20	Rendah
8	9	7	9	33	Sedang
6	5	10	7	28	Sedang
6	8	10	1	25	Rendah
8	6	8	10	32	Sedang
7	8	7	10	32	Sedang
7	6	6	10	29	Sedang
10	7	9	5	31	Sedang
7	6	7	5	25	Rendah
10	10	8	10	38	Tinggi
10	9	8	10	37	Tinggi
6	7	7	5	25	Rendah

9	9	9	8	35	Tinggi
10	8	9	9	36	Tinggi
7	7	10	8	32	Sedang
8	9	7	9	33	Sedang
7	8	8	7	30	Sedang
8	8	8	8	32	Sedang
9	8	9	8	34	Sedang
5	6	9	8	28	Sedang
7	7	7	7	28	Sedang
7	8	7	7	29	Sedang
8	8	7	7	30	Sedang
7	7	7	7	28	Sedang
7	10	10	10	37	Tinggi
6	9	8	6	29	Sedang
7	8	7	7	29	Sedang
7	7	8	7	29	Sedang
7	8	6	5	26	Sedang
9	8	9	9	35	Tinggi
8	9	8	8	33	Sedang
8	7	6	8	29	Sedang
8	9	7	9	33	Sedang
10	10	8	4	32	Sedang
6	8	8	8	30	Sedang
8	8	7	8	31	Sedang
7	8	7	8	30	Sedang
8	9	7	9	33	Sedang
9	9	9	9	36	Tinggi
7	8	7	6	28	Sedang
6	3	8	5	22	Rendah
9	8	8	9	34	Sedang
7	10	9	7	33	Sedang
8	9	7	6	30	Sedang
8	7	7	8	30	Sedang
2	8	7	8	25	Rendah
7	9	8	8	32	Sedang
8	8	6	6	28	Sedang
10	9	7	8	34	Sedang
9	8	8	8	33	Sedang
7	8	7	8	30	Sedang
8	8	7	8	31	Sedang
7	5	7	7	26	Rendah

8	7	8	7	30	Sedang		
6	10	7	9	32	Sedang		
2	6	9	9	26	Rendah		
7	6	7	9	29	Sedang		
8	8	8	8	32	Sedang		
7	7	7	8	29	Sedang		
Kemampuan Akses							
X5.1	X5.2	X5.3	X5.4	X5.5	X5.6	TOTAL	
6	6	5	6	3	3	29	Rendah
10	10	10	10	10	10	60	Tinggi
10	10	10	10	10	10	60	Tinggi
8	9	9	9	9	5	49	Sedang
10	7	8	10	9	8	52	Sedang
10	10	9	9	9	9	56	Sedang
8	9	8	9	8	8	50	Sedang
5	5	5	5	5	5	30	Rendah
7	7	7	7	7	7	42	Sedang
9	9	7	10	8	10	53	Sedang
6	7	8	9	8	9	47	Sedang
10	10	10	10	10	10	60	Tinggi
9	9	9	9	9	9	54	Sedang
10	9	7	10	10	10	56	Sedang
5	4	4	3	7	9	32	Rendah
8	8	5	10	9	10	50	Sedang
10	10	1	10	8	10	49	Sedang
8	10	7	10	8	8	51	Sedang
8	7	8	7	7	8	45	Sedang
7	7	7	7	7	7	42	Sedang
6	8	8	8	8	7	45	Sedang
6	8	9	9	10	7	49	Sedang
7	7	7	7	7	7	42	Sedang
10	10	10	10	10	10	60	Tinggi
9	10	10	7	8	6	50	Sedang
8	8	7	9	8	7	47	Sedang
6	6	6	7	7	7	39	Rendah
6	7	7	7	6	5	38	Rendah
9	8	8	8	8	9	50	Sedang
8	8	8	8	8	8	48	Sedang
8	8	8	8	8	8	48	Sedang
9	8	7	9	7	9	49	Sedang
10	5	10	10	10	10	55	Sedang

8	10	10	10	10	8	56	Sedang
8	6	6	8	8	8	44	Sedang
7	6	6	7	7	8	41	Rendah
7	7	9	6	10	4	43	Sedang
8	9	9	9	9	9	53	Sedang
8	7	6	8	7	6	42	Sedang
7	6	7	5	7	5	37	Rendah
9	9	9	9	9	9	54	Sedang
7	10	8	9	8	9	51	Sedang
10	8	9	10	10	10	57	Tinggi
9	8	9	8	9	8	51	Sedang
8	8	9	8	8	7	48	Sedang
8	10	10	10	10	8	56	Sedang
7	6	6	6	6	5	36	Rendah
10	10	10	10	10	10	60	Tinggi
8	8	9	8	8	8	49	Sedang
9	8	8	8	8	6	47	Sedang
9	9	7	9	9	10	53	Sedang
7	7	8	8	8	7	45	Sedang
8	3	9	7	8	8	43	Sedang
5	5	5	5	5	5	30	Rendah
8	10	10	10	8	8	54	Sedang
9	8	8	8	8	9	50	Sedang
10	10	6	10	10	10	56	Sedang
8	8	8	8	9	8	49	Sedang
7	7	7	7	7	7	42	Sedang
7	7	8	9	8	9	48	Sedang
10	10	7	10	10	9	56	Sedang
10	10	8	9	9	8	54	Sedang
10	10	10	10	10	10	60	Tinggi
9	9	9	8	9	9	53	Sedang
10	8	7	10	10	10	55	Sedang
7	8	7	8	8	8	46	Sedang
9	9	9	9	9	7	52	Sedang
10	8	7	10	9	9	53	Sedang
10	7	8	10	10	9	54	Sedang
10	3	4	10	10	7	44	Sedang
10	10	6	10	10	8	54	Sedang
10	10	10	10	10	10	60	Tinggi
10	10	10	10	10	10	60	Tinggi
10	9	6	10	9	10	54	Sedang

7	7	7	7	7	7	42	Sedang
10	10	9	10	10	9	58	Tinggi
9	9	8	9	9	9	53	Sedang
10	10	9	10	10	8	57	Tinggi
10	9	7	8	9	9	52	Sedang
10	9	7	10	10	10	56	Sedang
7	8	7	10	10	10	52	Sedang
10	8	8	9	9	8	52	Sedang
9	8	9	8	8	9	51	Sedang
10	9	9	8	9	8	53	Sedang
10	10	9	8	9	9	55	Sedang
10	9	8	9	9	9	54	Sedang
10	8	8	8	8	8	50	Sedang
10	10	9	9	9	9	56	Sedang
10	10	9	10	10	8	57	Tinggi
10	9	9	9	9	8	54	Sedang
10	9	9	10	8	9	55	Sedang
10	8	8	8	9	9	52	Sedang
10	9	10	9	10	9	57	Tinggi
10	8	7	10	10	10	55	Sedang
9	9	9	9	9	9	54	Sedang
9	9	9	9	9	9	54	Sedang
7	8	8	7	8	6	44	Sedang
5	2	4	3	7	6	27	Rendah
10	10	9	10	10	10	59	Tinggi
5	5	8	8	6	6	38	Rendah
6	6	3	7	7	5	34	Rendah
7	7	7	7	7	7	42	Sedang
10	10	10	10	10	10	60	Tinggi
10	10	10	10	10	10	60	Tinggi
10	7	8	9	10	10	54	Sedang
5	5	5	5	5	5	30	Rendah
7	8	8	6	7	7	43	Sedang
10	1	1	5	5	10	32	Rendah
9	7	7	9	9	8	49	Sedang
10	8	6	8	7	7	46	Sedang
9	8	7	9	10	7	50	Sedang
9	10	9	8	8	9	53	Sedang
9	8	7	8	10	9	51	Sedang
10	9	8	7	10	9	53	Sedang
8	7	9	9	9	8	50	Sedang

10	7	6	9	10	8	50	Sedang
8	7	8	9	9	6	47	Sedang
10	6	8	10	7	8	49	Sedang
10	8	9	10	7	8	52	Sedang
10	10	9	10	9	8	56	Sedang
6	2	7	6	6	6	33	Rendah
10	10	10	10	9	8	57	Tinggi
8	8	6	8	8	8	46	Sedang
10	1	9	8	10	1	39	Rendah
9	9	10	8	10	10	56	Sedang
10	10	10	10	10	10	60	Tinggi
8	10	10	10	10	10	58	Tinggi
9	10	8	10	8	10	55	Sedang
10	10	10	7	10	9	56	Sedang
10	9	9	9	7	8	52	Sedang
10	10	10	10	10	10	60	Tinggi
10	10	2	10	10	10	52	Sedang
10	9	7	9	10	8	53	Sedang
10	9	8	8	7	8	50	Sedang
10	7	6	8	7	8	46	Sedang
9	10	8	9	7	7	50	Sedang
10	9	8	9	10	9	55	Sedang
10	9	9	8	9	9	54	Sedang
10	6	6	10	10	9	51	Sedang
10	7	8	9	10	9	53	Sedang
7	8	7	8	7	8	45	Sedang
8	8	8	8	9	7	48	Sedang
3	6	3	7	7	5	31	Rendah
10	9	9	9	8	9	54	Sedang
5	5	9	10	10	7	46	Sedang
6	7	9	6	8	1	37	Rendah
6	5	8	9	7	10	45	Sedang
10	8	7	10	10	10	55	Sedang
9	8	7	7	9	10	50	Sedang
6	6	10	8	6	5	41	Rendah
7	6	5	6	3	3	30	Rendah
10	10	10	10	10	10	60	Tinggi
10	10	10	10	10	10	60	Tinggi
8	9	9	9	9	5	49	Sedang
10	7	8	10	9	8	52	Sedang
10	10	9	9	9	9	56	Sedang

8	9	8	9	8	8	50	Sedang
5	5	5	5	5	5	30	Rendah
7	7	7	7	7	7	42	Sedang
7	5	8	5	9	8	42	Sedang
6	9	6	8	10	8	47	Sedang
8	7	8	6	7	8	44	Sedang
7	7	7	7	7	7	42	Sedang
6	8	8	8	8	7	45	Sedang
6	8	9	9	10	7	49	Sedang
7	7	7	7	7	7	42	Sedang
9	10	10	8	10	10	57	Tinggi
9	8	10	7	5	6	45	Sedang
8	8	7	9	8	7	47	Sedang
6	6	6	7	7	7	39	Rendah
6	7	7	7	6	5	38	Rendah
9	8	8	8	8	9	50	Sedang
8	8	8	8	8	8	48	Sedang
9	8	8	8	8	8	49	Sedang
9	8	7	9	7	9	49	Sedang
10	5	6	10	10	4	45	Sedang
8	10	10	10	10	8	56	Sedang
8	6	6	8	8	8	44	Sedang
7	5	6	7	7	8	40	Rendah
7	7	9	6	10	4	43	Sedang
8	9	9	9	9	9	53	Sedang
8	7	6	8	7	6	42	Sedang
7	6	7	5	7	5	37	Rendah
9	8	9	9	9	9	53	Sedang
9	8	10	10	8	7	52	Sedang
8	7	8	9	9	6	47	Sedang
10	6	8	10	7	8	49	Sedang
10	8	9	10	7	8	52	Sedang
10	10	9	10	9	8	56	Sedang
6	2	7	6	6	6	33	Rendah
10	10	10	10	9	8	57	Tinggi
8	8	6	8	8	8	46	Sedang
10	1	9	8	10	1	39	Rendah
7	8	7	8	7	8	45	Sedang
8	8	8	8	9	7	48	Sedang
3	6	3	7	7	5	31	Rendah
9	10	9	8	8	9	53	Sedang

9	8	7	8	10	9	51	Sedang
10	9	8	7	10	9	53	Sedang
8	7	9	9	9	8	50	Sedang
10	7	6	9	10	8	50	Sedang

Kecepatan Transaksi						
X6.1	X6.2	X6.3	X6.4	X6.5	TOTAL	
8	8	8	8	8	40	Sedang
10	10	10	10	10	50	Tinggi
10	10	10	10	8	48	Tinggi
9	9	3	7	7	35	Rendah
10	9	9	9	9	46	Sedang
10	10	10	10	10	50	Tinggi
10	8	7	10	10	45	Sedang
8	8	8	8	8	40	Sedang
7	7	7	7	7	35	Rendah
10	10	10	9	8	47	Tinggi
9	9	9	9	8	44	Sedang
10	10	7	6	10	43	Sedang
9	8	8	8	9	42	Sedang
10	10	6	7	10	43	Sedang
9	8	10	8	9	44	Sedang
9	9	8	6	7	39	Sedang
10	10	10	10	10	50	Tinggi
10	8	10	10	10	48	Tinggi
10	9	9	8	9	45	Sedang
7	7	7	7	7	35	Rendah
9	7	7	8	7	38	Sedang
10	10	8	9	10	47	Tinggi
7	7	7	7	8	36	Rendah
10	10	8	10	10	48	Tinggi
9	9	9	9	9	45	Sedang
8	8	7	7	7	37	Rendah
7	7	7	7	7	35	Rendah
7	7	7	7	8	36	Rendah
9	8	9	8	8	42	Sedang
8	8	8	8	8	40	Sedang
8	8	8	7	8	39	Sedang
9	9	8	8	9	43	Sedang

10	10	10	9	10	49	Tinggi
10	10	8	9	7	44	Sedang
9	9	8	7	8	41	Sedang
8	7	7	7	8	37	Rendah
7	8	8	6	9	38	Sedang
9	9	9	9	9	45	Sedang
8	8	7	8	7	38	Sedang
8	8	8	8	8	40	Sedang
9	9	9	9	9	45	Sedang
10	5	9	10	10	44	Sedang
10	10	10	10	10	50	Tinggi
8	8	8	9	9	42	Sedang
7	8	8	8	7	38	Sedang
10	10	10	10	7	47	Tinggi
7	8	7	6	7	35	Rendah
10	10	10	10	10	50	Tinggi
9	9	8	8	8	42	Sedang
10	10	10	10	10	50	Tinggi
10	9	10	9	9	47	Tinggi
8	8	8	8	8	40	Sedang
9	8	7	8	9	41	Sedang
8	9	9	8	8	42	Sedang
10	9	8	8	8	43	Sedang
8	8	7	7	7	37	Rendah
10	10	6	7	10	43	Sedang
9	8	8	9	8	42	Sedang
7	6	6	6	6	31	Rendah
8	9	9	9	9	44	Sedang
10	10	7	7	10	44	Sedang
10	10	2	9	9	40	Sedang
10	10	10	10	10	50	Tinggi
10	9	8	8	8	43	Sedang
10	10	8	7	10	45	Sedang
8	7	7	7	8	37	Rendah
9	9	8	9	9	44	Sedang
10	8	7	10	10	45	Sedang
10	9	2	7	10	38	Sedang
10	10	4	5	10	39	Sedang
10	10	4	8	10	42	Sedang
10	10	4	8	10	42	Sedang
10	9	5	8	10	42	Sedang

10	9	6	9	9	43	Sedang
8	9	9	8	8	42	Sedang
10	10	5	8	8	41	Sedang
10	8	6	10	10	44	Sedang
9	9	7	10	9	44	Sedang
9	9	6	8	9	41	Sedang
10	9	6	9	9	43	Sedang
10	9	6	10	9	44	Sedang
10	8	4	8	9	39	Sedang
10	6	4	9	10	39	Sedang
9	9	5	9	10	42	Sedang
10	9	7	9	9	44	Sedang
9	9	6	9	9	42	Sedang
10	9	8	8	10	45	Sedang
10	10	6	8	9	43	Sedang
10	9	5	9	10	43	Sedang
8	9	6	8	8	39	Sedang
9	8	5	9	8	39	Sedang
8	9	5	7	9	38	Sedang
8	10	7	7	8	40	Sedang
10	9	7	8	10	44	Sedang
9	9	9	9	9	45	Sedang
9	9	9	9	9	45	Sedang
7	8	7	7	7	36	Rendah
5	5	6	7	7	30	Rendah
10	10	10	10	10	50	Tinggi
6	8	7	8	7	36	Rendah
8	6	7	7	7	35	Rendah
8	7	7	7	7	36	Rendah
10	10	10	10	10	50	Tinggi
10	10	10	10	9	49	Tinggi
9	9	10	10	9	47	Tinggi
8	9	6	8	8	39	Sedang
8	7	7	7	6	35	Rendah
10	10	1	1	7	29	Rendah
9	8	5	8	6	36	Rendah
9	7	1	9	7	33	Rendah
9	7	7	8	8	39	Sedang
9	8	6	9	9	41	Sedang
10	7	2	8	9	36	Rendah
8	9	7	10	8	42	Sedang

8	8	8	8	8	40	Sedang
10	9	7	9	8	43	Sedang
10	9	8	8	6	41	Sedang
9	9	8	10	7	43	Sedang
9	9	2	6	10	36	Rendah
9	10	7	10	10	46	Sedang
8	9	8	8	8	41	Sedang
10	10	10	10	10	50	Tinggi
10	8	9	9	9	45	Sedang
10	9	8	9	10	46	Sedang
10	10	10	10	8	48	Tinggi
10	10	10	10	10	50	Tinggi
10	10	9	9	9	47	Tinggi
10	10	10	10	10	50	Tinggi
10	10	9	9	9	47	Tinggi
9	8	7	8	9	41	Sedang
10	10	10	10	10	50	Tinggi
10	10	7	9	10	46	Sedang
10	10	4	8	10	42	Sedang
10	8	6	9	9	42	Sedang
10	10	6	8	10	44	Sedang
10	7	5	7	9	38	Sedang
10	9	8	6	9	42	Sedang
10	8	5	10	9	42	Sedang
10	8	7	9	10	44	Sedang
10	9	6	9	8	42	Sedang
8	8	8	8	8	40	Sedang
3	9	7	8	5	32	Rendah
9	9	6	8	8	40	Sedang
9	8	8	9	9	43	Sedang
10	10	6	8	10	44	Sedang
9	8	6	10	7	40	Sedang
6	7	8	8	9	38	Sedang
10	8	7	8	10	43	Sedang
8	6	7	7	8	36	Rendah
9	7	10	5	7	38	Sedang
7	7	7	7	8	36	Rendah
10	10	10	10	10	50	Tinggi
10	10	10	10	8	48	Tinggi
9	9	3	7	7	35	Rendah
10	9	9	9	9	46	Sedang

10	10	10	10	10	50	Tinggi
10	8	7	10	10	45	Sedang
8	8	8	8	8	40	Sedang
7	7	7	7	7	35	Rendah
9	7	8	6	10	40	Sedang
7	8	9	8	9	41	Sedang
10	9	5	8	9	41	Sedang
7	7	7	7	7	35	Rendah
9	7	7	8	7	38	Sedang
10	10	8	9	10	47	Tinggi
7	7	7	7	8	36	Rendah
10	7	7	10	9	43	Sedang
9	9	6	9	9	42	Sedang
8	8	7	7	7	37	Rendah
7	7	7	7	7	35	Rendah
7	7	7	7	8	36	Rendah
9	8	9	8	8	42	Sedang
8	8	8	8	8	40	Sedang
8	8	8	7	8	39	Sedang
9	9	8	8	9	43	Sedang
10	10	10	7	10	47	Tinggi
10	10	6	9	7	42	Sedang
9	9	8	7	8	41	Sedang
6	7	7	7	7	34	Rendah
8	8	8	8	8	40	Sedang
9	9	9	9	9	45	Sedang
8	8	7	8	7	38	Sedang
6	6	6	6	6	30	Rendah
5	9	9	9	9	41	Sedang
8	7	7	7	8	37	Rendah
10	9	8	8	6	41	Sedang
9	9	8	10	7	43	Sedang
9	9	2	6	10	36	Rendah
9	10	7	10	10	46	Sedang
8	9	8	8	8	41	Sedang
10	10	10	10	10	50	Tinggi
10	8	9	9	9	45	Sedang
10	9	8	9	10	46	Sedang
8	8	8	8	8	40	Sedang
3	9	7	8	5	32	Rendah
9	9	6	8	8	40	Sedang

9	8	6	9	9	41	Sedang
10	7	2	8	9	36	Rendah
8	9	7	10	8	42	Sedang
8	8	8	8	8	40	Sedang
10	9	7	9	8	43	Sedang

Kepuasan Nasabah							
Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	TOTAL	
5	2	2	7	7	8	31	Rendah
10	8	10	8	8	8	52	Sedang
9	7	8	8	8	8	48	Sedang
8	5	8	8	7	8	44	Sedang
10	9	10	9	9	9	56	Tinggi
9	7	8	9	9	9	51	Sedang
10	10	10	10	10	10	60	Tinggi
5	5	5	5	5	5	30	Rendah
8	8	8	8	8	8	48	Sedang
10	8	9	8	9	8	52	Sedang
8	7	8	7	8	8	46	Sedang
10	6	10	10	10	10	56	Tinggi
9	8	8	8	8	8	49	Sedang
10	6	8	7	8	8	47	Sedang
9	10	10	10	10	10	59	Tinggi
10	7	9	6	6	8	46	Sedang
7	7	7	7	7	7	42	Sedang
8	8	8	8	8	8	48	Sedang
10	8	9	8	9	8	52	Sedang
7	7	7	7	7	7	42	Sedang
8	8	7	7	7	7	44	Sedang
8	6	8	7	7	7	43	Sedang
7	7	7	7	7	7	42	Sedang
8	2	10	10	10	9	49	Sedang
9	9	9	9	8	8	52	Sedang
7	6	7	7	7	7	41	Sedang
8	8	8	8	8	8	48	Sedang
6	6	6	6	6	7	37	Rendah
8	8	8	8	9	8	49	Sedang
8	8	8	8	8	8	48	Sedang
7	7	7	7	6	7	41	Sedang
8	7	8	7	7	7	44	Sedang
9	6	8	8	8	8	47	Sedang

8	7	6	8	8	9	46	Sedang
8	7	7	7	7	7	43	Sedang
7	8	8	8	7	8	46	Sedang
6	7	6	7	7	7	40	Sedang
9	9	9	9	9	9	54	Tinggi
8	7	7	8	7	8	45	Sedang
7	6	7	6	8	6	40	Sedang
9	8	8	9	8	9	51	Sedang
9	8	10	10	9	10	56	Tinggi
10	10	10	10	10	10	60	Tinggi
9	8	9	9	8	9	52	Sedang
7	7	8	8	7	7	44	Sedang
9	5	9	6	9	8	46	Sedang
6	7	6	5	6	6	36	Rendah
10	10	10	10	10	10	60	Tinggi
9	9	9	8	7	9	51	Sedang
8	8	8	7	8	7	46	Sedang
8	7	8	7	9	8	47	Sedang
8	9	9	9	9	9	53	Sedang
9	8	8	8	8	8	49	Sedang
5	6	5	5	5	5	31	Rendah
8	8	8	8	8	8	48	Sedang
7	6	6	7	7	7	40	Sedang
10	5	10	8	8	9	50	Sedang
9	8	8	7	7	8	47	Sedang
7	6	6	7	7	6	39	Rendah
8	9	8	9	9	9	52	Sedang
10	7	10	7	8	10	52	Sedang
10	9	10	7	9	10	55	Tinggi
10	10	10	10	10	10	60	Tinggi
8	9	8	9	9	9	52	Sedang
7	8	9	7	7	7	45	Sedang
8	8	8	8	8	8	48	Sedang
9	8	9	9	9	9	53	Sedang
9	6	7	7	7	7	43	Sedang
8	3	8	7	7	8	41	Sedang
6	3	6	8	6	3	32	Rendah
10	6	10	8	7	10	51	Sedang
7	5	7	8	8	9	44	Sedang
9	6	10	7	8	10	50	Sedang
10	9	8	8	8	9	52	Sedang

8	8	8	9	7	8	48	Sedang
10	9	10	9	9	9	56	Tinggi
9	9	9	6	9	9	51	Sedang
10	10	9	9	9	9	56	Tinggi
10	9	9	8	8	9	53	Sedang
9	9	8	9	7	7	49	Sedang
9	9	9	8	9	9	53	Sedang
7	8	8	7	7	8	45	Sedang
8	8	8	9	8	9	50	Sedang
9	9	9	9	9	9	54	Tinggi
9	9	9	10	10	9	56	Tinggi
9	9	9	8	9	8	52	Sedang
9	8	8	8	8	9	50	Sedang
9	2	7	8	8	8	42	Sedang
9	8	9	9	9	9	53	Sedang
8	3	9	9	8	7	44	Sedang
10	9	8	8	9	6	50	Sedang
9	8	9	7	8	9	50	Sedang
9	9	9	10	10	10	57	Tinggi
10	9	9	8	9	8	53	Sedang
9	8	9	9	9	9	53	Sedang
9	7	9	9	9	9	52	Sedang
7	8	8	7	7	7	44	Sedang
8	7	7	6	7	5	40	Sedang
10	9	10	9	10	9	57	Tinggi
7	7	6	7	6	6	39	Rendah
7	5	6	6	5	5	34	Rendah
7	7	8	7	7	7	43	Sedang
10	10	10	10	10	10	60	Tinggi
10	1	10	7	8	7	43	Sedang
10	10	10	9	10	9	58	Tinggi
5	5	5	5	5	5	30	Rendah
8	6	6	7	7	8	42	Sedang
7	7	6	7	6	6	39	Rendah
8	9	7	7	6	8	45	Sedang
8	9	10	10	8	8	53	Sedang
9	8	8	6	7	9	47	Sedang
8	7	6	9	7	8	45	Sedang
8	9	10	10	9	8	54	Tinggi
9	8	9	7	7	8	48	Sedang
8	7	8	8	8	8	47	Sedang

10	8	7	6	7	8	46	Sedang
8	4	8	7	7	8	42	Sedang
5	3	7	8	7	8	38	Rendah
6	6	7	7	7	8	41	Sedang
9	6	8	9	8	10	50	Sedang
5	5	7	7	6	7	37	Rendah
9	8	9	7	7	9	49	Sedang
8	6	8	8	8	7	45	Sedang
7	7	6	7	6	7	40	Sedang
10	10	10	8	8	9	55	Tinggi
10	10	10	10	10	10	60	Tinggi
9	9	9	9	8	9	53	Sedang
8	7	7	8	7	8	45	Sedang
7	7	6	7	6	7	40	Sedang
8	8	9	8	8	8	49	Sedang
10	8	10	10	10	10	58	Tinggi
9	8	9	10	10	8	54	Tinggi
8	6	8	7	7	7	43	Sedang
10	10	10	10	10	10	60	Tinggi
8	9	7	8	9	9	50	Sedang
8	6	7	8	7	10	46	Sedang
9	10	8	7	8	9	51	Sedang
8	8	7	7	8	10	48	Sedang
10	7	7	7	7	10	48	Sedang
10	9	10	8	7	7	51	Sedang
8	8	7	7	7	8	45	Sedang
9	6	6	6	7	8	42	Sedang
4	8	6	9	3	4	34	Rendah
7	6	6	7	7	8	41	Sedang
10	10	10	10	10	10	60	Tinggi
9	7	10	6	10	8	50	Sedang
7	9	9	9	8	7	49	Sedang
7	6	8	7	7	6	41	Sedang
7	7	6	7	6	7	40	Sedang
8	9	7	8	9	8	49	Sedang
5	2	2	7	7	8	31	Rendah
10	8	10	8	8	8	52	Sedang
9	7	8	8	8	8	48	Sedang
8	5	8	8	7	8	44	Sedang
10	9	10	9	9	9	56	Tinggi
9	7	8	9	9	9	51	Sedang

10	10	10	10	10	10	60	Tinggi
5	5	5	5	5	5	30	Rendah
8	8	8	8	8	8	48	Sedang
9	8	7	9	8	9	50	Sedang
8	8	8	9	9	8	50	Sedang
10	8	9	8	9	8	52	Sedang
7	7	7	7	7	7	42	Sedang
8	8	7	7	7	7	44	Sedang
8	6	8	7	7	7	43	Sedang
7	7	7	7	7	7	42	Sedang
8	2	10	10	10	9	49	Sedang
9	9	8	9	8	9	52	Sedang
7	6	7	7	7	7	41	Sedang
8	8	8	8	8	8	48	Sedang
6	6	6	6	6	7	37	Rendah
8	8	8	8	9	8	49	Sedang
8	8	8	8	8	8	48	Sedang
7	7	7	7	6	7	41	Sedang
8	7	8	7	7	7	44	Sedang
8	6	6	8	8	8	44	Sedang
8	7	6	8	8	9	46	Sedang
8	7	7	7	7	7	43	Sedang
7	8	8	8	7	8	46	Sedang
1	2	2	2	2	2	11	Rendah
9	9	9	9	9	8	53	Sedang
8	7	7	8	7	8	45	Sedang
7	6	8	6	8	6	41	Sedang
7	8	8	9	8	9	49	Sedang
9	9	6	7	9	9	49	Sedang
8	4	8	7	7	8	42	Sedang
5	3	7	8	7	8	38	Rendah
6	6	7	7	7	8	41	Sedang
9	6	8	9	8	10	50	Sedang
5	5	7	7	6	7	37	Rendah
9	8	9	7	7	9	49	Sedang
8	6	8	8	8	7	45	Sedang
8	7	6	7	7	7	42	Sedang
8	8	7	7	7	8	45	Sedang
9	6	6	6	7	8	42	Sedang
4	8	6	9	3	4	34	Rendah
8	7	6	9	7	8	45	Sedang

8	9	10	10	9	8	54	Tinggi
9	8	9	7	7	8	48	Sedang
8	7	8	8	8	8	47	Sedang
10	8	7	6	7	8	46	Sedang

Jenis_kelamin					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	laki-laki	1	,5	,5	,5
	Laki-laki	84	41,8	41,8	42,3
	Perempuan	116	57,7	57,7	100,0
	Total	201	100,0	100,0	

Usia					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	> 30 Tahun	10	5,0	5,0	5,0
	15-20 Tahun	27	13,4	13,4	18,4
	21-25 Tahun	150	74,6	74,6	93,0
	26-30 Tahun	14	7,0	7,0	100,0
	Total	201	100,0	100,0	

Status					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Belum Menikah	170	84,6	84,6	84,6
	Menikah	31	15,4	15,4	100,0
	Total	201	100,0	100,0	

<b>Pendidikan</b>					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Perguruan Tinggi	180	89,6	89,6	89,6
	SMA/SMK	20	10,0	10,0	99,5
	SMP	1	,5	,5	100,0
	Total	201	100,0	100,0	

<b>Lama_bekerja</b>					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< 6 Tahun	184	91,5	91,5	91,5
	> 10 Tahun	6	3,0	3,0	94,5
	6-10 Tahun	11	5,5	5,5	100,0
	Total	201	100,0	100,0	

<b>Seberapa_sering</b>					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	> 4 Kali	19	9,5	9,5	9,5
	1 Kali	91	45,3	45,3	54,7
	2 Kali	67	33,3	33,3	88,1
	3 Kali	24	11,9	11,9	100,0
	Total	201	100,0	100,0	

<b>Fitur_yg_sering_digunakan</b>					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Cek saldo	89	44,3	44,3	44,3
	Pembayaran	13	6,5	6,5	50,7
	Pembelian	24	11,9	11,9	62,7
	Transfer	75	37,3	37,3	100,0
	Total	201	100,0	100,0	

<b>Digunakan_secara</b>					
-------------------------	--	--	--	--	--

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Bisnis	12	6,0	6,0	6,0
	Korporasi	1	,5	,5	6,5
	Personal	188	93,5	93,5	100,0
	Total	201	100,0	100,0	

<b>Kepuasan</b>					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Puas	109	54,2	54,2	54,2
	Sedang	88	43,8	43,8	98,0
	Tidak puas	4	2,0	2,0	100,0
	Total	201	100,0	100,0	

<b>Mbanking_yg_digunakan</b>					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Bank Muamalat	38	18,9	18,9	18,9
	Bank Syariah Bukopin	1	,5	,5	19,4
	BCA	1	,5	,5	19,9
	BCAS	13	6,5	6,5	26,4
	BCAS, Bank Muamalat	1	,5	,5	26,9
	BNIS	28	13,9	13,9	40,8
	BNIS, Bank Muamalat	1	,5	,5	41,3
	BNIS, BCAS	1	,5	,5	41,8
	BPD Syariah	1	,5	,5	42,3
	BRI Banking	1	,5	,5	42,8
	BRIS	23	11,4	11,4	54,2
	BRIS, BCAS	1	,5	,5	54,7
	BSM	74	36,8	36,8	91,5
	BSM, BNIS	1	,5	,5	92,0
	BSM, BRIS	4	2,0	2,0	94,0
	BTN syariah	1	,5	,5	94,5
	BTN Syariah	3	1,5	1,5	96,0
	Cimb Niaga Syariah	8	4,0	4,0	100,0
	Total	201	100,0	100,0	

<b>Mudah</b>					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak	5	2,5	2,5	2,5
	Ya	196	97,5	97,5	100,0
	Total	201	100,0	100,0	

<b>Fitur_ keamanan</b>					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak	8	4,0	4,0	4,0
	ya	1	,5	,5	4,5
	Ya	192	95,5	95,5	100,0
	Total	201	100,0	100,0	

## Uji Validitas

### 1. ALL VARIABEL

Variabel	Item	<i>Corrected item total correlation</i>	R table 5%	Keterangan
<b>Persepsi Manfaat (X1)</b>	X1	0,535	0,1384	Valid
	X2	0,526	0,1384	Valid
	X3	0,593	0,1384	Valid
	X4	0,519	0,1384	Valid
	X5	0,488	0,1384	Valid
	X6	0,483	0,1384	Valid
<b>Kemudahan Penggunaan(X2)</b>	X1	0,629	0,1384	Valid
	X2	0,277	0,1384	Valid
	X3	0,607	0,1384	Valid
	X4	0,682	0,1384	Valid
	X5	0,513	0,1384	Valid
<b>Keamanan (X3)</b>	X1	0,577	0,1384	Valid

	X2	0,643	0,1384	Valid
	X3	0,597	0,1384	Valid
	X4	0,628	0,1384	Valid
	X5	0,383	0,1384	Valid
<b>Persepsi Risiko (X4)</b>	X1	0,286	0,1384	Valid
	X2	0,590	0,1384	Valid
	X3	0,360	0,1384	Valid
	X4	0,556	0,1384	Valid
<b>Kemampuan Akses (X5)</b>	X1	0,591	0,1384	Valid
	X2	0,597	0,1384	Valid
	X3	0,477	0,1384	Valid
	X4	0,672	0,1384	Valid
	X5	0,607	0,1384	Valid
	X6	0,660	0,1384	Valid
<b>Kecepatan Transaksi (X6)</b>	X1	0,554	0,1384	Valid
	X2	0,527	0,1384	Valid
	X3	0,301	0,1384	Valid
	X4	0,540	0,1384	Valid
	X5	0,555	0,1384	Valid
<b>Kepuasan Nasabah (Y)</b>	Y1	0,706	0,1384	Valid
	Y2	0,359	0,1384	Valid
	Y3	0,683	0,1384	Valid
	Y4	0,575	0,1384	Valid
	Y5	0,689	0,1384	Valid
	Y6	0,660	0,1384	Valid

## Uji Reuabilitas

### 1. AuLL VARIABEL

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	201	100,0
	Excluded <sup>a</sup>	0	0,0
	Total	201	100,0

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

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,941	,945	37

## Uji Reugresi Linier Berganda

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,691 <sup>a</sup>	,478	,462	5,158

a. Predictors: (Constant), X6, X3, X1, X5, X2, X4

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4728,683	6	788,114	29,628	,000 <sup>b</sup>
	Residual	5160,451	194	26,600		
	Total	9889,134	200			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X6, X3, X1, X5, X2, X4

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6,522	3,920		1,664	,098
	X1	,059	,093	,046	,637	,525
	X2	,271	,107	,195	2,536	,012
	X3	,288	,077	,252	3,742	,000
	X4	,134	,156	,070	,860	,391
	X5	,300	,069	,323	4,344	,000
	X6	-,076	,122	-,050	-,620	,536

a. Dependent Variable: Y

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test								
		X1	X2	X3	X4	X5	X6	Y
N		201	201	201	201	201	201	201
Normal Parameters <sup>a</sup> <sup>b</sup>	Mean	50,950 2	40,522 4	36,905 5	31,278 6	48,855 7	41,671 6	46,880 6
	Std. Deviation	5,4366 8	5,0567 5	6,1527 2	3,6813 0	7,5600 3	4,6315 9	7,0317 6
Most Extreme Differences	Absolute	,074	,070	,071	,085	,120	,066	,071
	Positive	,074	,067	,071	,049	,070	,054	,053
	Negative	-,070	-,070	-,060	-,085	-,120	-,066	-,071
Test Statistic		,074	,070	,071	,085	,120	,066	,071
Asymp. Sig. (2-tailed)		,009 <sup>c</sup>	,018 <sup>c</sup>	,015 <sup>c</sup>	,001 <sup>c</sup>	,000 <sup>c</sup>	,035 <sup>c</sup>	,016 <sup>c</sup>
a. Test distribution is Normal.								
b. Calculated from data.								
c. Lilliefors Significance Correction.								