

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KEAMANAN
MOBILE BANKING TERHADAP KEPUASAN
NASABAH PADA PT BANK MUAMALAT
CAB. MAKASSAR**

Skripsi

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan

Mencapai Derajat Sarjana S-1

Perogram studi Manajemen



Diajukan Oleh

HASMAH

2017212152

KONSENTRASI KEUANGAN DAN PERBANKAN

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI

NOBEL INDONESIA

MAKASSAR

2021

PENGESAHAN KOMISI PEMBIMBING
PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KEAMANAN
MOBILE BANKING TERHADAP KEPUASAN
NASABAH PADA PT BANK MUAMALAT
CAB. MAKASSAR

diajukan oleh :
Nama : HASMAH
NIM : 2017212152

telah dipertahankan dihadapan tim penguji Tugas Akhir/Skripsi
STIF Nobel Indonesia pada tanggal 06 Maret 2021
dan dinyatakan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh
gelar Akademik

Sarjana Manajemen - SM

Makassar, 18 April 2021

Tim Penguji

Ketua : Mariati, SE, M.Pd

Sekretaris : Yuswari Nur, SE, M.Si

Anggota : Ridwan, SE, M.Si

Anggota : Faisal Risal Zamri, SP, M.M

Wakil Ketua 1
Bidang Akademik

(Dr. Ahmad Firmari, S.E., M.Si)

Mengesahkan,

Ketua Jurusan

(Yuswari Nur, S.E., M.Si.)

Mengetahui

Ketua STIF Nobel Indonesia Makassar

(H. Mashur Razak, SE., M.M)

SURAT PERNYATAAN

Nama : Hasmah
NIM : 20172121
Jurusan : Manajemen
Judul : Pengaruh Kualitas Layanan dan Keamanan Mobile Banking
Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT Bank Muamalat
Cab. Makassar

Menyatakan dengan sesungguhnya dan sebenar-benarnya bahwa Skripsi yang saya buat adalah benar-benar karya saya sendiri, kecuali apabila dalam pengutipan substansi disebutkan sumbernya dan bukan karya jiplakan milik orang lain. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus di junjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, tanpa adanya paksaan dan tekanan dari pihak manapun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata dikemudian hari ternyata yang saya buat ini tidak benar.

Makassar, 18 April 2021

Yang menyatakan



Hasmah

NIM : 2017212152

ABSTRAK

Hasmah. 2021. Pengaruh Kualitas Layanan dan Keamanan Mobile Banking terhadap Kepuasan Nasabah pada PT Bank Muamalat Cab Makassar, dibimbing oleh Mariah dan Yuswari Nur.

Peneliti ini bertujuan untuk (1) mengetahui kualitas layanan dan keamanan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan nasabah pada Bank Muamlat Cab. Makassar. (2) untuk mengetahui kualitas layanan dan keamanan berpengaruh simultan terhadap kepuasan nasabah pada Bank Muamlat Cab. Makassar. (3) untuk mengetahui variabel manakah yang paling berpengaruh dominan terhadap kepuasan nasabah pada Bank Muamalat Cab. Makassar.

Data peneliti ini di peroleh dari kuesione (primer) dengan mengambil responden sebanyak 99 Nasabah pada PT Bank Muamalat Cab. Makassar. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Regresi Linear Berganda dengan menggunakan SPSS 25.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas Layanan dan Keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah dalam memilih Mobile Banking.

Kata Kunci: *Kualitas Layanan, Keamanan, Kepuasan Nasabah*



ABSTRACT

Hasmah. 2021. *The Effect of Service Quality and Mobile Banking Security on Customer Satisfaction at PT Bank Muamalat Cab Makassar, supervised by Mariah and Yuswari Nur.*

This researcher aims to (1) determine service quality and security have a partial effect on customer satisfaction at Bank Muamlat Cab. Makassar (2) determine service quality and security have a simultaneous effect on customer satisfaction at Bank Muamlat Cab. Makassar (3) determine which variable has the most dominant influence on customer satisfaction at Bank Muamalat Cab. Makassar.

The data of this researcher were obtained from the questionnaire (primary) by taking 99 respondents from PT Bank Muamalat Cab. Makassar. The data analysis used in this study is Multiple Linear Regression using SPSS 25.

The results of this study indicate that Service Quality and Security have a positive and significant effect on Customer Satisfaction in choosing Mobile Banking.

Keywords: *Service Quality, Security, Customer Satisfaction*



MOTTO

"tidak masalah jika kamu berjalan dengan lambat, asalkan kamu tidak pernah berhenti berusaha"

Pele

PERSEMBAHAN



“Dengan segala puji dan syukur saya panjatkan kepada Allah SWT. Karena atas izin dan karunianya maka skripsi ini dapat selesai dan atas dukungan orang-orang tercinta akhirnya skripsi ini dapat selesai dengan baik dan tepat waktu. Semoga keberhasilan ini menjadi salah satu langkah awal untuk meraih cita-citaku”.

Oleh karena itu rasa bangga dan bahagia skripsi ini saya persembahkan kepada :

Kedua orang Tuaku

Sahabat-Sahabatku

Dan seluruh dosen yang telah membimbing dan mendidik serta memberikan ilmunya dengan tulus.

Almamater yang ku banggakan,

STIE NOBEL INDONESIA MAKASSAR

KATA PENGANTAR



Assalamu 'alaikum Wr,Wb

Segala Puji dan syukur kehadirat Allah SWT, atas berkat dan rahmatnya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Layanan dan Keamanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT Bank Muamalat Cab. Makassar”** dengan ini penulis susun dalam rangka penyelesaian studi pada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Nobel Indonesia Makassar dan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen.

Pada kesempatan kali ini penulis hendak menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan sehingga Skripsi penelitian ini dapat selesai, ucapan terimah kasih ini penulis tujukan kepasan :

1. Bapak Dr. Mashur Razak, SE., M.M. selaku Ketua STIE Nobel Indonesia yang telah memberikan persetujuan untuk mengadakan penelitian.
2. Ibu Mariah, SE., M.Pd. selaku Pembimbing 1 yang telah memberikan arahan dan masukan bagi penulis.
3. Bapak Yuswari Nur, SE., M.SI. selaku Ketua Jurusan Manajemen sekaligus Pembimbing 2 yang telah membantu mempercepat legitimasi penelitian ini dan memberikan arahan serta masukan bagi penulis.
4. Bapak Ridwa, SE., M.SI. selaku Penguji 1 yang telah banyak memberikan masukan dan saran.

5. Bapak Faisal Rizal Zainal, SP., M.M. selaku Penguji 2 yang telah banyak memberikan masukan dan saran.
6. Bapak/Ibu Dosen yang telah begitu tulus membekali penulis dengan ilmu dan pelajaran yang sangat berharga.
7. Yang tersayang Ibu dan Bapak tercinta serta saudara-saudara penulis yang telah banyak memberikan bantuan moril dan materil.
8. Teman-teman mahasiswa STIE Nobel Indonesia dan semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu namanya yang selalu mendukung dan memberikan pengetahuan kepada saya

Meskipun telah berusaha menyelesaikan Skripsi ini sebaik mungkin, penulis menyadari bahwa Skripsi penelitian ini masih ada kekurangan, oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran bagi para pembaca guna menyempurnakan segala kekurangan dalam penyusunan Skripsi ini. Akhir kata penulis berharap semoga Skripsi penelitian ini berguna bagi para pembaca dan pihak-pihak lain yang berkepentingan.

Makassar, maret 2021

hasmah

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PENGESAHAN.....	i
ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah.....	5
1.3. Tujuan Penelitian	6
1.4. Manfaat Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1. Bank	8
2.1.1. pengertian Bank	8
2.1.2. Kegiatan Bank Secara Umum.....	9
2.1.3. Jenis-Jenis Bank.....	11
2.2. Teori Pelayanan	12
2.2.1. Pengertian Pelayanan.....	12
2.2.2. Kualitas Layanan	14
2.2.3. Karakteristik Pelayanan	14
2.2.4. Dimensi Kualitas Layanan.....	15
2.3. Pengertian Keamanan	15
2.3.1. Dimensi Keamanan.....	16
2.4. Pengertian Mobile Banking	17
2.4.1. Mobile Banking Muamalat	18
2.4.2. Kelebihan Mobile Banking Muamalat.....	19
2.4.3. Syarat-Syarat Mobile Banking Muamlat	19

2.3.1. Fasilitas Mobile Banking Muamalat.....	19
2.5. Teori Kepuasan Nasabah	20
2.5.1. Indikator Kepuasan Nasabah	21
2.5.2. Metode Pengukuran Nasabah	22
2.5.3. Manfaat Pengukuran Nasabah	22
2.5.4. Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah	23
2.6. Peneliti Terdahulu.....	25
2.7. Kerangka Pikir	27
2.8. Hipotesis	29
BAB III METODE PENELITIAN.....	31
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian	31
3.1.1. Populasi dan Sampel Penelitian.....	31
3.2 Metode Pengumpulan Data.....	32
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	32
3.3.1. Jenis Data.....	32
3.3.2. Sumber Data	33
3.4 Analisis data.....	33
3.5 Uji Hipotesis	34
3.6 Definisi Oprasional	35
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	37
4.1 Gambaran Umum Penelitian.....	37
4.1.1. Sejarah Umum PT Bank Muamalat	37
4.1.2. Visi dan Misi PT Bank Muamalat	39
4.1.3. Produk dan Layanan Bank Muamlat	39
4.2 Deskripsi Responden	41
4.3 Deskripsi Variabel Penelitian	44
4.4 Analisis Data Deskripsi.....	44
4.4.1. Deskripsi Variabel Kualitas Layanan	44
4.4.2. Deskripsi Variabel Keamanan	51
4.4.3. Deskripsi Kepuasan Nasabah	54
4.5 Hasil Penelitian	55

4.5.1. Uji Validitas	55
4.5.2. Uji Realibilitas	57
4.5.3. Uji Analisis Regresi Linear Berganda	57
4.5.4. Uji Parsial (Uji T)	59
4.5.5. Uji Simultan (Uji F)	60
4.5.6. Uji Determinasi	61
4.6 Pembahasan	62
BAB V PENUTUP	65
5.1 Kesimpulan	65
5.2 Saran	65
DAFTAR PUSTAKA	66
LAMPIRAN	67

DAFTAR TABEL

No. Uraian	Halaman
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	25
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel.....	36
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden	41
Tabel 4.2 Usia Responden.....	41
Tabel 4.3 Pekerjaan Responden	42
Tabel 4.4 Pendapatan Responden	43
Tabel 4.5 Tanggapan Mengenai Kualitas Layanan.....	44
Tabel 4.6 Tanggapan Responden mengenai Reability.....	45
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Mengenai Assurance	47
Tabel 4.8 Tanggapan responden Mengenai Responsivenes.....	48
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Mengenai Empathy.....	49
Tabel 4.10 Tanggapan Responden Mengenai Keamanan	51
Tabel 4.11 Tanggapan Responden Mengenai Kerahasiaan Data.....	52
Tabel 4.12 Tanggapan Responden Mengenai Kepuasan Nasabah.....	53
Tabel 4.13 Uji Validitas	55
Tabel 4.14 Uji Realibilitas	57
Tabel 4.15 Uji Analisis Linear Berganda.....	58
Tabel 4.16 Uji Parsial (Uji T)	59
Tabel 4.17 Uji Simultan (Uji F)	60
Tabel 4.18 Uji Determinasi	61

BAB I

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang

Dalam kehidupan sehari-hari manusia tidak terlepas dari kegiatan transaksi. Transaksi tersebut memerlukan alat bayar berupa uang dimana kedua belah pihak harus bertemu langsung untuk melakukan transaksi. Namun kenyataan yang ada saat ini berbeda dengan dahulu. Saat ini terdapat banyak layanan yang disediakan oleh Bank guna mempermudah nasabah melakukan transaksi. Dengan kecanggihan teknologi yang ada saat ini, semua jenis transaksi bisa dilakukan dengan menggunakan media elektronik tanpa melibatkan kontak fisik secara langsung.

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

Sebelumnya para nasabah sudah cukup puas dengan adanya transaksi menggunakan Anjungan Tunai Mandiri (ATM). Namun sekarang kepuasan tersebut cepat menghilang, karena

bertransaksi dengan menggunakan ATM tidak jauh beda dengan datang langsung ke bank, bahkan terkadang nasabah harus tetap mengantri untuk menunggu gilirannya tiba. Dilain pihak, tingginya tingkat kriminalitas yang melahirkan kebutuhan masyarakat akan keamanan dan kepraktisan dalam melakukan segala transaksi. Industri perbankan tahu benar memanfaatkan hal itu. Fungsi utama bank sebagai tempat menabung dan sumber kredit pun dikembangkan. Saat ini, dalam bersaing satu sama lain, bank-bank tidak hanya mengandalkan dua fungsi utama tersebut, melainkan berlomba memberikan layanan yang sebanyak mungkin dapat dilibatkan langsung dalam melakukan transaksi sehari-hari.

Nasabah membutuhkan suatu layanan yang diberikan yang dapat mempermudah sehingga dapat menambah kepuasan nasabah. Salah satu cara bank untuk mendekati diri kepada nasabah, dan memberikan informasi kepada nasabah dengan menggunakan mobile banking.

Saat ini hampir seluruh bank sudah mengaplikasikan layanan m- banking. Dibandingkan layanan e-banking lainnya, perkembangan m- banking terbilang paling cepat. Perkembangan ini lantaran kehadiran m- banking mampu menjawab kebutuhan masyarakat modern yang sangat mengedepankan mobilitas. Andika Febrianta dan Dra.Indrawati (2015) dari hasil penelitiannya juga membuktikan bahwa penggunaan electronic banking khususnya mobile banking telah mempengaruhi perkembangan yang lebih efisien dan memenuhi kepuasan nasabah. Setidaknya terdapat 3 alasan utama nasabah perbankan membutuhkan layanan m-banking, yaitu karena praktis, transaksi cepat, serta mempermudah nasabah.

Dengan kata lain, perkembangan m-banking di Indonesia sedemikian cepat tak lain karena layanan m-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 fasilitas kemudahan bertransaksi. Faktor kemudahan bertransaksi ini lah yang dapat diperoleh nasabah melalui layanan m-banking.

Setiap orang memiliki ponsel dapat memanfaatkan fasilitas ini, untuk bertransaksi dimana saja dan kapan saja dengan mudah. Adanya berbagai kemudahan layanan perbankan tersebut, diharapkan nasabah merasa puas dalam menggunakan berbagai macam jasa yang diberikan oleh pihak bank. Adanya transaksi perbankan melalui via ponsel, pemerintah dapat mengurangi penggunaan uang tunai. Maka perusahaan perbankan akan mengembangkan bentuk layanan tersebut sehingga bank dapat mampu menekan biaya dana.

Mobile Banking merupakan salah satu produk jasa dari Bank-Bank yang ada di Indonesia yang mengandalkan kecanggihan teknologi GPRS (General Package Radio Services) untuk memudahkan nasabahnya dalam melakukan transaksi perbankan. Industri perbankan merupakan industri jasa yang dari waktu ke waktu memperbaiki kualitas layanan. Karena karakteristik jasa terletak pada kecepatan, kemudahan pelayanan, dan keamanan. Maka layanan kecepatan dan kemudahan pelayanan harus terus dikembangkan menggunakan bantuan teknologi.

Kelemahan dari mobile banking adalah ketergantungan terhadap ketersediaan jaringan seluler operator yang bersangkutan. Jika terjadi blankspot atau ketidakterediaan jaringan, maka layanan m-banking tidak bisa dilakukan. Hal tersebut sebenarnya bukanlah tanggung jawab penyedia operator seluler dan internet provider yang digunakan oleh nasabah untuk mengakses layanan m-banking. Menurut Suryo (2005) mengatakan kelebihan jaringan m – banking menggunakan jaringan pengaman ganda atau berlapis, yaitu dari operator yang menyediakan jaringan seluler dan jaringan perbankan itu sendiri sehingga tidak perlu dikhawatirkan penggunaannya.

Industri perbankan menyediakan fasilitas mobile banking guna mencapai kepuasan nasabah. Menurut Freddy Rangkuti, kepuasan adalah suatu tanggapan emosional yang dirasakan oleh nasabah pada saat mereka menikmati pengalaman menggunakan produk/jasa. Menurut Kotler dan Keller, kepuasan nasabah adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Setelah menggunakan produk, nasabah akan merasakan kepuasan atau kekecewaan. Kepuasan akan mendorong nasabah untuk menggunakan ulang produk. Sebaliknya, jika kecewa nasabah tidak akan menggunakan produk yang sama lagi di kemudian hari. Secara umum, kepuasan nasabah dapat diartikan sebagai adanya kesamaan antara kinerja produk dan pelayanan yang diterima dengan kinerja produk dan pelayanan yang diharapkan nasabah.

Selanjutnya, Freddy Rangkuti mengatakan bahwa kepuasan nasabah dipengaruhi oleh berbagai faktor, yaitu kualitas layanan (*service quality*), kualitas produk (*product quality*), harga (*price*), faktor situasi (*situational factor*), dan faktor pribadi (*personal factor*). Ninik Rustanti menyebutkan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah, meliputi kualitas produk, harga produk, kualitas layanan, sikap terhadap produk, biaya dan kemudahan mendapatkan produk. Sedangkan, Lupiyoadi dalam Vinna menyebutkan faktor utama yang mempengaruhi kepuasan nasabah yaitu kualitas layanan, kualitas produk, emosional, harga, dan biaya.

Mobile Banking Muamalat adalah salah satu fitur aplikasi Muamalat Mobile, fitur lainnya adalah Internet Banking Muamalat, info lokasi ATM/cabang, info produk, SalaMuamalat 1500016 (*call center*), arah kiblat, jadwal salat, registrasi Mobile Banking dan pengaturan bahasa. Muamalat Mobile dirancang untuk melayani transaksi finansial dan nonfinansial secara *real time* yang dapat beroperasi selama 24 jam.

M-Banking Bank Muamalat merupakan fasilitas perbankan yang merupakan bagian dari Muamalat Mobile. Muamalat Mobile merupakan fitur pelayanan Bank Muamalat untuk memberikan pelayanan pada nasabah Bank Muamalat. Fitur m-Banking menggunakan fasilitas online atau dengan menggunakan handphone, tablet dan alat komunikasi lainnya. Dengan menggunakan m-Banking Bank Muamalat nasabah dapat melakukan transaksi perbankan sesuai kebutuhan kapanpun dan dimanapun.

Nasabah juga dapat dengan mudah mendapatkan aplikasi layanan m-Banking Bank Muamalat dengan mendownload aplikasinya di Playstore atau App Store dan lainnya. Dengan adanya fasilitas mobile banking Bank Muamalat dapat meningkatkan pelayanan terhadap nasabah dan dapat meningkatkan Bank Muamalat .M-Banking adalah salah satu fitur teknologi yang berupa layanan bagi nasabah bank, yang memungkinkan para nasabah untuk mengakses akun bank mereka melalui aplikasi m-Banking Muamalat pada smartphone nasabah yang digunakan untuk bertransaksi perbankan.

Berdasarkan Uraian di atas maka, Penulis mengambil judul Penelitian “*Pengaruh Kualitas Layanan dan Keamanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT Bank Muamalat Cab Makassar*”

1.2.Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian Latar Belakang Masalah di atas, maka dapat di rumuskan masalah yaitu :

1. Apakah Kualitas Layanan dan Keamanan Mobile Banking berpengaruh parsial terhadap kepuasan nasabah pada Bank Muamalat Cab.Makassar?
2. Apakah Kualitas Layanan dan Keamanan Mobile Banking berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan nasabah pada Bank Muamalat Cab.Makassar?

3. Variabel Manakah yang paling berpengaruh dominan terhadap kepuasan nasabah pengguna Mobile Banking pada Bank Muamalat Cab.makassar?

1.3.Tujuan Penelitian

berdasarkan permasalahan yang dirumuskan, maka tujuan penelitian yang akan dicapai adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui Kualitas Layanan dan Kemanan berpengaruh secara persial terhadap kepuasan nasabah pada Bank Muamalat Cab.makassar.
2. Untuk mengetahui Kualitas Layanan dan Keamanan berpengaruh simultan terhadap kepuasan nasabah pada Bank Muamalat Cab.makassar.
3. Untuk mengetahui variabel manakah yang paling berpengaruh dominan terhadap kepuasan nasabah pada Bank Muamalat Cab.makassar..

1.4.Manfaat Penelitian

Sedangkan, Manfaat yang penulis harapkan dari penelitian ini adalah :

1. Manfaat Teoritis, Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan mengenai ***Pengaruh Kualitas Layanan dan Keamanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah***, serta juga diharapkan sebagai sarana pengembangan ilmu pengetahuan yang secara teoritis dipelajari di bangku perkuliahan.
2. Manfaat Praktis
 - a. Manfaat bagi akademik, Sebagai bahan referensi bagi peneliti yang ingin melakukan penelitian terkait dengan sikap konsumen dalam memilih sebuah produk.

- b. Manfaat bagi penulis, mengembangkan pola pikir dan melatih penulis serta menambah wawasan mengenai Pengaruh Kualitas Layanan dan Keamanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah.
- c. Manfaat bagi Masyarakat, Penulis berharap dengan penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan dan sumbangan pemikiran bagi setiap Masyarakat untuk dapat mengetahui Layanan Mobile Banking.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Bank

2.1.1. Pengertian Bank

Menurut F.E. Perry, bank adalah suatu badan usaha yang traksaksinya berkaitan dengan uang, menerima simpanan (deposito) dari nasabah, menyediakan dana atas setiap penarikan, melakukan penagihan cek-cek atas perintah nasabah, memberikan kredit dan atau menanamkan kelebihan simpanan tersebut sampai dibuthkan untuk pembayaran kembali.

Pengertian Bank Menurut UU No.10 Thn 1998 ialah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan juga menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau juga bentuk-bentuk lainnya dalam rangka untuk meningkatkan taraf hidup rakyat banyak. Bank menurut Undang-Undang ialah :

1. **Definisi bank menurut Undang-undang Nomor 7 Tahun 1992** Tentang Perbankan :
Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan, dan menyalurkan kepada masyarakat dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.
2. **Definisi bank menurut Undang-undang Nomor 10 Tahun 1998 Perubahan Undang-undang Nomor 7 Tahun 1992** tentang Perbankan : Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.

3. **UU No. 14 Tahun 1967** mengatur tentang pokok-pokok perbankan. Dalam memberikan kredit didefinisikan sebagai lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan kredit dan jasa dalam lalu lintas pembayaran dan pengedaran uang. Pemberian kredit dapat dilakukan dengan modal sendiri. Dengan dana yang dipercayakan oleh pihak ketiga, atau dengan mengedarkan alat-alat pembayaran berupa uang giral.
4. **UU No. 7 Tahun 1992 pasal 1 ayat 1** yang mengatur tentang perbankan memberikan definisi tentang bank sebagai badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak. Definisi ini menjelaskan bahwa dalam menjalankan usahanya bank tidak hanya mencari keuntungan semata, tetapi juga berfungsi sebagai sarana untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan pemerataan pendapatan

2.1.2. Kegiatan Bank Secara Umum

Kegiatan bank secara umum ialah :

1. **Menghimpun Dana (Funding)**, Kegiatan menghimpun dana merupakan kegiatan membeli dana dari masyarakat. Kegiatan ini dikenal juga dengan kegiatan funding. Kegiatan membeli dana dapat dilakukan dengan cara menawarkan berbagai jenis simpanan. Simpanan sering disebut dengan nama rekening atau account. Jenis-jenis simpanan yang ada dewasa ini adalah:
 1. Simpanan Giro (Demand Deposit),
 2. Simpanan Tabungan (Saving Deposit),
 3. Simpanan Deposito (Time Deposit),

2. **Menyalurkan Dana (Lending)**, Sebelum kredit dikucurkan bank terlebih dulu menilai kelayakan kredit yang diajukan oleh nasabah. Kelayakan ini meliputi berbagai aspek penilaian. Penerima kredit akan dikenakan bunga kredit yang besarnya tergantung dari bank yang menyalurkannya. Besar kecilnya bunga kredit sangat mempengaruhi keuntungan bank, mengingat keuntungan utama bank adalah dari selisih bunga kredit dengan bunga simpanan.

Secara umum jenis-jenis kredit yang ditawarkan meliputi :

1. Kredit Investasi,
2. Kredit Modal Kerja,
3. Kredit Perdagangan,
4. Kredit Produktif,
5. Kredit Konsumtif,
6. Kredit Profesi

3. **Memberikan jasa- jasa Bank Lainnya (Services)**, Jasa-jasa bank lainnya merupakan kegiatan penunjang untuk mendukung kelancaran kegiatan menghimpun dan menyalurkan dana. Sekalipun sebagai kegiatan penunjang, kegiatan ini sangat banyak memberikan keuntungan bagi bank dan nasabah, bahkan dewasa ini kegiatan ini memberikan kontribusi keuntungan yang tidak sedikit bagi keuntungan bank, apalagi keuntungan dari spread based semakin mengecil, bahkan cenderung negatif spread (bunga simpanan lebih besar dari bunga kredit).

Semakin lengkap jasa-jasa bank yang dapat dilayani oleh suatu bank maka akan semakin baik. Kelengkapan ini ditentukan dari permodalan bank serta kesiapan bank dalam menyediakan SDM yang handal. Disamping itu ,juga perlu didukung oleh kecanggihan teknologi yang dimilikinya. Dalam praktiknya jasa-jasa bank yang ditawarkan meliputi

1. Kiriman Uang (Transfer)
2. Kliring (Clearing)
3. Inkaso (Collection)
4. Safe Deposit Box
5. Bank Card (Kartu kredit)
6. Bank Notes
7. Bank Garansi

2.1.3. Jenis-Jenis Bank

Berbicara mengenai jenis-jenis bank maka dilihat dari fungsinya jenis-jenis bank ada 4, yaitu :

1. **Bank Sentral**, yakni jenis bank yang bertugas untuk menerbitkan uang kertas dan juga uang logam untuk dapat dijadikan sebagai alat pembayaran yang sah di dalam suatu negara dan juga mempertahankan konversi uang yang dimaksud terhadap emas maupun perak maupun keduanya.
2. **Bank Umum**, yakni jenis bank yang bukan saja dapat untuk meminjamkan ataupun menginvestasikan berbagai jenis tabungan yang diperolehnya, namun tetapi juga dapat memberikan pinjaman dari menciptakan sendiri suatu uang giral.
3. **Bank Perkreditan Rakyat (BPR)**, yaitu jenis bank yang melaksanakan kegiatan usaha dengan secara konvensional maupun yang didasarkan pada suatu prinsip syariah yang dalam kegiatannya tidak dapat memberikan jasa di dalam lalu lintas pembayaran.
4. **Bank Syariah**, yakni jenis bank yang beroperasi dengan berdasarkan prinsip bagi hasil maupun sesuai dengan kaidah ajaran islam mengenai hukum riba.

2.2. Teori Pelayanan

2.2.1. Pengertian Pelayanan

Pelayanan (customer service) secara umum adalah setiap kegiatan yang diperuntukkan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan, melalui pelayanan ini keinginan dan kebutuhan pelanggan dapat terpenuhi. Dalam Kamus Bahasa Indonesia dijelaskan bahwa pelayanan adalah sebagai usaha melayani kebutuhan orang lain, sedangkan melayani yaitu membantu menyiapkan (membantu apa yang diperlukan seseorang). pada hakekatnya pelayanan adalah serangkaian kegiatan yang merupakan proses. Sebagai proses pelayanan berlangsung secara rutin dan berkesinambungan meliputi seluruh kehidupan orang dalam masyarakat, proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain.

Pelayanan merupakan rasa yang menyenangkan yang diberikan kepada orang lain disertai keramahan dan kemudahan dalam memenuhi kebutuhan mereka. Pelayanan diberikan sebagai tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan atau nasabah. Tindakan tersebut dapat dilakukan melalui cara langsung melayani pelanggan. Artinya karyawan langsung berhadapan dengan pelanggan atau menetapkan sesuatu dimana pelanggan atau nasabah sudah tahu tempatnya atau pelayanan melalui telepon. Tindakan yang dilakukan guna memenuhi kebutuhan pelanggan akan suatu produk atau jasa yang mereka butuhkan.

Menurut R.A Supriyono pelayanan adalah kegiatan yang diselenggarakan organisasi menyangkut kebutuhan pihak konsumen dan akan menimbulkan kesan tersendiri, dengan adanya pelayanan yang baik maka konsumen akan merasa puas, dengan demikian pelayanan merupakan hal yang sangat penting dalam upaya menarik konsumen untuk menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan. Sedangkan definisi yang lain menyatakan bahwa pelayanan atau service adalah

setiap kegiatan atau manfaat yang diberikan suatu pihak kepada pihak lainnya yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak pula berakibat pemilikan sesuatu dan produksinya dapat atau tidak dapat dikaitkan dengan suatu produk fisik.

Menurut Kotler definisi pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Pelayanan merupakan perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi tercapainya kepuasan pada konsumen itu sendiri.

Selanjutnya Munir juga mengatakan pelayanan umum adalah kegiatan yang oleh seseorang (sekelompok orang) dengan landasan faktor material melalui sistem, prosedur dan metode dalam rangka usaha memenuhi kepentingan orang lainnya sesuai dengan haknya. Munir mengemukakan bahwa pelaksanaan pelayanan dapat diukur, oleh karena itu dapat ditetapkan standar baik dalam waktu yang diperlukan maupun hasilnya. Dengan adanya standar manajemen dapat merencanakan, melaksanakan, mengawasi dan mengevaluasi kegiatan pelayanan agar hasil akhir memuaskan kepada pihak-pihak yang mendapatkan pelayanan.

Dari berbagai macam pengertian pelayanan di atas, dapat saya simpulkan bahwa setiap perusahaan wajib untuk mampu berkompetisi untuk membuat barang dan jasa yang sesuai dengan keinginan dan harapan dari para konsumen.

Nasabah adalah orang yang harus kita layani apa yang ia butuhkan, Nasabah merupakan subyek yang dinamis yang sangat dipengaruhi oleh faktor-faktor internal dalam dirinya maupun faktor eksternal di luar dirinya. Respon dan tindakan nasabah timbul oleh persepsi dan harapan terhadap rangsangan baik dari dalam maupun dari luar dirinya untuk memenuhi kebutuhan dan tuntutan.

2.2.2. Kualitas Layanan

Konsep kualitas layanan muncul pada tahun 1985, A. Parasuraman, Valarie A. Zeithaml, dan Leonard L. Berry lewat penelitian dan direvisi kembali pada tahun 1988. Dalam artikelnya mereka menekankan adanya fenomena umum bahwa pencapaian kualitas dalam hal produk dan layanan menduduki posisi sentral. Kualitas layanan ini bagi mereka belum lagi terdefiniskan secara baik. Kualitas layanan, menurut mereka, adalah perbandingan antara Harapan (*Expectation*) dengan Kinerja (*Performance*) dalam Mardikawati & Farida (2013). Dengan mengutip Lewis and Booms (1983), mereka menyatakan “*Service quality* (kualitas layanan) adalah ukuran seberapa baik suatu layanan menemui kecocokan dengan harapan pelanggan. Penyelenggaraan kualitas layanan berarti melakukan kompromi dengan harapan pelanggan dengan tata cara yang konsisten.”

2.2.3. Karakteristik Pelayanan

Menurut Kotler (Tjijptono, 2014) secara garis besar karakteristik jasa terdiri dari *intangibility, inseparability, variability/heterogeneity, perishability* dan *lack of ownership*: 1.) *Intangibility* : jasa berbeda dengan barang. Bila barang merupakan suatu objek, alat atau benda maka jasa adalah suatu perbuatan, tindakan, pengalaman, proses, kinerja (performance) atau usaha. Oleh karena itu jasa tidak dapat dilihat, dirasa, dicium, didengar atau diraba sebelum dibeli dan dikonsumsi; 2.) *Inseparability* : barang biasanya diproduksi kemudian dijual lalu dikonsumsi. Sedangkan jasa umumnya dijual terlebih dahulu, baru diproduksi dan dikonsumsi pada waktu dan tempat yang sama; 3.) *Heterogeneity/variability/inconsistency* : jasa bersifat sangat variabel karena merupakan *non-standardized output*, artinya terdapat banyak variasi bentuk, kualitas dan jenis, tergantung pada siapa, kapan, dan dimana jasa tersebut diproduksi; 4.) *Perishability* :

berarti jasa tidak dapat disimpan dan tidak tahan lama; 5.) *Lack of Ownership* : merupakan perbedaan dasar antara barang dan jasa. Pada pembelian barang konsumen memiliki hak penuh atas penggunaan dan manfaat produk yang dibelinya. Mereka dapat mengkonsumsi, menyimpan atau menjualnya. Di lain pihak, pada pembelian jasa, pelanggan hanya akan memiliki akses personal dan dengan jangka waktu yang terbatas.

2.2.4. Dimensi Kualitas Layanan

1. *Tangibility*, Penampilan fasilitas fisik.
2. *Reliability*, memberikan kecepatan dan kemudahan dalam bertransaksi.
3. *Responsiveness*, dapat membantu dan mudah dimengerti.
4. *Assurance*, dapat digunakan dimanapun dan terjamin.
5. *Empathy*, dapat melayani 24 jam dalam melakukan transaksi.

2.3. Pengertian Keamanan

Keamanan adalah persepsi nasabah terhadap kemampuan bank untuk melindungi informasi personal yang didapat dari transaksi elektronik terhadap pengguna yang tidak berwenang. Keamanan transaksi elektronik membuat nasabah merasa yakin bahwa kerahasiaan data pribadinya terjamin saat bertransaksi melalui *Mobile Banking*.

Keamanan data merupakan hal yang penting diperhatikan dalam menggunakan layanan *Mobile Banking*. Dalam transaksi *online*, risiko hilangnya kerahasiaan merupakan faktor signifikan yang mempengaruhi kepercayaan dan penggunaan. Sudah banyak survei yang menemukan adanya kekhawatiran yang tinggi dari nasabah tentang kerahasiaan data pribadi mereka saat bertransaksi secara *online*. Kekhawatiran utama bagi pengguna *mobile banking* adalah kurangnya pengendalian terhadap kerahasiaan informasi yang mengakibatkan penyalahgunaan data pribadi.

Pihak penyedia layanan *mobile banking* harus dapat menjamin keamanan data nasabah. Bank harus menyediakan teknologi keamanan data yang sesuai standar, sehingga data pelanggan tidak dapat dicuri dan disalahgunakan oleh orang yang tidak bertanggungjawab. Sistem maupun jaringan *mobile banking* telah menggunakan pengamanan yang seoptimal mungkin. Kondisi pengamanan *mobile banking* juga selalu dipantau dan ditingkatkan, sejalan dengan perkembangan teknologi dan ancaman yang ada. Adanya jaminan keamanan dari pihak bank akan menimbulkan rasa percaya serta menarik minat nasabah untuk menggunakan *mobile banking*.

Keamanan berpengaruh positif terhadap penggunaan *mobile banking*. Implikasinya adalah jika konsumen percaya bahwa saluran pembayaran di *mobile banking* tidak aman, hal ini mengurangi kepercayaan konsumen. Akibatnya mereka malas melakukan transaksi *online banking*. Bank akan dipercaya oleh nasabahnya, jika mampu meyakinkan nasabahnya bahwa keamanan dan kerahasiaan data-data nasabah terjamin. Jika nasabah sudah percaya bahwa saluran pembayaran di internet aman, serta percaya bahwa pihak bank tidak akan membocorkan informasi rahasia personal mereka atau menjualnya pada pihak lain tanpa mengkonsultasikannya terlebih dahulu, maka kondisi ini merupakan daya tarik minat calon nasabah untuk menggunakan *mobile banking*.

2.3.1. Dimensi Keamanan

1. **Jaminan Keamanan**, Perlindungan Hukum bagi nasabah terhadap keamanan data pribadi nasabah pengguna layanan internet banking menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen menyebutkan hak-hak konsumen untuk memperoleh keamanan, kenyamanan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa, serta hak untuk memperoleh ganti rugi seperti dalam Pasal 4 huruf a menyebutkan tentang hak konsumen atas kenyamanan, keamanan dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa. Dan Pasal 4 huruf d menyebutkan “hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang

dan/atau jasa yang digunakan”. Aturan ini memberikan kesempatan kepada konsumen untuk dapat menyampaikan kekurangan-kekurangan dari pelayanan jasa internet banking yang diberikan oleh bank. Sebagai timbal baliknya, kewajiban bank untuk mendengarkan pendapat atau keluhan konsumennya.

2. Kerahasiaan Data, Data pribadi atau privacy data nasabah dalam internet banking merupakan salah satu hal yang berkaitan dengan kepercayaan nasabah terhadap bank. Privacy dalam internet banking merupakan permasalahan yang harus dijaga kerahasiaannya oleh bank, melihat pada ketentuan Pasal 26 ayat (1) Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik terdapat pembahasan secara singkat perlindungan mengenai data pribadi. Sehubungan dengan hal tersebut, dalam Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 Tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 Tentang Perbankan terdapat pula pembahasan secara singkat mengenai perlindungan data pribadi khususnya mengenai rahasia bank yaitu Pasal 40 ayat (1) dan (2). Definisi mengenai rahasia bank sendiri terdapat dalam Pasal 1 angka 28 Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 Tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 Tentang Perbankan yang menjelaskan mengenai “rahasia bank adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan keterangan mengenai nasabah penyimpan dan simpanannya”

2.4. Pengertian Mobile Banking

Pengertian m-Banking menurut Riswandi, Budi Agus (2005,83) MBanking suatu layanan inovatif yang ditawarkan oleh bank yang memungkinkan pengguna kegiatan transaksi perbankan melalui smartphone. M-Banking atau yang lebih dikenal dengan sebutan MBanking 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 m-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 m-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 dimana saja dan kapan saja. Pada akhirnya bankberamai-ramai menyediakan fasilitas m-Banking demi mendapatkan kepuasan dan peningkatan jumlah nasabah.

M-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.

2.4.1. Mobile Banking Muamalat

Mobile Banking Muamalat adalah salah satu fitur aplikasi Muamalat Mobile, fitur lainnya adalah Internet Banking Muamalat, info lokasi ATM/cabang, info produk, SalaMuamalat 1500016 (*call center*), arah kiblat, jadwal salat, registrasi Mobile Banking dan pengaturan bahasa. Muamalat Mobile dirancang untuk melayani transaksi finansial dan nonfinansial secara *real time* yang dapat beroperasi selama 24 jam.

2.4.2. Kelebihan Mobile Banking Muamalat

1. Transaksi perbankan bisa dilakukan kapan saja dan di mana saja melalui ponsel pintar.
2. Registrasi dapat langsung dilakukan melalui aplikasi Muamalat Mobile, ATM Bank Muamalat atau *Customer Service*.
3. Aman, karena menggunakan *user ID*, *Password* dan *Transaction Identification Number* (TIN) serta adanya limit transaksi.
4. Tersedia fitur 'Favorit' untuk mencatat data transaksi.
5. Transaksi transfer dapat dilakukan berulang (*recurring*) secara harian, mingguan & bulanan.
6. Bukti transaksi bisa langsung dibagikan ke media sosial dan aplikasi *chat messenger*.

2.4.3. Syarat Penggunaan Mobile Banking Muamalat

1. Nasabah perorangan.
2. Memiliki rekening tabungan & kartu Shar-E Debit Muamalat.
3. Nomor ponsel yang digunakan telah terdaftar pada data Bank.
4. Memiliki telepon pintar yang dilengkapi *Operating System* Android dan iPhone dengan versi minimum sesuai ketentuan Bank.
5. Melakukan registrasi melalui Aplikasi Muamalat Mobile atau juga dapat dilakukan melalui ATM Bank Muamalat dan *customer service*.

2.4.4. Fasilitas Mobile Banking Bank Muamalat

M-Banking Bank Muamalat merupakan fasilitas perbankan yang merupakan bagian dari Muamalat Mobile. Muamalat Mobile merupakan fitur pelayanan Bank Muamalat untuk memberikan pelayanan pada nasabah Bank Muamalat. Fitur m-Banking menggunakan fasilitas

online atau dengan menggunakan handphone, tablet dan alat komunikasi lainnya. Dengan menggunakan m-Banking Bank Muamalat nasabah dapat melakukan transaksi perbankan sesuai kebutuhan kapanpun dan dimanapun.

Nasabah juga dapat dengan mudah mendapatkan aplikasi layanan m-Banking Bank Muamalat dengan mendownload aplikasinya di Playstore atau App Store dan lainnya. Dengan adanya fasilitas mobile banking Bank Muamalat dapat meningkatkan pelayanan terhadap nasabah dan dapat meningkatkan Bank Muamalat .M-Banking adalah salah satu fitur teknologi yang berupa layanan bagi nasabah bank, yang mengijinkan para nasabah untuk mengakses akun bank mereka melalui aplikasi m-Banking Muamalat pada smartphone nasabah yang digunakan untuk bertransaksi perbankan.

2.5. Teori Kepuasan Nasabah

Kepuasan nasabah adalah persepsi nasabah bahwa harapannya telah terpenuhi, diperoleh hasil yang optimal bagi setiap nasabah dan pelayanan perbankan dengan memperhatikan kemampuan nasabah dan keluarganya, perhatian terhadap keluarganya, perhatian terhadap kebutuhan nasabah sehingga kesinambungan yang sebaik-baiknya antara puas dan hasil. Tjiptono dalam Noviyantie (2001) kepuasan pelanggan merupakan evaluasi pembeli dimana alternatif yang dipilih sekurang- kurangnya memberikan hasil (outcome) sama dengan harapan pelanggan. Ketidakpuasan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan pelanggan. Bagi pelanggan, apa yang dihasilkan yaitu perusahaan baginya tidak begitu penting. Pelanggan memikirkan apa yang akan dibelinya untuk memuaskan kebutuhannya atas dasar pertimbangan biaya inilah selanjutnya akan menentukan bentuk apa bisnis yang perlu dikembangkan. Pelayanan pelanggan bermutu hanya bias dipahami dari sudut pandang pelanggan. Kita harus merumuskan

pelayanan bermutu melalui mata pelanggan. Hanya bila pelanggan menganggap bahwa anda sebagai pelayanan telah memberikan pelayanan pelanggan bermutu. William B. Martin, (2005).

Menurut Kottler (2000;35) kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dia terima dibandingkan dengan harapannya. Nasabah baru akan merasa puas apabila kinerja pelayanan perbankan yang mereka dapatkan sama atau melebihi dari apa yang mereka harapkan dan perasaan kecewa nasabah akan timbul apabila kinerja yang diperolehnya tidak sesuai dengan apa yang menjadi harapannya.

Definisi yang dominan dan banyak diacu dalam literatur pemasaran adalah definisi yang didasarkan pada disconfirmation paradigm yang merumuskan kepuasan pelanggan sebagai evaluasi pasca pembelian dimana persepsi terhadap kinerja dari alternatif produk atau jasa yang dipilih memenuhi atau melebihi harapan, maka yang terjadi adalah kepuasan.

2.5.1. Indikator Kepuasan Nasabah

Kepuasan nasabah merupakan konsekuensi dan perbandingan yang dilakukan oleh pelanggan yang membandingkan antara tingkatan dari manfaat yang dirasakan terhadap manfaat yang diharapkan oleh pelanggan. Adapun indikator kepuasan nasabah (menurut Irawan, 2018) yaitu:

1. Perasaan Puas (dalam arti puas akan produk dan pelayanannya)

Yaitu ungkapan perasaan puas atau tidak puas dari pelanggan saat menerima pelayanan yang baik dan produk yang berkualitas dari perusahaan.

2. Memberikan Kenyamanan Dalam Bertransaksi

Yaitu pelanggan dapat diberikan jaminan dalam melakukan transaksi dan kenyamanan dalam memakai produk perusahaan.

3. Terpenuhinya Harapan Pelanggan Setelah Memakai Produk dan Meyakinkan Bahwa Produk Yang Digunakan Berkualitas

Yaitu sesuai atau tidaknya kualitas suatu produk atau jasa pasca pemakaian suatu produk dengan harapan yang diinginkan pelanggan. Dan dapat merasakan kualitas yang ditawarkan oleh perusahaan.

2.5.2. Metode Pengukuran Kepuasan Nasabah

Metode pengukuran kepuasan nasabah ada 3 yaitu : 1) Sistem keluhan dan saran Setiap organisasi yang berorientasi pada pelanggan untuk menyampaikan saran, pendapat dan keluhan mereka. Media yang digunakan bisa berupa kotak saran yang tempatnya mudah dijangkau pelanggan atau komentar yang bisa di isi langsung maupun yang bisa dikirim via pos pada sebuah perusahaan yang bergerak dibidang jasa perbankan. 2) Ghost Shopping, beberapa cara untuk memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah dengan memperkerjakan beberapa orang untuk berperan atau bersikap sebagai pelanggan atau pembeli potensial produk perusahaan dan pesaing.karena selain itu ghost shopper juga dapat mengamati cara perusahaan dan pesaingnya dalam melayani permintaan pelanggan, dan menanggapi setiap keluhan. 3) survey kepuasan pelanggan karena metode survei merupakan metode yang paling banyak digunakan dalam pengukuran kepuasan pelanggan.

2.5.3. Manfaat Pengukuran Kepuasan Pelanggan

Ukuran kepuasan pelanggan dapat dikategorikan sebagai kurang puas, puas dan sangat puas. Pengukuran mutu pelayanan dan kepuasan pelanggan dapat digunakan untuk beberapa tujuan, yaitu: 1) Mempelajari persepsi masing-masing pelanggan terhadap mutu pelayanan yang dicari,diminati dan diterima atau tidak di terima pelanggan,yang akhirnya pelanggan merasa puas

dan terus melakukan kerja sama. 2) Mengetahui kebutuhan, keinginan, persyaratan, dan harapan pelanggan pada saat sekarang dan masa yang akan datang yang disediakan perusahaan yang sesungguhnya dengan harapan pelanggan atas pelayanan yang diterima. 3) Meningkatkan mutu pelayanan sesuai dengan harapanharapan pelanggan. 4) Menyusun rencana kerja dan menyempurnakan kualitas pelayanan dimasa akan datang.

2.5.4. Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah

1) Kehandalan (Realibility)

Menurut Parasuraman, Zithaml, Berry (1990) dalam jurnal Praveda Ascarintya (2008), Kehandalan adalah kemampuan untuk memberikan jasa sesuai dengan yang dijanjikan dengan akurat dan handal. Dimensi ini berkaitan dengan kemampuan menyediakan pelayanan dengan sikap simpatik, ketepatan waktu pelayanan, profesional dalam melayani nasabah, dan sistem pencatatan yang akurat. Hubungan kehandalan dengan kepuasan nasabah adalah kehandalan yang mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Semakin baik persepsi pelanggan terhadap kehandalan maka kepuasan nasaba.

2) Jaminan (Assurance)

Menurut Parasuraman, Zithaml, Berry (1990) dalam jurnal Praveda Ascarintya (2008), Assurance mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, dan bebas dari bahaya, risiko atau keragu-raguan. Berkaitan dengan kemampuan karyawan untuk menanamkan kepercayaan kepada pelanggan. Hubungan jaminan dengan kepuasan nasabah adalah jaminan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Semakin baik persepsi pelanggan terhadap jaminan

maka kepuasan nasabah semakin tinggi. Dan jika persepsi nasabah terhadap jaminan buruk maka akan kepuasan nasabah makin rendah.

3) Kepedulian (Empathy)

Menurut Parasuraman, Zitham Berry (1990) dalam jurnal Praveda Ascarintya (2008), Empathy adalah perhatian secara individu yang diberikan oleh penyedia jasa sehingga pelanggan merasa penting, dihargai dimengerti oleh perusahaan. Inti dari dimensi ini adalah bagaimana perusahaan menyakinkan pelanggan bahwa mereka itu unik dan istimewa dan dapat digambarkan dengan perhatian secara personal kebutuhan spesifik dan terhadap keluhan nasabah dimana pada umumnya nasabah ingin diperlakukan dan diperhatikan secara khusus oleh pihak pengelola bank. Hubungan kepedulian dengan kepuasan nasabah adalah kepedulian mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Semakin baik persepsi pelanggan terhadap kepedulian maka kepuasan nasabah makin tinggi. Dan jika persepsi nasabah terhadap kepedulian buruk, maka kepuasan nasabah akan makin rendah.

4) Wujud Fisik (Tangible)

Menurut Parasuraman, Zitham Berry (1990) dalam jurnal Praveda Ascarintya (2008), Berwujud diartikan sebagai tampilan fisik. Dimensi ini biasanya digunakan perusahaan untuk menaikkan image dimata pelanggan yang dapat digambarkan dengan kebersihan ruangan, kerapihan pakaian dan penataan tempat. Khususnya pada bank faktor kondisi fisiknya pada umumnya akan diberikan gambaran bagaimana bank tersebut dapat berpotensi untuk menunjukkan fungsinya sebagai tempat pelayanan perbankan. Dengan kondisi yang bersih, rapi dan teratur orang akan menduga bank tersebut akan melaksanakan fungsinya dengan baik. Hubungan wujud fisik dengan kepuasan nasabah adalah wujud fisik mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Semakin baik persepsi pelanggan terhadap

wujud fisik maka kepuasan nasabah akan semakin tinggi. Dan jika persepsi nasabah terhadap wujud fisik buruk, maka kepuasan nasabah semakin rendah.

5) Daya Tanggap (Responsiveness)

Menurut Parasuraman, Zithaml Berry (1990) dalam jurnal Praveda Ascarintya (2008), ketanggapan adalah kesediaan untuk membantu pelanggan dan memberikan dengan segera dan tepat. Dimensi ini merupakan pada perhatian dan kecepatan dalam menghadapi permintaan, pernyataan, keluhan serta kesulitan pelanggan. Bank merupakan lokasi yang secara umum merupakan tempat seseorang untuk bertransaksi. Oleh sebab itu penyediaan jasa pelayanan perbankan harus mampu menanggapi setiap keluhan nasabah. Dengan demikian daya tanggap yang tinggi dari pihak pengelola bank akan memberikan rasa kepercayaan pada nasabah bahwa mereka akan selalu tertolong. Hubungan daya tanggap dengan kepuasan nasabah adalah daya tanggap mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap terhadap kepuasan nasabah. Semakin baik persepsi pelanggan terhadap daya tanggap maka kepuasan nasabah akan semakin tinggi. Dan jika persepsi nasabah terhadap daya tanggap buruk, maka kepuasan nasabah semakin rendah.

2.6. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu bertujuan untuk mendapatkan bahan perbandingan dan acuan. Selain itu untuk menghindari anggapan kesamaan dengan penelitian ini. Maka dalam penelitian ini peneliti mencantumkan hasil-hasil penelitian terdahulu.

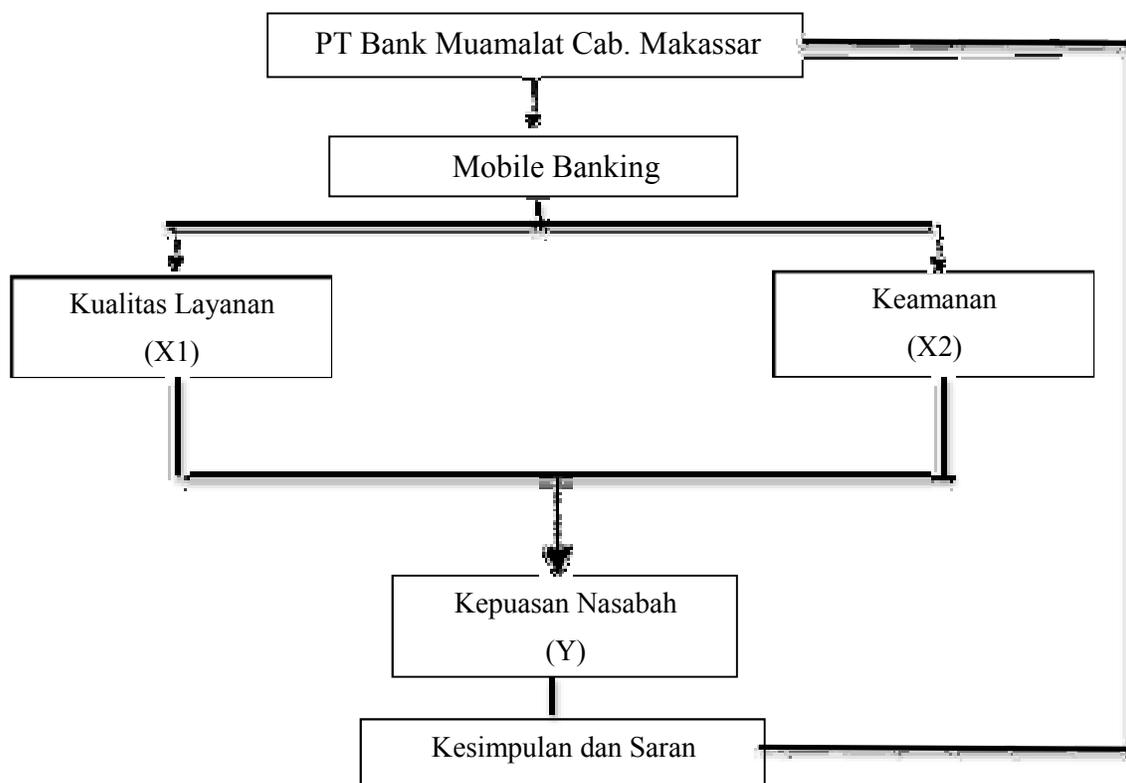
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Tahun	Judul	Hasil Penelitian
1.	Muhammad	(2016)	Pengaruh	Hasil pengujian

Syairozi	Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah dalam Menabung di LKMS Hubbul Wathon Samowono	menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah, kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah, serta kualitas pelayanan dan kualitas produk secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.
2. Intan Kamila (2017)	Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus pada Bank Syariah Mandiri Cabang Jakarta Simprug)	Berdasarkan hasil uji hipotesis diperoleh kesimpulan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah dan variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.
3. Irfan Nurahmadi Harish (2017)	Pengaruh Kepercayaan Nasabah dan Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi pada Bank Syariah Mandiri Depok)	Berdasarkan hasil uji secara parsial (uji t) menunjukkan bahwa variabel kepercayaan nasabah berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dan kualitas layanan mobile banking berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Berdasarkan uji simultan (uji F) menunjukkan bahwa

kepercayaan nasabah dan kualitas layanan mobile banking secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah.

2.7. Kerangka Piki



Gambar 2.2 Kerangka Pikir

Keterangan

1. Variabel kualitas layanan (X1)

Kualitas Layanan adalah ukuran seberapa baik suatu layanan menemui kecocokan dengan harapan pelanggan. Penyelenggaraan kualitas layanan berarti melakukan kompromi dengan harapan pelanggan dengan tata cara yang konsisten.

Sub Variabel :

- a. *Tangibility*, Penampilan fasilitas fisik.
- b. *Reliability*, memberikan kecepatan dan kemudahan dalam bertransaksi.
- c. *Responsiveness*, dapat membantu dan mudah dimengerti.
- d. *Assurance*, dapat digunakan dimanapun dan terjamin.
- e. *Empathy*, dapat melayani 24 jam dalam melakukan transaksi.

2. Variabel Keamanan (X2)

Keamanan adalah persepsi nasabah terhadap kemampuan bank untuk melindungi informasi personal yang didapat dari transaksi elektronik terhadap pengguna yang tidak berwenang.

Indikator :

- a. **Jaminan Keamanan**, Perlindungan Hukum bagi nasabah terhadap keamanan data pribadi nasabah pengguna layanan internet banking menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen menyebutkan hak-hak konsumen untuk memperoleh keamanan, kenyamanan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa.
- b. **Kerahasiaan Data**, Data pribadi atau privacy data nasabah dalam internet banking merupakan salah satu hal yang berkaitan dengan kepercayaan nasabah terhadap bank. Privacy dalam internet banking merupakan permasalahan yang harus dijaga kerahasiaannya oleh bank,

3. Variabel Kepuasan Nasabah (Y)

Kepuasan nasabah adalah persepsi nasabah bahwa harapannya telah terpenuhi, diperoleh hasil yang optimal bagi setiap nasabah dan pelayanan perbankan dengan kinerja atau hasil yang diterima lebih baik dari yang diharapkan oleh nasabah.

Indikator :

4. Perasaan Puas (dalam arti puas akan produk dan pelayanannya)

Yaitu ungkapan perasaan puas atau tidak puas dari pelanggan saat menerima pelayanan yang baik dan produk yang berkualitas dari perusahaan.

5. Memberikan Kenyamanan Dalam Bertransaksi

Yaitu pelanggan dapat diberikan jaminan dalam melakukan transaksi dan kenyamanan dalam memakai produk perusahaan.

6. Terpenuhinya Harapan Pelanggan Setelah Memakai Produk dan Meyakinkan Bahwa Produk Yang Digunakan Berkualitas

Yaitu sesuai atau tidaknya kualitas suatu produk atau jasa pasca memakai suatu produk dengan harapan yang diinginkan pelanggan. Dan dapat merasakan kualitas yang ditawarkan oleh perusahaan.

2.8. Hipotesis

Berdasarkan pada perumusan masalah, serta kerangka pemikiran diatas tersebut, maka hipotesis yang akan diajukan adalah:

1. Adanya pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking secara persial terhadap kepuasan nasabah pada Bank Muamalat Cab.Makassar.

2. Adanya pengaruh Keamanan Mobile Banking secara parsial terhadap kepuasan nasabah pada Bank Muamalat Cab Makassar.
3. Adanya pengaruh Kualitas Layanan dan Keamanan Mobile Banking secara simultan terhadap kepuasan nasabah pada Bank Muamalat Cab Makassar.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Lokasi dan Waktu Penelitian

Perusahaan yang menjadi objek penelitian ini adalah PT. Bank Muamalat Cab Makassar jl. Dr. Ratulangi Kec. Ujung Pandang, Kota Makassar, Sulawesi Selatan. Adapun jangka waktu penelitian ini dilakukan selama 1 bulan.

3.1.1. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Menurut Widiyanto (2010:5), Populasi merupakan suatu kelompok atau kumpulan objek atau objek yang akan digeneralisasikan dari hasil Penelitian. Populasi dari penelitian ini adalah Nasabah Bank Muamalat Cab.Makassar, tahun 2020 yaitu sebanyak 7.090 Nasabah (Sumber : Data Internal Muamalat Cab.Makassar, Desember 2020).
2. Sedangkan Sampel menurut Sugiyono (2012: 118) adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Teknik penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Non *Probability Sampling* atau penarikan sampel secara acak dengan menggunakan teknik *convenience sampling*. Responden tersebut adalah nasabah yang datang ke Bank Muamalat bersedia menjadi responden. Penentuan jumlah sampel atau responden ditentukan berdasarkan hasil perhitungan menggunakan rumus Slovin yaitu:

Dimana :

$$n = \frac{N}{1+(N \times e^2)} \quad n = \frac{7090}{1+(7090 \times 0,1^2)} = 98,6 \text{ responden, hasil di atas dibulatkan}$$

menjadi 99 orang atau responden.

Keterangan :

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

e = Toleransi ketidak telitian karena kesalahan pengambilan sampel, umumnya digunakan 1% atau 0,01, 5% atau 0,05, dan 10% atau 0,1. Dan peneliti menggunakan 10% atau 0,1.

3.2. Metode Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan data yang diperlukan dalam rangka analisis terhadap pengujian hipotesis maka digunakan metode survei dengan melakukan pengumpulan data melalui metode Kuesioner dilakukan dengan menyebarkan selebaran angket atau daftar pertanyaan tertulis kepada responden.

3.3. Jenis dan Sumber Data

3.3.1. Jenis Data

Jenis Data yang digunakan dalam Penelitian ini adalah Data Kualitatif dan Data Kuantitatif. Adapun penjelasan mengenai jenis data, yaitu sebagai berikut :

1. Kualitatif : Adalah sumber data yang bersifat pemahaman akan fenomena yang terjadi dilapangan. Jenis data yang dihasilkan dari kualitatif adalah data-data yang berupa penjelasan deskriptif dan kata-kata tertulis (Juliansyah, 2014: 38). Dalam hal ini data yang di peroleh dari perhitungan kusioner berhubungan dengan masalah dengan masalah yang diteliti.
2. Kuantitatif : Adalah metode untuk menguji teori-teori tertentu dengan cara meneliti hubungan antar variable. Variable-variabel yang di ukur (Dengan menggunakan

instrument penelitian) sehingga data yang terdiri dari angka-angka dapat di analisis berdasarkan prosedur statistic (Juliansyah, 2014: 38). Dalam hal ini, data yang diperoleh dari hasil wawancara dengan pelanggan yang berhubungan dengan masalah yang teliti.

3.3.2. Sumber Data

Untuk memperoleh data yang diperlukan dapat dilakukan penelitian kepustakaan dan penyebaran kusioner. Selanjutnya data tersebut dianalisis dengan kata-kata dan disusun dalam teks yang di perluas. Adapun jenis dalam penelitian ini adalah :

1. Data Primer, yaitu data yang diperoleh melalui hasil penyebaran kuisisioner kepada sejumlah responden yang menjadi sampel dari penelitian ini.
2. Data Sekunder, yaitu data pendukung yang biasanya dapat diperoleh dari literature-literatur bahan kepustakaan dan dokumen-dokumen perusahaan yang berhubungan dengan masalah yang akan diteliti.

3.4. Analisis Data

Analisis data penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan metode deskriptif. Adapun pendekatan penelitian ini adalah penelitian dengan survey. Karena dalam penelitian ini informasi yang dikumpulkan mengambil sampel dari satu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok.

Penelitian kuantitatif adalah penelitian dengan memperoleh data yang berbentuk angka atau data kualitatif yang diangkakan. Penelitian kuantitatif digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampelnya dilakukan secara random, pengumpulan data digunakan instrument penelitian. Pendekatan yang digunakan ialah pendekatan deskriptif

kuantitatif. Metode deskriptif merupakan proses pemecahan masalah yang sistematis dengan menggambarkan suatu penelitian sesuai dengan kenyataan tanda adanya subjektivitas.

3.5. Uji Hipotesis

1. Uji F (Uji Simultan)

Menurut Ghozali (2012:46), Uji statistik F digunakan untuk mengetahui apakah seluruh variable bebasnya secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variable terikat dengan menggunakan taraf nyata ($\alpha = 0.05$).

2. Uji T (Uji Parsial)

Menurut Ghozali (2011:49), Uji t di gunakan untuk menguji secara parsial antara variabel bebas terhadap variabel terikat dengan menggunakan taraf nyata 5%. Selain itu berdasarkan nilai t, maka dapat diketahui varibel mana yang mempunyai pengaruh paling dominan terhadap variabel terikat.

3. Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrument. Suatu intrumen yang sah atau valid mempunyai validitas tinggi. Sebaliknya, instrument yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah. Validitas konstruk dalam penelitian ini diuji dengan menggunakan bivariate person (korelasi product momen person), cara yang dilakukan dengan mengkorelasikan masing-masing item dengan nilai total penjumlahan keseluruhan item yang diolah dengan menggunakan program SPSS versi 23, dimana dikatakan valid apabila memiliki nilai korelasi product moment melebihi atau di atas dari 0,30. (Suswanto,2014).

4. Uji Reliabilitas

Reliabilitas berhubungan dengan masalah kepercayaan, suatu tes dapat dikatakan mempunyai taraf kepercayaan yang tinggi jika tes tersebut dapat memberikan kepercayaan hasil yang tetap. maka pengertian realibilitas tes, berhubungan dengan masalah ketetapan hasil tes atau seandainya hasilnya berubah-ubah, perusahaan yang terjadi dapat dikatakan tidak berarti. Reliabilitas suatu indikator atau kuesioner dapat dilihat dari nilai cronbach's alpha (α), dimana suatu konstruk atau indikator dikatakan reliabel yaitu apabila nilai cronbach's alpha (α) lebih besar ($>$) 0,60, maka indikator atau kuesioner adalah reliable, sedangkan apabila nilai cronbach's alpha (α) lebih kecil ($<$) 0,60 maka indikator atau kuesioner tidak reliabel (Suswanto,2014).

5. Analisis Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antar nol sampai satu ($0 < R^2 < 1$). Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Ghozali, 2012).

3.6. Definisi Oprasional

Secara teoritis yang dimaksud dengan definisi operasional variabel adalah merupakan batasan-batasan yang penulis tentukan untuk menghindari adanya kemungkinan interpretasi-interpretasi lain terhadap variabel yng diteliti. Adapun devinisi operasional variabel yang dimaksud.

3.2 Definisi Oprasional

No	Variabel	Definisi	Indikator
1.	Kualitas Layanan (X1)	Kualitas Layanan adalah ukuran seberapa baik suatu layanan menemui kecocokan dengan harapan pelanggan. Penyelenggaraan kualitas layanan berarti melakukan kompromi dengan harapan pelanggan dengan tata cara yang konsisten.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tangibility, penampilan fasilitas fisik. 2. Reliability, memberikan kecepatan dan kemudahan. 3. Assurance, dapat digunakan dimanapun dan terjamin. 4. Empathy, dapat melayani 24 jam dalam melakukan transaksi. 5. Responsiveness, dapat membantu dan mudah di mengerti.
2.	Keamanan (X2)	Keamanan adalah persepsi nasabah terhadap kemampuan bank untuk melindungi informasi personal yang didapat dari transaksi elektronik terhadap pengguna yang tidak berwenang.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Jaminan Keamanan, dapat menjaga dan menjamin keamanan data 2. Kerahasiaan Data,, dapat merahasiakan data-data yang diberikan oleh pelanggan.
3.	Kepuasan Nasabah (Y)	Kepuasan nasabah adalah persepsi nasabah bahwa harapannya telah terpenuhi, diperoleh hasil yang optimal bagi setiap nasabah dan pelayanan perbankan dengan kinerja atau hasil yang diterima lebih baik dari yang diharapkan oleh nasabah.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Perasaan Puas (dalam arti puas akan produk dan pelayanannya) 2. Memberikan kenyamanan dalam bertransaksi 3. Terpenuhinya Harapan Pelanggan Setelah Memakai Produk, dan meyakinkan bahwa produk yang

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Penelitian

4.1.1. Sejarah Umum PT Bank Muamalat

Berdasarkan Akta No. 1 tanggal 1 November 1991 Masehi atau 24 Rabiul Akhir 1412 H, dibuat di hadapan Yudo Paripurno, S.H., Notaris, di Jakarta, PT Bank Muamalat Indonesia Tbk selanjutnya disebut “Bank Muamalat Indonesia” atau “BMI” berdiri dengan nama PT Bank Muamalat Indonesia. Akta pendirian tersebut telah disahkan oleh Menteri Kehakiman Republik Indonesia dengan Surat Keputusan No. C2-2413.HT.01.01 Tahun 1992 tanggal 21 Maret 1992 dan telah didaftarkan pada kantor Pengadilan Negeri Jakarta Pusat pada tanggal 30 Maret 1992 di bawah No. 970/1992 serta diumumkan dalam Berita Negara Republik Indonesia No. 34 tanggal 28 April 1992 Tambahan No. 1919A.

BMI didirikan atas gagasan dari Majelis Ulama Indonesia (MUI), Ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia (ICMI) dan pengusaha muslim yang kemudian mendapat dukungan dari Pemerintah Republik Indonesia, sehingga pada 1 Mei 1992 atau 27 Syawal 1412 H, Bank Muamalat Indonesia secara resmi beroperasi sebagai bank yang menjalankan usahanya berdasarkan prinsip syariah pertama di Indonesia. Dua tahun setelahnya, tepatnya pada 27 Oktober 1994, BMI memperoleh izin sebagai Bank Devisa setelah setahun sebelumnya terdaftar sebagai perusahaan publik yang tidak listing di Bursa Efek Indonesia (BEI).

Selanjutnya, pada 2003, BMI dengan percaya diri melakukan Penawaran Umum Terbatas (PUT) dengan Hak Memesan Efek Terlebih Dahulu (HMETD) sebanyak 5 (lima) kali dan menjadi lembaga perbankan pertama di Indonesia yang mengeluarkan Sukuk Subordinasi

Mudharabah. Aksi korporasi tersebut membawa penegasan bagi posisi Bank Muamalat Indonesia di peta industri perbankan Indonesia.

Tak sampai di situ, BMI terus berinovasi dengan mengeluarkan produk-produk keuangan syariah seperti Asuransi Syariah (Asuransi Takaful), Dana Pensiun Lembaga Keuangan Muamalat (DPLK Muamalat) dan multifinance syariah (Al-Ijarah Indonesia Finance) yang seluruhnya menjadi terobosan baru di Indonesia. Selain itu, produk Bank yaitu Shar-e yang diluncurkan pada 2004 juga merupakan tabungan instan pertama di Indonesia. Produk Shar-e Gold Debit Visa yang diluncurkan pada 2011 tersebut memperoleh penghargaan dari Museum Rekor Indonesia (MURI) sebagai Kartu Debit Syariah dengan teknologi chip pertama di Indonesia serta layanan e-channel seperti internet banking, mobile banking, ATM, dan cash management. Seluruh produk-produk itu menjadi pionir produk syariah di Indonesia dan menjadi tonggak sejarah penting di industri perbankan syariah.

Seiring kapasitas Bank yang semakin besar dan diakui, BMI kian melebarkan sayap dengan terus menambah jaringan kantor cabangnya tidak hanya di seluruh Indonesia, akan tetapi juga di luar negeri. Pada 2009, Bank mendapatkan izin untuk membuka kantor cabang di Kuala Lumpur, Malaysia dan menjadi bank pertama di Indonesia serta satu-satunya yang mewujudkan ekspansi bisnis di Malaysia. Hingga saat ini, Bank telah memiliki 249 kantor layanan termasuk 1 (satu) kantor cabang di Malaysia. Operasional Bank juga didukung oleh jaringan layanan yang luas berupa 619 unit ATM Muamalat, 120.000 jaringan ATM Bersama dan ATM Prima, 55 unit Mobil Kas Keliling serta jaringan ATM di Malaysia melalui Malaysia Electronic Payment (MEPS).

BMI melakukan rebranding pada logo Bank untuk semakin meningkatkan awareness terhadap image sebagai Bank Syariah Islami, Modern dan Profesional. Bank pun terus

merealisasikan berbagai pencapaian serta prestasi yang diakui, baik secara nasional maupun internasional. Kini, dalam memberikan layanan terbaiknya, BMI beroperasi bersama beberapa entitas anaknya yaitu Al-Ijarah Indonesia Finance (ALIF) yang memberikan layanan pembiayaan syariah, DPLK Muamalat yang memberikan layanan dana pensiun melalui Dana Pensiun Lembaga Keuangan, dan Baitulmaal Muamalat yang memberikan layanan untuk menyalurkan dana Zakat, Infak dan Sedekah (ZIS).

BMI tidak pernah berhenti untuk berkembang dan terus bermetamorfosa untuk menjadi entitas yang semakin baik dan meraih pertumbuhan jangka panjang. Dengan strategi bisnis yang terarah, Bank Muamalat Indonesia akan terus melaju mewujudkan visi menjadi “The Best Islamic Bank and Top 10 Bank in Indonesia with Strong Regional Presence”.

4.1.2. Visi dan Misi PT Bank Muamalat

Visi

“Menjadi bank syariah terbaik dan termasuk dalam 10 besar bank di Indonesia dengan eksistensi yang diakui di tingkat regional”

Misi

Membangun lembaga keuangan syariah yang unggul dan berkesinambungan dengan penekanan pada semangat kewirausahaan berdasarkan prinsip kehati-hatian, keunggulan sumber daya manusia yang islami dan professional serta orientasi investasi yang inovatif, untuk memaksimalkan nilai kepada seluruh pemangku kepentingan.

4.1.3. Produk dan Layanan Bank Muamalat

1. Tabungan

- a. Tabungan iB Hijrah Haji
- b. Tabungan iB Hijrah

- c. Tabungan iB Hijrah Valas
 - d. Tabunganku
 - e. Tabungan iB Hijrah Rencana
 - f. Tabungan iB Hijrah Prima
 - g. Tabungan iB SimPel
2. Muamalat Prioritas
- a. Layanan Personal dan Kenyamanan Akses
 - b. Layanan Istimewa dan Kenyamanan Transaksi
 - c. Program Loyalti dan Apresiasi
 - d. Layanan Dengan Cakupan Regional
3. Giro
- a. Giro iB Hijrah Ultima
 - b. Giro iB Hijrah Attijary
 - c. Rekening Khusus Giro DHE & SDA
4. Deposito
- a. Deposito iB Hijrah
5. Kartu Shar-E Debit
- a. Kartu Shar-E Debit Reguler GPN
 - b. Kartu Shar-E Debit Classic
 - c. Kartu Shar-E Debit 1HRAM
 - d. Kartu Shar-E Debit Prioritas
6. Pembiayaan
- a. KPR iB Muamalat

- b. Pembiayaan iB Muamalat Pensiun
- c. Pembiayaan iB Muamalat Multiguna

4.2. Deskripsi Responden

Karakteristik responden yang diamati dalam penelitian ini meliputi jenis kelamin, usia dan penghasilan. Deskripsi responden tersebut disajikan sebagai berikut:

a. Jenis Kelamin

Tabel 4.1

Jenis Kelamin responden

Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase
Pria	34	34,3%
Wanita	65	65,7%
Total	99	100%

Berdasarkan tabel 4.1 diatas dapat diketahui bahwa jenis kelamin untuk wanita mendominasi yaitu sebanyak 65 responden (65,7%), dibandingkan dengan jumlah responden pria yang hanya berjumlah 34 (34,3%) responden dari total 99 responden.

b. Usia

Tabel 4.2

Usia Responden

Usia	Jumlah	Presentase
<20 Tahun	3	3%
20-30 Tahun	40	40,4%
31-40 Tahun	38	38,4%

41-50 Tahun	15	15,2%
>50 Tahun	3	3%
Total	99	100

Berdasarkan tabel 4.2 diatas dapat diketahui bahwa usia 20-30 tahun mendominasi yaitu sebanyak 40 responden (40,4%), dibandingkan dengan jumlah usia 31-40 tahun yang berjumlah 38 responden (38,4%), dan jumlah usia 41-50 tahun yang berjumlah 15 responden (15,2%), dan jumlah usia <20 tahun yang berjumlah 3 responden (3%), dan jumlah usia >50 tahun yang berjumlah 3 responden (3%).

c. Pekerjaan

Tabel 4.3

Pekerjaan Responden

Pekerjaan	Jumlah	Presentase
Pelajar/Mahasiswa	7	7,1%
Dosen/Guru	4	3,9%
PNS	7	7,1%
Pegawai Swasta	45	45,5%
Wiraswasta	18	18,2%
Lainnya	18	18,2%
Total	99	

Dari tabel 4.3 diatas dapat diketahui bahwa pekerja pegawai swasta mendominasi yaitu sebanyak 45 responden (45,5%), dibandingkan dengan jumlah pekerja wiraswasta 18 responden (18,2%), dan jumlah pekerja lainnya juga 18 responden (18,2%), sedangkan pelajar/mahasiswa

7 responden (7,1%), dan pekererja PNS juga memiliki 7 responden (7,1%), dan dosen atau guru 4 responden.

d. Pendapatan

Tabel 4.4
Pendapatan Responden

Pendapatan	Jumlah	Presentase
<Rp 500.000	3	3%
Rp 500.000 - Rp 1.000.000	6	6,1%
Rp 1.500.000 - 3.000.000	17	17,2%
Rp 3.000.000 – 5.000.000	29	29,3%
>Rp 5.000.000	44	44,4%
Total	99	100

Berdasarkan tabel 4.4 diatas dapat diketahui bahwa responden pendapatan lebih dari 5 juta sebanyak 44 responden (44,4%), responden dengan pendapatan antara 3 sampai 5 juta sebanyak 29 responden (29,3%), responden dengan pendapatan antara 1,5 sampai 3 juta sebanyak 17 responden (17,2%), responden dengan pendapatan antara 500 ribu sampai 1 juta sebanyak 6 responden (6,1%), dan responden dengan pendapatan kurang dari 500 ribu sebanyak 3 responden (3%).

4.3. Deskripsi Variabel Penelitian

Terdapat dua variabel X dan variabel Y dalam variabel penelitian ini masing-masing variabel tersebut kualitas layanan, keamanan sebagai variabel independen (X), dan kepuasan nasabah sebagai variabel dependen (Y).

Menurut Noor (2017) untuk mengetahui hasil penelitian responden terhadap masing-masing pertanyaan pada setiap variabel, maka jawaban kuesioner akan di deskripsikan setelah itu akan ditentukan nilai rata-rata dari setiap pernyataan variabel X1,X2 dan Y. Kemudian setiap rata-rata skor tersebut diberi penilaian dengan skala liker. Adapun ketentuan opsi jawaban kuesioner sebagai berikut :

1. Nilai (1) : Sangat Tidak Setuju
2. Nilai (2) : Tidak Setuju
3. Nilai (3) : Cukup Setuju
4. Nilai (4) : Setuju
5. Nilai (5) : Sangat Setuju

4.4. Analisis Data Deskripsi

Analisis hasil deskriptif digunakan sebagai peringkasan data untuk mengetahui jawaban dari responden terhadap masing-masing pernyataan yang berbeda dalam instrumen penelitian. Adapun tanggapan responden masing-masing variabel adalah sebagai berikut :

4.4.1. Deskripsi Variabel Kualitas Layanan (X1)

Tabel 4.5

Tanggapan Responden Mengenai Kualitas Layanan

Tangible (Bukti Fisik)	SS		S		CS		TS		STS		JML (%)
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
Tampilan website Muamalat Mobile Banking di desain secara jelas dan mudah dimengerti oleh nasabah	69	69,7	22	22,3	4	4,0	0	0,0	4	4,0	100
Aplikasi mobile banking Muammalat tampilan yang modern	61	61,6	33	33,4	1	1,0	0	0,0	4	4,0	100
Aplikasi mobile banking Muammalat memiliki fitur yang lengkap	60	60,6	29	29,3	6	6,1	1	1,0	3	3,0	100

Sumber Data: Data primer diolah 2021

1. Pernyataan pertama menunjukkan 0,0% tidak setuju mengenai tampilan website di desain secara jelas dan mudah dimengerti oleh nasabah, 4,0%, responden cukup setuju tampilan website di desain secara jelas dan mudah dimengerti oleh nasabah, 4,0% responden sangat tidak setuju mengenai tampilan website di desain secara jelas dan mudah dimengerti oleh nasabah, 22,3% responden setuju mengenai tampilan website di desain secara jelas dan mudah dimengerti oleh nasabah, 69,7% responden sangat setuju tampilan website di desain secara jelas dan mudah dimengerti oleh nasabah.
2. Pernyataan kedua menunjukkan bahwa 0,0% responden tidak setuju mengenai aplikasi mobile banking tampilan yang modern, 1,0% responden cukup setuju mengenai aplikasi mobile banking tampilan yang modern, 4,0% responden sangat tidak setuju mengenai aplikasi mobile banking tampilan yang modern, 33,4% responden setuju mengenai aplikasi mobile banking tampilan yang modern, 61,6% responden sangat setuju mengenai aplikasi mobile banking tampilan yang modern.
3. Pernyataan ketiga menunjukkan bahwa 1,0% responden tidak setuju mengenai Aplikasi mobile banking memiliki fitur yang lengkap, 3,0% responden sangat tidak setuju mengenai aplikasi mobile banking memiliki fitur yang lengkap, 6,1% responden cukup setuju mengenai aplikasi mobile banking memiliki fitur yang lengkap, 29,3% responden setuju mengenai aplikasi mobile banking memiliki fitur yang lengkap, 60,6% responden sangat setuju mengenai aplikasi mobile banking memiliki fitur yang lengkap.

Tabel 4.6

Tanggapan Responden Mengenai Reability (Kehandalan)

Reability (Kehandalan)	SS		S		CS		TS		STS		JML (%)
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	

Mobile banking Muammat Memberikan kemudahan dalam melakukan transaksi	71	71,7	23	23,2	1	1,0	1	1,0	3	3,0	100
Penanganan administrasi mobile banking Muammat cab. Makassar dilakukan dengan baik	59	59,6	32	32,4	4	4,0	0	0,0	4	4,0	100
Aplikasi mobile banking Muammat cukup cepat Ketika di akses	64	64,6	27	27,4	4	4,0	0	0,0	4	4,0	100

Sumber Data: Data primer diolah 2021

1. Pernyataan pertama menunjukkan bahwa 1,0% responden cukup setuju mengenai mobile banking memberikan kemudahan dalam melakukan transaksi, 1,0% responden tidak setuju mengenai mobile banking memberikan kemudahan dalam melakukan transaksi, 3,0% responden sangat tidak setuju mengenai mobile banking memberikan kemudahan dalam melakukan transaksi, 23,2% responden setuju mengenai mobile banking memberikan kemudahan dalam melakukan transaksi, 71,7% responden sangat setuju mengenai mobile banking memberikan kemudahan dalam melakukan transaksi.
2. Pernyataan kedua menunjukkan bahwa 0,0% responden tidak setuju mengenai penanganan administrasi mobile banking dilakukan dengan baik, 4,0% responden cukup setuju mengenai penanganan administrasi mobile banking dilakukan dengan baik, 4,0% responden sangat tidak setuju mengenai penanganan administrasi mobile banking dilakukan dengan baik, 32,4% responden setuju mengenai penanganan administrasi mobile banking dilakukan dengan baik, 59,6% responden sangat setuju mengenai penanganan administrasi mobile banking dilakukan dengan baik.
3. Pernyataan ketiga menunjukkan bahwa 0,0% responden tidak setuju mengenai aplikasi mobile banking cukup cepat Ketika di akses, 4,0% responden cukup setuju mengenai aplikasi mobile banking cukup cepat Ketika di akses, 4,0% responden sangat tidak setuju mengenai aplikasi

mobile banking cukup cepat Ketika di akses, 27,4% responden setuju mengenai aplikasi mobile banking cukup cepat Ketika di akses, 64,6% responden sangat setuju mengenai aplikasi mobile banking cukup cepat Ketika di akses.

Tabel 4.7

Tanggapan Responden Mengenai Assurance (Jaminan)

Assurance (Jaminan)	SS		S		CS		TS		STS		JML (%)
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
Mobile Banking Muamalat dapat digunakan kapanpun dan dilengkapi dengan nomor kontak call centre yang bisa dihubungi	66	66,7	27	27,3	2	2,0	0	0,0	4	4,0	100
Penanganan keluhan Mobile Banking Muamalat dijelaskan dengan baik	63	63,6	27	27,3	5	5,1	1	1,0	3	3,0	100
Mobile Banking Muamalat mempunyai reputasi yang terjamin	61	61,6	31	31,4	3	3,0	0	0,0	4	4,0	100

Sumber Data: Data primer diolah 2021

1. Pernyataan pertama menunjukan bahwa 0,0% responden tidak setuju mengenai mobile banking dapat digunakan kapanpun dan dilengkapi dengan nomor kontak call centre yang bisa dihubungi, 2,0% responden cukup setuju mengenai mobile banking dapat digunakan kapanpun dan dilengkapi dengan nomor kontak call centre yang bisa dihubungi, 4,0% responden sangat tidak setuju mengenai mobile banking dapat digunakan kapanpun dan dilengkapi dengan nomor kontak call centre yang bisa dihubungi, 27,3% responden setuju mengenai mobile banking dapat digunakan kapanpun dan dilengkapi dengan nomor kontak call centre yang bisa dihubungi, 66,7% responden sangat setuju mengenai mobile banking dapat digunakan kapanpun dan dilengkapi dengan nomor kontak call centre yang bisa dihubungi.
2. Pernyataan kedua menunjukan bahwa 1,0% responden tidak setuju mengenai penanganan keluhan mobile banking dijelaskan dengan baik, 3,0% responden sangat tidak setuju mengenai

penanganan keluhan mobile banking dijelaskan dengan baik, 5,1% responden cukup setuju penanganan keluhan mobile banking dijelaskan dengan baik, 27,3% responden setuju mengenai penanganan keluhan mobile banking dijelaskan dengan baik, 63,6% responden sangat setuju mengenai penanganan keluhan mobile banking dijelaskan dengan baik.

3. Pernyataan ketiga menunjukkan bahwa 0,0% responden tidak setuju mengenai mobile banking muamalat mempunyai reputasi yang terjamin, 3,0% responden cukup setuju mobile banking muamalat mempunyai reputasi yang terjamin, 4,0% responden sangat tidak setuju mengenai mobile banking muamalat mempunyai reputasi yang terjamin, 31,4% responden setuju mengenai mobile banking muamalat mempunyai reputasi yang terjamin, 61,6% responden sangat setuju mobile banking muamalat mempunyai reputasi yang terjamin.

Tabel 4.8

Tanggapan Responden Mengenai Responsiveness (Daya Tanggap)

Responsiveness (Daya Tanggap)	SS		S		CS		TS		STS		JML (%)
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
Mobile Banking Muamalat memberikan notifikasi yang cepat serta membantu melakukan transaksi dengan cepat	63	63,6	29	29,4	2	2,0	1	1,0	4	4,0	100
Mobile Banking Muamalat Memberikan pelayanan server yang bagus	63	63,6	25	25,3	7	7,1	1	1,0	3	3,0	100
Mobile Banking Muamalat membantu transaksi dengan cepat	72	72,7	20	20,3	3	3,0	1	1,0	3	3,0	100

Sumber Data: Data primer diolah 2021

1. Pernyataan pertama menunjukkan bahwa 1,0% responden tidak setuju mengenai mobile banking muamalat memberikan pelayanan server yang bagus, 2,0% responden cukup setuju mengenai mobile banking muamalat memberikan pelayanan server yang bagus, 4,0% responden sangat tidak setuju mobile banking muamalat memberikan pelayanan server yang bagus, 29,4%

responden setuju mengenai mobile banking muamalat memberikan pelayanan server yang bagus, 63,6% responden sangat setuju mengenai mobile banking muamalat memberikan pelayanan server yang bagus.

2. Pernyataan kedua menunjukkan bahwa 1,0% responden tidak setuju mengenai mobile banking memberikan pelayanan server yang bagus, 3,0% responden sangat tidak setuju mengenai mobile banking memberikan pelayanan server yang bagus, 7,1% responden cukup setuju mengenai mobile banking memberikan pelayanan server yang bagus, 25,3% responden setuju mengenai mobile banking memberikan pelayanan server yang bagus, 63,6% responden sangat setuju mengenai mobile banking memberikan pelayanan server yang bagus.

3. Pernyataan ketiga menunjukkan bahwa 1,0% responden tidak setuju mengenai mobile banking membantu transaksi dengan cepat, 3,00% responden cukup setuju mengenai mobile banking membantu transaksi dengan cepat, 3,0% responden sangat tidak setuju mengenai mobile banking membantu transaksi dengan cepat, 20,3% responden setuju mengenai mobile banking membantu transaksi dengan cepat, 72,7% responden sangat setuju mengenai mobile banking membantu transaksi dengan cepat.

Tabel 4.9

Tanggapan Responden Mengenai Empathy

Empathy (Empati)	SS		S		CS		TS		STS		JML (%)
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
Mobile Banking Muamalat melayani transaksi dan adanya layanan contact center selama 24 jam	59	59,6	29	29,3	6	6,1	1	1,0	4	4,0	100
Mobile Banking Muamalat memberikan beragam transaksi	61	61,6	31	31,3	3	3,0	1	1,0	3	3,0	100
Mobile Banking Muamalat mengutamakan kepentingan Nasabah	67	67,7	25	25,4	3	3,0	1	1,0	3	3,0	100

Sumber Data: Data primer diolah 2021

1. Pernyataan pertama menunjukkan bahwa 1,0% responden tidak setuju mengenai mobile banking melayani transaksi dan adanya layanan contact center selama 24 jam, 4,0% responden sangat tidak setuju mengenai mobile banking melayani transaksi dan adanya layanan contact center selama 24 jam, 6,1% responden cukup setuju mengenai mobile banking melayani transaksi dan adanya layanan contact center selama 24 jam, 29,3% responden setuju mengenai mobile banking melayani transaksi dan adanya layanan contact center selama 24 jam, 59,6% responden sangat setuju mengenai mobile banking melayani transaksi dan adanya layanan contact center selama 24 jam.
2. Pernyataan kedua menunjukkan bahwa 1,0% responden tidak setuju mengenai mobile banking memberikan beragam transaksi, 3,0% responden cukup setuju mengenai mobile banking memberikan beragam transaksi, 3,0% responden sangat tidak setuju mengenai mobile banking memberikan beragam transaksi, 31,3% responden setuju mengenai mobile banking memberikan beragam transaksi, 61,6% responden sangat setuju mengenai mobile banking memberikan beragam transaksi. 1,0% responden tidak setuju mengenai
3. Pernyataan ketiga menunjukkan bahwa 1,0% responden tidak setuju mobile banking muamalat mengutamakan kepentingan nasabah, 3,0% responden cukup setuju mengenai mobile banking muamalat mengutamakan kepentingan nasabah, 3,0% responden sangat tidak setuju mengenai mobile banking muamalat mengutamakan kepentingan nasabah, 25,4% responden setuju mengenai mobile banking mengutamakan kepentingan Nasabah, 67,7% responden sangat setuju mengenai mobile banking mengutamakan kepentingan Nasabah.

4.4.2. Deskripsi Variabel Keamanan (X2)

Tabel 4.10

Tanggapan Responden Mengenai Keamanan

Jaminan Keamanan	SS		S		CS		TS		STS		JML (%)
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
Saya merasa Mobile Banking Muamalat menawarkan keamanan mobile banking online yang cukup baik	69	69,7	24	24,3	2	2,0	1	1,0	3	3,0	100
Saya merasa melakukan transaksi menggunakan Mobile Banking Muamalat aman	66	66,7	26	26,3	3	3,0	1	1,0	3	3,0	100
Saya merasa Mobile Banking Muamalat menawarkan keamanan online yang cukup baik	65	65,7	27	27,3	3	3,0	1	1,0	3	3,0	100

Sumber Data: Data primer diolah 2021

1. Pernyataan pertama menunjukkan bahwa 1,0% responden tidak setuju mengenai mobile banking muamalat menawarkan keamanan mobile banking online yang cukup baik, 2,0% responden cukup setuju mengenai mobile banking muamalat menawarkan keamanan mobile banking online yang cukup baik, 3,0% responden sangat tidak setuju mengenai mobile banking muamalat menawarkan keamanan mobile banking online yang cukup baik, 24,3% responden setuju mengenai mobile banking muamalat menawarkan keamanan mobile banking online yang cukup baik, 69,7% responden sangat setuju mengenai mobile banking muamalat menawarkan keamanan mobile banking online yang cukup baik.
2. Pernyataan kedua menunjukkan bahwa 1,0% responden tidak setuju mengenai melakukan transaksi menggunakan mobile banking aman, 3,0% responden cukup setuju mengenai melakukan transaksi menggunakan mobile banking aman, 3,0% responden sangat tidak setuju mengenai melakukan transaksi menggunakan mobile banking aman, 26,3% responden setuju

mengenai melakukan transaksi menggunakan mobile banking aman, 66,7% responden sangat setuju mengenai melakukan transaksi menggunakan mobile banking aman.

3. Pernyataan ketiga menunjukkan bahwa 1,0% responden tidak setuju mengenai mobile banking muamalat menawarkan keamanan online yang cukup baik, 3,0% responden cukup setuju mengenai mobile banking Muamalat menawarkan keamanan online yang cukup baik, 3,0% responden sangat tidak setuju mengenai mobile banking muamalat menawarkan keamanan online yang cukup baik, 27,3% responden setuju mengenai mobile banking muamalat menawarkan keamanan online yang cukup baik, 65,7% responden sangat setuju mengenai mobile banking muamalat menawarkan keamanan online yang cukup baik.

Tabel 4.11

Tanggapan Responden Mengenai Kerahasiaan Data

Kerahasiaan Data	SS		S		CS		TS		STS		JML (%)
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
Saya merasa Mobile Banking Muamalat dapat memberikan jaminan atas informasi data pribadi mobile banking yang saya berikan	61	61,6	32	32,4	2	2,0	1	1,0	3	3,0	100
Saya yakin Mobile Banking Muamalat dapat menjaga informasi pribadi saya	57	57,6	35	35,4	3	3,0	0	0,0	4	4,0	100
Saya merasa aman membagi informasi pribadi kepada Mobile Banking Muammalat	61	61,6	29	29,4	4	4,0	1	1,0	4	4,0	100

Sumber Data: Data primer diolah 2021

1. Pernyataan pertama menunjukkan bahwa 1,0% responden tidak setuju mengenai mobile banking muamalat dapat memberikan jaminan atas informasi data pribadi mobile banking yang saya berikan, 2,0% responden cukup setuju mengenai mobile banking muamalat dapat memberikan jaminan atas informasi data pribadi mobile banking yang saya berikan, 3,0% responden sangat

tidak setuju mengenai mobile banking muamalat dapat memberikan jaminan atas informasi data pribadi mobile banking yang saya berikan, 32,4% responden setuju mengenai mobile banking muamalat dapat memberikan jaminan atas informasi data pribadi mobile banking yang saya berikan, 61,6% responden sangat setuju mengenai mobile banking muamalat dapat memberikan jaminan atas informasi data pribadi mobile banking yang saya berikan.

2. Pernyataan kedua menunjukkan bahwa 0,0% responden tidak setuju mengenai mobile banking muamalat dapat menjaga informasi pribadi saya, 3,0% responden cukup setuju mengenai mobile banking Muamalat dapat menjaga informasi pribadi saya, 4,0% responden sangat tidak setuju mengenai mobile banking muamalat dapat menjaga informasi pribadi saya, 35,4% responden setuju mengenai mobile banking muamalat dapat menjaga informasi pribadi saya, 57,6% responden sangat setuju mengenai mobile banking muamalat dapat menjaga informasi pribadi saya.
3. Pernyataan ketiga menunjukkan bahwa 1,0% responden tidak setuju mengenai merasa aman membagi informasi pribadi kepada mobile banking muamalat, 4,0% responden cukup setuju mengenai merasa aman membagi informasi pribadi kepada mobile banking muamalat, 4,0% responden sangat tidak setuju mengenai merasa aman membagi informasi pribadi kepada mobile banking muamalat, 29,4% responden setuju mengenai merasa aman membagi informasi pribadi kepada mobile banking muamalat, 61,6% responden sangat setuju mengenai merasa aman membagi informasi pribadi kepada mobile banking muamalat.

4.4.3. Deskripsi Kepuasan Nasabah (Y)

Tabel 4.12

Tanggapan Responden Mengenai Kepuasan Nasabah

Kepuasan Nasabah	SS		S		CS		TS		STS		JML (%)
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	

Saya merasa puas dengan produk mobile banking pada Bank Muammalat Cab. Makassar	69	69,7	23	23,3	3	3,0	1	1,0	3	3,0	100
Pelayanan Mobile Banking Muammalat memberikan kemudahan dan kenyamanan dalam transaksi	65	65,7	27	27,3	3	3,0	0	0,0	4	4,0	100
Produk Mobile banking maupun Layanan yang diberikan oleh Bank Muammalat sesuai dengan Harapan yang saya inginkan	65	65,7	25	25,3	4	4,0	2	2,0	3	3,0	100

Sumber Data: Data primer diolah 2021

1. Pernyataan pertama menunjukkan bahwa 1,0% responden tidak setuju mengenai merasa puas dengan produk mobile banking pada bank muammalat, 3,0% responden cukup setuju mengenai merasa puas dengan produk mobile banking pada bank muammalat, 3,0% responden sangat tidak setuju mengenai merasa puas dengan produk mobile banking pada bank muammalat, 23,3% responden setuju mengenai merasa puas dengan produk mobile banking pada bank muammalat, 69,7% responden sangat setuju mengenai merasa puas dengan produk mobile banking pada bank muammalat.
2. Pernyataan kedua menunjukkan bahwa 0,0% responden tidak setuju mengenai pelayanan mobile banking memberikan kemudahan dan kenyamanan dalam transaksi, 3,0% responden cukup setuju mengenai pelayanan mobile banking memberikan kemudahan dan kenyamanan dalam transaksi, 4,0% responden sangat tidak setuju mengenai pelayanan mobile banking memberikan kemudahan dan kenyamanan dalam transaksi, 27,3% responden setuju mengenai pelayanan mobile banking memberikan kemudahan dan kenyamanan dalam transaksi, 65,7% responden sangat setuju mengenai pelayanan mobile banking memberikan kemudahan dan kenyamanan dalam transaksi.

3. Pernyataan ketiga menunjukkan bahwa 2,0% responden tidak setuju mengenai produk mobile banking maupun layanan yang diberikan oleh bank muamalat sesuai dengan harapan yang saya inginkan, 3,0% responden sangat tidak setuju mengenai produk mobile banking maupun layanan yang diberikan oleh bank muamalat sesuai dengan harapan yang saya inginkan, 4,0% responden cukup setuju mengenai produk mobile banking maupun layanan yang diberikan oleh bank muamalat sesuai dengan harapan yang saya inginkan, 25,3% responden setuju mengenai produk mobile banking maupun layanan yang diberikan oleh bank muamalat sesuai dengan harapan yang saya inginkan, 65,7% responden sangat setuju mengenai produk mobile banking maupun layanan yang diberikan oleh bank muamalat sesuai dengan harapan yang saya inginkan.

4.5. Hasil Penelitian

4.5.1. Uji Validitas

Dalam pengujian validitas variabel melakukan perhitungan dengan cara merata-ratakan semua skor dari total item pertanyaan. Dimana $r_{\text{tabel}} = 0.256$ ($r_{\text{tabel}} 1\%$, dengan $n = 99$). Jika $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ maka indikator dikatakan valid (Umar 2014:166). Hasil pengujian diperoleh sebagai berikut

Tabel 4.13

Uji Validitas

Variabel	Item Pertanyaan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
KUALITAS LAYANAN	ITEM 1	0,911	0,256	VALID
	ITEM 2	0,912	0,256	VALID
	ITEM 3	0,888	0,256	VALID
	ITEM 4	0,914	0,256	VALID
	ITEM 5	0,919	0,256	VALID

	ITEM 6	0,914	0,256	VALID
	ITEM 7	0,891	0,256	VALID
	ITEM 8	0,891	0,256	VALID
	ITEM 9	0,901	0,256	VALID
	ITEM 10	0,899	0,256	VALID
	ITEM 11	0,902	0,256	VALID
	ITEM 12	0,905	0,256	VALID
	ITEM 13	0,870	0,256	VALID
	ITEM 14	0,916	0,256	VALID
	ITEM 15	0,915	0,256	VALID
KEAMANAN	ITEM 1	0,930	0,256	VALID
	ITEM 2	0,905	0,256	VALID
	ITEM 3	0,916	0,256	VALID
	ITEM 4	0,932	0,256	VALID
	ITEM 5	0,923	0,256	VALID
	ITEM 6	0,844	0,256	VALID
KEPUASAN NASABAH	ITEM 1	0,930	0,256	VALID
	ITEM 2	0,905	0,256	VALID
	ITEM 3	0,942	0,256	VALID

Sumber Data: Data Primer 2021

Berdasarkan hasil uji validitas diatas dapat diketahui semua nilai r hitung lebih besar dari r tabel, yang artinya semua variabel tersebut dinyatakan valid dan bisa dijadikan sebagai alat pengumpul data dalam penelitian yang dilakukan.

4.5.2. Uji Realibilitas

keputusan realibilitas suatu variabel ditentukan dengan membandingkan nilai *cronchbach's alpha* dengan nilai 0.6. Apabila *cronchbach's alpha* > 0.6 maka variabel-variabel yang digunakan reliable atau konsisten, sebaliknya jika nilai *cronchbach's alpha* lebih kecil dari r tabel maka variabel-variabel yang digunakan dinyatakan tidak reliable atau tidak konsisten (Ghozali 2005:42). Berikut adalah hasil pengolahan data uji realibilitas dengan menggunakan SPSS 25.

Tabel 4.14

Uji Realibilitas

2. Variabel	Alpha	Keterangan
Kualitas Layanan	0,984	Reliabel
Keamanan	0,956	Reliabel
Kepuasan Nasabah	0,945	Reliabel

Sumber data: Data primer 2021

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa keseluruhan variabel lebih besar dari 0,6 sehingga dikatakan reliabel, artinya koesioner tersebut dapat digunakan lebih dari satu kali dan dapat diandalkan.

4.5.3. Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi berganda Analisis regresi pada dasarnya adalah studi mengenai ketergantungan variabel dependen (terikat) dengan satu atau lebih variabel independen (variabel penjelas atau bebas), dengan tujuan untuk mengestimasi rata-rata populasi atau nilai rata-rata variabel dependen berdasarkan nilai variabel independen yang diketahui. Hasil analisis regresi adalah berupa koefisien untuk masing-masing variabel independen. Analisis regresi berganda dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel independen (kualitas layanan dan keamanan) terhadap variabel dependen (kepuasan nasabah).

Hasil analisis regresi adalah berupa koefisien untuk masing-masing variabel independent. Koefisien ini diperoleh dengan cara memprediksi nilai variabel dependent dengan suatu persamaan.

Tabel 4.15

Uji Analisis Linear Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-.481	.483		-.995	.322		
	Kualitas Layanan (X1)	.174	.013	.824	13.117	.000	.231	4.324
	Keamanan (X2)	.085	.037	.146	2.328	.022	.231	4.324

a. Dependent Variable: Sikap Konsumen (Y)

Berdasarkan hasil perhitungan tabel diatas dapat diketahui model persamaan regresi diperoleh sebagai berikut:

$$Y = -0,481 + 0,174X1 + 0,085X2 + e$$

Dari persamaan tersebut dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta sebesar -0,481 menunjukkan bahwa bila variabel independennya nol maka kepuasan nasabah yang dihasilkan sebesar -0,481.
2. Nilai koefisien regresi untuk variabel Kualitas Layanan (X1) yaitu 0,174 Hal ini berarti bahwa Kualitas Layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah
3. Nilai koefisien regresi untuk variabel Keamanan (X2) yaitu sebesar 0,085 hal ini berarti Keamanan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah

4. Hasil analisis dapat diketahui bahwa variabel bebas atau independent yang paling berpengaruh adalah Kualitas Layanan dengan nilai koefisien sebesar 0,174 sedangkan variabel yang berpengaruh paling rendah yaitu Keamanan dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,085. Dari persamaan tersebut dapat terlihat bahwa semua variabel bebas berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah

4.5.4. Uji Parsial (Uji T)

Uji t dikenal sebagai uji parsial, yaitu untuk menguji bagai mana pengaruh masing-masing variabel bebasnya secara sendiri-sendiri terhadap variabel terikatnya. Uji ini dapat dilakukan dengan membandingkan t hitung dengan t tabel atau dengan melihat kolom signifikansi pada masing-masing t hitung.

Dasar pengambilan keputusan untuk uji T adalah sebagai berikut :

1. Jika nilai sig < 0,05, atau t hitung > t tabel maka terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y
2. Jika nilai sig > 0,05, atau t hitung < t tabel maka tidak terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y.

Adaun hasil pengujian parsial dengan menggunakan spss 25 sebagai berikut :

Tabel 4.16

Uji Parsial (Uji T)

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
Model		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-,481	,483		-,995	,322
	Kualitas Layanan (X1)	,174	,013	,824	13,117	,000

Keamanan (X2)	,085	,037	-,146	2,328	,022
---------------	------	------	-------	-------	------

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah (Y)

$$t \text{ tabel} = t (\alpha/2 ; n-k-1) = t (0,1 ; 96) = 1.66088$$

Keterangan :

α = tingkat kepercayaan (0,1)

n= jumlah sampel

k = jumlah variabel independent

Berdasarkan tabel diatas, Hasil uji t variabel kualitas layanan dan keamanan tidak signifikan. Hal tersebut didasarkan pada nilai signifikansi Kualitas Layanan (X1) nilai T hitung 13,117 > T Tabel 1.66088, selain itu variable Keamanan (X2) Nilai T hitung 2,328 > T Tabel 1.66088. Maka demikian dapat disimpulkan bahwa variable Kualitas Layanan (X1) berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah (Y) daan variable Keamanan (X2) Tidak berpengaruh terhadap variable Kepuasan Nasabah (Y).

4.5.5. Uji Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini, hipotesis yang di gunakan adalah sebagai berikut :

Tabel 4.17

Uji Simultan (Uji F)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	577,256	2	288,628	499,511	,000 ^b
	Residual	55,471	96	,578		
	Total	632,727	98			

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah (Y)

b. Predictors: (Constant), Keamanan (X2), Kualitas Layanan (X1)

$$F \text{ tabel} = F (k ; n-k) = F (2 ; 97) = 4.83$$

Keterangan :

k = jumlah variabel independent

n = jumlah sampel

Berdasarkan output di atas di ketahui nilai signifikan untuk pengaruh Kualitas Layanan (X1) dan Keamanan (X2) secara simultan terhadap Sikap Konsumen (Y) adalah sebesar $0.000 < 0.05$ dan nilai F hitung sebesar $499,511 > F \text{ tabel } 4,83$ sehingga dapat di simpulkan bahwa secara Bersama-sama variabel Kualitas Layanan (X1) dan Keamanan (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah Bank Muamalat Cab Makassar.

4.5.6. Uji Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Berikut tabel di bawah ini :

Tabel 4.18

Uji Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,955 ^a	,912	,911	,76015

a. Predictors: (Constant), Kualitas Layanan (X2), Keamanan (X1)

Berdasarkan tabel diatas, maka diketahui bahwa koefisien Kualitas Layanan (X1) dan Keamanan (X2) terhadap Kepuasan Nasabah Bank Muamalat sebesar 0,912. Hal ini menunjukkan bahwa koefisien determinasi derajat pengaruh variabel-variabel independen dengan variabel dependen adalah sebesar 91,2%. Dengan kata lain, hal ini berarti besarnya

sumbangan variabel independen (kualitas layanan dan keamanan) terhadap variabel dependen adalah sebesar 91,2%, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain sebesar 8,8%.

4.6. Pembahasan

Penelitian ini membahas tentang Kualitas Layanan (X1), Keamanan (X2), Kepuasan Nasabah (Y) dalam hal ini pada Bank Muamalat Cab. Makassar. Berdasarkan hasil analisis diatas maka yang dapat disimpulkan dalam penelitian ini adalah :

1. Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Muamalat

Hasil analisis untuk variabel Kualitas Layanan menunjukkan bahwa nilai koefisien Kualitas Layanan bertanda positif yaitu sebesar 0.174, t hitung sebesar 13,117 yang nilainya diatas t tabel sebesar 1.66088 dan nilai sig sebesar 0.000 lebih kecil dari 5% atau 0.05, dengan demikian terdapat pengaruh variabel Kualitas Layanan (X1) terhadap variabel Kepuasan Nasabah (Y).

Menurut Rianto, Kualitas Layanan (Servis quality) adalah perbandingan layanan dan kenyamanan dan harapan nasabah, jika kenyataan yang diterima lebih dari yang di harapkan maka layanan dapat dikatakan bermutu dan nasabah akan puas, sebaliknya jika kenyataan kurang dari yang di harapkan maka layanan dikatakan tidak bermutu dan nasabah akan kecewa atau tdk puas.

Dalam penelitian terdahulu Thomas, dkk meneliti kesenjangan kualitas layanan dan kepuasan pelanggan. Dalam penelitian tersebut Thomas, dkk membuktikan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Semakin tinggi pula kepuasan pelanggan, kualitas layanan berpengaruh terhadap terhadap kepuasan pelanggann karena memberika

suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjadi ikatan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang ikatan ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan dan kebutuhan mereka.

2. Pengaruh Keamanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Muamalat

Hasil analisis untuk variabel Keamanan menunjukkan bahwa nilai koefisien Keamanan bertanda positif yaitu sebesar 0.085, t hitung sebesar 2,328 yang nilainya diatas t tabel sebesar 1.66088 dan nilai sig sebesar 0.022 lebih kecil dari 5% atau 0.05, dengan demikian terdapat pengaruh Keamanan (X2) terhadap variabel Kepuasan Nasabah (Y).

Keamanan dalam sistem transaksi keuangan melalui sistem online merupakan faktor utama yang menjadi prioritas bagi nasabah untuk menggunakan jasa layanan mobile banking. Nasabah menuntut pada pihak penyedia jasa layanan mobile banking untuk dapat memberikan atau menjamin keamanan transaksi keuangan melalui media mobile banking.

3. Pengaruh Kualitas Layanan dan Keamanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Muamalat

Adapun hasil penelitian yang di dapatkan berdasarkan uji F yaitu sebesar 499,511 dengan tingkat probabilitas $0.000 < 0.005$ sehingga variabel Kualitas Layanan (X1) dan Keamanan (X2) berpengaruh secara simultan terhadap Kepuasan Nasabah (Y).

Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller yang dikutip dari buku Manajemen pemasaran mengatakan bahwa kepuasan nasabah adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan.

Menurut Tjiptono, bahwa kepuasan nasabah adalah responden efektif terhadap terhadap pengalaman melakukan konsumsi yang spesifik atau efaluasi kesesuaian atau ketidaksesuaian

yang dirasakan antara antara harapan belumnya dan kinerja aktual produk setelah pemakaian kepuasan nasabah dapat menjadi dasar menuju terwujudnya pelanggan yang loyal atau setia.

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dalam penelitian ini, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Kualitas Layanan dan Keamanan Mobile Banking secara Parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah pada PT Bank Muamalat Cab. Makassar
2. Kedua variabel berpengaruh secara simultan yang artinya variabel Kualitas Layanan dan Keamanan sama-sama saling berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah pada PT Bank Muamalat Cab.Makassar.
3. Variabel yang paling berpengaruh dominan terhadap Kepuasan Nasabah Mobile Banking Bank Muamalat adalah Kualitas layanan.

a. Saran

Adapun saran-saran yang dapat diberikan oleh peneliti melalui penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk kedepannya perkembangan mobile banking Bank Muamalat diharapkan mampu memberikan kualitas layanan dan keamanan lebih baik lagi dengan menambahkan sistem perlindungan atau garansi atas semua transaksi nasabah, karena mayoritas masyarakat masih meragukan keamanan dari sistem transaksi online
2. Untuk peneliti selanjutnya dapat menambahkan variabel lain yang dapat mempengaruhi kepuasan nasabah untuk mengembangkan penelitian ini dan menghasilkan hal baru dan lebihh menyempurnakannya lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- Febrianta, Andika dan Indrawati. 2016. Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BCA di Kota Bandung. e-Proceeding of Management. Vol.3, No.3. Hal. 2879-2885.
- Widiyanto, Joko. 2010. *SPSS for Windows* Untuk Analisis Data Statistik dan Penelitian. Surakarta: BP-FKIP UMS.
- Sugiyono. 2012. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta
- Juliansyah. 2011. Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi dan Karya Ilmiah. Jakarta: Kencana
- Ghozali, Imam. 2012. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS. Yogyakarta: Universitas Diponegoro
- Budi Agus Riswandi, Aspek Hukum Internet Banking, Jakarta : Raja Grafindo Persada, 2005.
- Tjiptono. 2011. Manajemen Pemasaran dan Analisa Perilaku Konsumen, Yogyakarta: BPF E.
- William B Martin. 2015. Quality Pelanggan Service. Victory Jaya Abadi
- Supriyono, R.A. 2010. Akuntansi Biaya : Perencanaan dan Pengendalian Biaya serta Pembuatan Keputusan. Edisi Kedua. Buku Kedua. BPF E: Yogyakarta.
- Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran: Analisis Perencanaan, Implementasi dan Kontrol*. Jakarta: PT. Prenhalindo, 2012.
- M Amelda, 2020. Perbankan Syariah :Pengaruh Layanan *m-banking* Terhadap Kepuasan Nasabah.
- Yeni Anda 2019 Pengaruh Kualitas Layanan dan Produk Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah pada BRI syariah KCP Ponorogo.

LAMPIRAN

Kuesioner Penelitian

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KEAMANAN
MOBILE BANKING TERHADAP KEPUASAN
NASABAH PADA PT BANK MUAMALAT
CAB. MAKASSAR**

Dengan hormat, Kuisisioner ini ditujukan untuk membantu pengumpulan data penelitian guna penyusunan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Layanan Dan Keamanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT Bank Muamalat Cab. Makassar”. Yang merupakan salah satu syarat bagi peneliti untuk dapat menyelesaikan studi program S1 Jurusan Manajemen, STIE Nobel Indonesia Makassar.

Untuk itu peneliti memohon bantuan kepada Bapak/Ibu untuk bersedia meluangkan waktunya untuk mengisi kuisisioner ini dengan sebenar benarnya. Atas ketersediaanya, peneliti mengucapkan terima kasih.

Hormat Saya

Hasmah

A. Data Responden

Jenis Kelamin :

- a. Laki-Laki
- b. Perempuan

Usia :

- a. < 20 tahun
- b. 20 Tahun – 30 Tahun
- c. 31 Tahun – 40 Tahun
- d. 41 Tahun – 50 Tahun
- e. > 50 Tahun

Pekerjaan :

- a. Pelajar/Mahasiswa
- b. Guru/Dosen
- c. PNS
- d. Pegawai Swasta
- e. Wiraswasta
- f. Lain-Lain

Pendapatan Rata-Rata tiap Bulan :

- a. < Rp. 500.000
- b. Rp. 500.000 – Rp. 1.000.000
- c. Rp. 1.500.000 – Rp. 3.000.000
- d. Rp. 3.000.001 – Rp. 5.000.000
- e. > Rp. 5.000.001

Pertama kali mengenal Bank Muammalat Cab. Makassar dari :

*jawaban boleh lebih dari satu

- a. Televisi / Radio
- b. Sosial Media
- c. Brosur
- d. Koran
- e. Teman/Saudara/ Relasi

Sudah berapa lama menjadi nasabah Bank Muammalat Cab. Makassar :

- a. < 1 Tahun
- b. 1 Tahun – 3 Tahun
- c. > 3 Tahun

B. Pernyataan yang berkaitan dengan variable penelitian

Kriteria penilaian :

- 1. Nilai (1) : Sangat Tidak Setuju
- 2. Nilai (2) : Tidak Setuju
- 3. Nilai (3) : Cukup Setuju
- 4. Nilai (4) : Setuju
- 5. Nilai (5) : Sangat Setuju

Variabel Kualitas Layanan (X1)						
No	Pernyataan	5	4	3	2	1
Tangible (Bukti Fisik)						
1	Tampilan website Muamalat Mobile Banking di desain secara jelas dan mudah dimengerti oleh nasabah.					
2	Aplikasi mobile banking Muamalat tampilan yang modern					
3	Aplikasi mobile banking Muamalat memiliki fitur yang lengkap					
Reability (Kehandalan)						
1	Mobile banking Muamalat Memberikan kemudahan dalam melakukan transaksi.					
2	Penanganan administrasi mobile banking Muamalat cab. Makassar dilakukan dengan baik.					
3	Aplikasi mobile banking Muamalat cukup cepat Ketika di akses					
Assurance (Jaminan)						
1	Mobile Banking Muamalat dapat digunakan kapanpun dan dilengkapi dengan nomor kontak call centre yang					

	bisa dihubungi.					
2	Penanganan keluhan Mobile Banking Muamalat dijelaskan dengan baik.					
3	Mobile Banking Muamalat mempunyai reputasi yang terjamin					
Responsiveness (Daya Tanggap)						
1	Mobile Banking Muamalat memberikan notifikasi yang cepat serta membantu melakukan transaksi dengan cepat.					
2	Mobile Banking Muamalat Memberikan pelayanan server yang bagus					
3	Mobile Banking Muamalat membantu transaksi dengan cepat					
Empathy (Empati)						
1	Mobile Banking Muamalat melayani transaksi dan adanya layanan contact center selama 24 jam.					
2	Mobile Banking Muamalat memberikan beragam transaksi					
3	Mobile Banking Muamalat mengutamakan kepentingan Nasabah					

Variabel Keamanan (X2)						
No	Pernyataan	5	4	3	2	1

Jaminan Keamanan					
1	Saya merasa Mobile Banking Muamalat menawarkan keamanan mobile banking online yang cukup baik.				
2	Saya merasa melakukan transaksi menggunakan Mobile Banking Muamalat aman.				
3	Saya merasa Mobile Banking Muamalat menawarkan keamanan online yang cukup				
Kerahasiaan Data					
1	Saya merasa Mobile Banking Muamalat dapat memberikan jaminan atas informasi data pribadi mobile banking yang saya berikan.				
2	Saya yakin Mobile Banking Muamalat dapat menjaga informasi pribadi saya.				
3	Saya merasa aman membagi informasi pribadi kepada Mobile Banking Muamalat.				

Kepuasan Nasabah (Y)						
No	Pernyataan	5	4	3	2	1
1	Saya merasa puas dengan produk mobile banking pada Bank Muamalat Cab. Makassar					
2	Pelayanan Mobile Banking Muamalat memberikan kemudahan dan kenyamanan dalam transaksi.					
3	Produk Mobile banking maupun Layanan yang diberikan oleh Bank Muamalat sesuai dengan Harapan yang saya inginkan					

KUALITAS LAYANAN (X1)															
X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	X1.11	X1.12	X1.13	X1.14	X1.15	JUMLAH
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	74
3	5	3	5	3	5	5	3	3	2	3	5	5	3	4	57
5	5	5	4	4	5	5	4	5	4	4	4	5	5	5	69
5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	65
5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	74
4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	62
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	15
5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	4	4	71
5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	4	5	71
4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	3	5	5	67
5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	3	5	4	67
4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	71
4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	4	5	3	4	3	59
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	73
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	15
5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	74
4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	70
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	73
3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	48
5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	72
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
3	4	5	5	3	5	4	3	4	5	3	4	4	5	3	60
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	72
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	72
5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	4	5	70
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	15
4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	68
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	5	4	4	66

4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	61
4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	61
5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	72
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	74
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	74
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
1	1	2	2	1	1	1	2	1	1	2	2	1	2	2	22
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	74
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	58
5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	72
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
4	5	5	5	4	4	5	3	4	4	3	5	3	4	5	63
5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	74
4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	56
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	3	4	2	4	4	53
4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	72
5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	72
5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	74
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	64
5	4	3	4	4	3	5	4	5	3	3	3	4	4	4	58
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	71
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	70
4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	60
4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	64
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	74
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75

5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
4	4	3	5	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	64
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	3	3	3	4	5	61
5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	71
5	4	4	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	5	5	69
4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	71
5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	5	4	4	4	5	67
5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	69
5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	73
5	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	65
5	4	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	4	5	69
5	5	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	4	69
5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	72
5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	70
5	4	4	5	5	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	67
5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	70
5	4	5	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	68
5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5	4	69
5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	4	69
5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	73

KEAMANAN (X2)						
X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	JUMLAH
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
5	5	4	5	5	5	29
5	4	4	4	4	4	25
5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	4	4	4	24
1	1	1	1	1	1	6
5	5	5	5	5	5	30
5	4	5	5	5	5	29
5	5	5	4	4	4	27
5	5	5	4	4	3	26
5	4	5	5	4	5	28
3	4	4	4	4	3	22
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
5	5	4	5	4	5	28
1	1	1	1	1	1	6
5	5	5	5	5	4	29
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
3	3	3	3	3	3	18
5	5	4	4	4	4	26
4	4	4	4	4	4	24
4	5	3	4	3	4	23
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	4	4	4	24
5	5	5	5	5	5	30
5	5	4	4	5	4	27
1	1	1	1	1	1	6
5	5	5	4	4	4	27
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	4	4	4	24

KEPUASAN NASABAH (Y)			
Y1	Y2	Y3	JUMLAH
5	5	5	15
5	5	5	15
5	5	2	12
5	5	5	15
4	4	4	12
5	5	5	15
4	4	4	12
2	1	1	4
5	5	5	15
5	4	5	14
5	4	4	13
5	5	5	15
5	5	5	15
4	4	4	12
5	5	5	15
5	5	5	15
5	5	5	15
1	1	1	3
5	5	5	15
5	5	4	14
5	5	5	15
5	5	5	15
3	3	3	9
5	5	5	15
4	4	4	12
5	4	4	13
5	5	5	15
5	5	5	15
5	5	5	15
5	5	5	15
4	4	4	12
5	5	5	15
5	5	5	15
1	1	1	3
5	5	5	15
5	5	5	15
5	5	5	15
4	4	4	12

4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
5	5	5	5	5	4	29
5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	4	4	4	24
5	5	4	5	5	5	29
5	5	5	5	5	5	30
2	2	2	2	1	2	11
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	4	29
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	4	4	4	24
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	4	4	4	27
5	5	5	5	5	5	30
4	3	3	3	3	3	19
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	4	5	4	25
4	4	5	5	5	1	24
4	5	4	4	4	5	26
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	4	4	4	27
4	4	4	4	4	5	25
5	5	5	5	5	4	29
4	4	4	4	4	4	24
5	5	5	4	5	5	29
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	5	4	4	25
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30

4	4	3	11
4	4	3	11
5	5	5	15
5	5	5	15
4	4	4	12
5	5	5	15
5	5	5	15
1	1	2	4
5	5	5	15
5	5	5	15
5	5	5	15
5	5	5	15
5	5	5	15
5	5	5	15
4	4	4	12
4	4	4	12
5	5	5	15
4	4	5	13
5	5	5	15
3	3	3	9
5	5	5	15
5	5	5	15
3	3	3	9
5	5	5	15
5	5	4	14
5	5	5	15
5	5	5	15
4	5	5	14
5	5	5	15
5	5	5	15
4	4	4	12
4	5	5	14
4	4	4	12
4	4	4	12
5	5	5	15
5	5	5	15
5	5	5	15
5	5	5	15
5	5	5	15

5	5	5	5	5	5	30
5	5	4	5	4	4	27
5	5	5	5	5	5	30
5	3	4	4	4	5	25
4	4	4	4	4	4	24
4	4	5	4	5	5	27
5	5	5	5	4	5	29
5	4	5	4	4	5	27
4	5	5	4	5	4	27
4	5	5	4	4	5	63
5	4	5	5	5	4	28
5	4	4	5	4	5	27
4	5	5	4	4	5	27
4	5	4	5	4	5	27
5	4	4	4	5	5	27
4	5	5	5	4	4	27
4	4	5	4	4	5	26
5	4	5	5	4	5	28
5	4	5	5	4	5	28
5	5	4	5	5	4	28
5	5	5	5	5	5	30

5	5	5	15
5	5	4	14
5	5	5	15
4	4	4	12
5	5	4	14
5	4	4	13
4	5	4	13
5	4	5	14
5	4	5	14
5	4	5	14
4	4	4	12
4	5	4	13
4	5	4	13
4	5	5	14
4	5	5	14
5	5	5	15
5	4	5	14
5	4	5	14
5	5	5	15
5	4	4	13
5	5	5	15

- UJI VALIDITAS ITEM ($r > 0.1975$)
1. Validitas Kualitas layanan (X1)

Corrrelations

		VAR00001	VAR00002	VAR00003	VAR00004	VAR00005	VAR00006	VAR00007	VAR00008	VAR00009	VAR00010	VAR00011	VAR00012	VAR00013	VAR00014	VAR00015	KUALITAS PELAYANAN
VAR00001	Pearson Correlation	1	.915	.773	.817	.894	.815	.816	.732	.839	.805	.805	.774	.747	.802	.845	.811
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
VAR00002	Pearson Correlation	.915	1	.734	.802	.791	.853	.843	.749	.812	.779	.764	.841	.833	.825	.834	.812
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
VAR00003	Pearson Correlation	.773	.734	1	.765	.817	.832	.759	.756	.778	.821	.780	.775	.753	.829	.881	.888
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
VAR00004	Pearson Correlation	.817	.802	.765	1	.791	.848	.846	.742	.821	.789	.780	.865	.888	.835	.818	.814
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
VAR00005	Pearson Correlation	.894	.791	.817	.791	1	.816	.808	.817	.800	.841	.863	.798	.784	.786	.851	.810
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
VAR00006	Pearson Correlation	.815	.853	.832	.849	.816	1	.791	.785	.800	.817	.780	.843	.788	.826	.821	.814
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
VAR00007	Pearson Correlation	.816	.842	.758	.846	.808	.791	1	.748	.828	.733	.781	.774	.785	.775	.888	.891
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
VAR00008	Pearson Correlation	.782	.749	.758	.740	.817	.785	.780	1	.788	.899	.854	.806	.754	.863	.848	.891
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
VAR00009	Pearson Correlation	.839	.812	.778	.821	.899	.888	.828	.788	1	.814	.774	.790	.737	.835	.792	.801
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
VAR00010	Pearson Correlation	.888	.779	.821	.788	.841	.817	.720	.888	.814	1	.818	.822	.718	.808	.798	.888
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
VAR00011	Pearson Correlation	.885	.764	.789	.780	.863	.785	.781	.854	.774	.818	1	.796	.787	.825	.838	.802
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
VAR00012	Pearson Correlation	.774	.841	.775	.865	.788	.843	.774	.888	.790	.822	.786	1	.785	.830	.802	.805
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
VAR00013	Pearson Correlation	.747	.809	.753	.809	.784	.788	.795	.754	.737	.719	.787	.765	1	.760	.782	.870
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
VAR00014	Pearson Correlation	.882	.826	.828	.836	.788	.826	.775	.853	.836	.828	.825	.830	.788	1	.817	.816
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
VAR00015	Pearson Correlation	.845	.804	.801	.818	.851	.820	.806	.848	.792	.788	.836	.802	.782	.817	1	.815
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
KUALITAS PELAYANAN	Pearson Correlation	.811	.812	.888	.814	.819	.814	.891	.891	.801	.899	.802	.805	.878	.810	.813	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99

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

2. Validitas Keamanan (X2)
OUTPUT PENELITIAN

Keamanan

		1	2	3	4	5	6	7	8
1	Keamanan - Keamanan Dik. 100 ke 1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000
2	Keamanan - Keamanan Dik. 100 ke 1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000
3	Keamanan - Keamanan Dik. 100 ke 1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000
4	Keamanan - Keamanan Dik. 100 ke 1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000
5	Keamanan - Keamanan Dik. 100 ke 1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000
6	Keamanan - Keamanan Dik. 100 ke 1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000
7	Keamanan - Keamanan Dik. 100 ke 1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000
8	Keamanan - Keamanan Dik. 100 ke 1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000

1. Keamanan adalah kemampuan sistem untuk melindungi informasi dari ancaman.

OUTPUT NII

Keamanan

		1	2	3	4	5	6	7	8
1	Keamanan - Keamanan Dik. 100 ke 1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000
2	Keamanan - Keamanan Dik. 100 ke 1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000
3	Keamanan - Keamanan Dik. 100 ke 1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000
4	Keamanan - Keamanan Dik. 100 ke 1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000
5	Keamanan - Keamanan Dik. 100 ke 1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000
6	Keamanan - Keamanan Dik. 100 ke 1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000
7	Keamanan - Keamanan Dik. 100 ke 1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000
8	Keamanan - Keamanan Dik. 100 ke 1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000

1. Keamanan adalah kemampuan sistem untuk melindungi informasi dari ancaman.

3. Validitas Kepuasan nasabah (Y)

Correlations

		VAR00024	VAR00025	VAR00026	KEPUASAN PELANGGAN
VAR00024	Pearson Correlation	1	.883**	.838**	.953**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	99	99	99	99
VAR00025	Pearson Correlation	.883**	1	.840**	.955**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	99	99	99	99
VAR00026	Pearson Correlation	.838**	.840**	1	.942**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	99	99	99	99
KEPUASAN PELANGGAN	Pearson Correlation	.953**	.955**	.942**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	99	99	99	99

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

- **UJI RELIABILITAS**

1. RELIABILITAS KUALITAS LAYANAN (X1)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	99	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	99	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.984	15



Nilai Cronbach's Alpha
0.984 > 0.50

2. RELIABILITAS KEAMANAN (X2) OUTPUT PENELITI

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	99	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	99	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.965	6



Nilai Cronbach's Alpha
 $0.965 > 0.50$

OUTPUT NII

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	99	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	99	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.956	6



Nilai Cronbach's Alpha
 $0.956 > 0.50$

3. RELIABILITAS KEPUASAN NASABAH (Y)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	99	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	99	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.945	3



Nilai Cronbach's Alpha
 $0.945 > 0.50$

1. DESKRIPTIF ITEM PERNYATAAN

Item kualitas layanan (X1)

X1.1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid STS	4	4.0	4.0	4.0
N	4	4.0	4.0	8.1
S	23	23.2	23.2	31.3
SS	68	68.7	68.7	100.0
Total	99	100.0	100.0	

X1.2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid STS	4	4.0	4.0	4.0
N	1	1.0	1.0	5.1
S	32	32.3	32.3	37.4
SS	62	62.6	62.6	100.0
Total	99	100.0	100.0	

X1.3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid STS	3	3.0	3.0	3.0
TS	1	1.0	1.0	4.0
N	6	6.1	6.1	10.1
S	29	29.3	29.3	39.4
SS	60	60.6	60.6	100.0
Total	99	100.0	100.0	

X1.4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid STS	3	3.0	3.0	3.0
TS	1	1.0	1.0	4.0
N	1	1.0	1.0	5.1
S	24	24.2	24.2	29.3
SS	70	70.7	70.7	100.0
Total	99	100.0	100.0	

X1.5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid STS	4	4.0	4.0	4.0
N	4	4.0	4.0	8.1
S	33	33.3	33.3	41.4
SS	58	58.6	58.6	100.0
Total	99	100.0	100.0	

X1.6

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid STS	4	4.0	4.0	4.0
N	4	4.0	4.0	8.1
S	27	27.3	27.3	35.4
SS	64	64.6	64.6	100.0
Total	99	100.0	100.0	

X1.7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	4	4.0	4.0	4.0
	N	2	2.0	2.0	6.1
	S	28	28.3	28.3	34.3
	SS	65	65.7	65.7	100.0
	Total	99	100.0	100.0	

X1.8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	3	3.0	3.0	3.0
	TS	1	1.0	1.0	4.0
	N	5	5.1	5.1	9.1
	S	27	27.3	27.3	36.4
	SS	63	63.6	63.6	100.0
	Total	99	100.0	100.0	

X1.9

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	4	4.0	4.0	4.0
	N	3	3.0	3.0	7.1
	S	31	31.3	31.3	38.4
	SS	61	61.6	61.6	100.0
	Total	99	100.0	100.0	

X1.10

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	4	4.0	4.0	4.0
	TS	1	1.0	1.0	5.1
	N	2	2.0	2.0	7.1
	S	30	30.3	30.3	37.4
	SS	62	62.6	62.6	100.0
	Total	99	100.0	100.0	

X1.11

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	3	3.0	3.0	3.0
	TS	1	1.0	1.0	4.0
	N	7	7.1	7.1	11.1
	S	26	26.3	26.3	37.4
	SS	62	62.6	62.6	100.0
	Total	99	100.0	100.0	

X1.12

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	3	3.0	3.0	3.0
	TS	1	1.0	1.0	4.0
	N	3	3.0	3.0	7.1
	S	21	21.2	21.2	28.3
	SS	71	71.7	71.7	100.0
	Total	99	100.0	100.0	

X1.13

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid STS	4	4.0	4.0	4.0
TS	1	1.0	1.0	5.1
N	6	6.1	6.1	11.1
S	29	29.3	29.3	40.4
SS	59	59.6	59.6	100.0
Total	99	100.0	100.0	

X1.14

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid STS	3	3.0	3.0	3.0
TS	1	1.0	1.0	4.0
N	3	3.0	3.0	7.1
S	33	33.3	33.3	40.4
SS	59	59.6	59.6	100.0
Total	99	100.0	100.0	

X1.15

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid STS	3	3.0	3.0	3.0
TS	1	1.0	1.0	4.0
N	3	3.0	3.0	7.1
S	26	26.3	26.3	33.3
SS	66	66.7	66.7	100.0
Total	99	100.0	100.0	

Item Keamanan (X2)**X2.1**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid STS	2	2.0	2.0	2.0
TS	1	1.0	1.0	3.0
N	2	2.0	2.0	5.1
S	26	26.3	26.3	31.3
SS	68	68.7	68.7	100.0
Total	99	100.0	100.0	

X2.2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid STS	2	2.0	2.0	2.0
TS	1	1.0	1.0	3.0
N	3	3.0	3.0	6.1
S	28	28.3	28.3	34.3
SS	65	65.7	65.7	100.0
Total	99	100.0	100.0	

X2.3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid STS	2	2.0	2.0	2.0
TS	1	1.0	1.0	3.0
N	3	3.0	3.0	6.1
S	29	29.3	29.3	35.4
SS	64	64.6	64.6	100.0
Total	99	100.0	100.0	

X2.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	2	2.0	2.0	2.0
	TS	1	1.0	1.0	3.0
	N	2	2.0	2.0	5.1
	S	34	34.3	34.3	39.4
	SS	60	60.6	60.6	100.0
	Total	99	100.0	100.0	

X2.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	3	3.0	3.0	3.0
	N	3	3.0	3.0	6.1
	S	37	37.4	37.4	43.4
	SS	56	56.6	56.6	100.0
	Total	99	100.0	100.0	

X2.6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	3	3.0	3.0	3.0
	TS	1	1.0	1.0	4.0
	N	4	4.0	4.0	8.1
	S	31	31.3	31.3	39.4
	SS	60	60.6	60.6	100.0
	Total	99	100.0	100.0	

Item Kepuasan nasabah (Y)**Y1.1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	3	3.0	3.0	3.0
	TS	1	1.0	1.0	4.0
	N	3	3.0	3.0	7.1
	S	24	24.2	24.2	31.3
	SS	68	68.7	68.7	100.0
	Total	99	100.0	100.0	

Y1.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	4	4.0	4.0	4.0
	N	3	3.0	3.0	7.1
	S	27	27.3	27.3	34.3
	SS	65	65.7	65.7	100.0
	Total	99	100.0	100.0	

Y1.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	3	3.0	3.0	3.0
	TS	2	2.0	2.0	5.1
	N	5	5.1	5.1	10.1
	S	25	25.3	25.3	35.4
	SS	64	64.6	64.6	100.0
	Total	99	100.0	100.0	

- **UJI HIPOTESIS**

1. **UJI T \rightarrow T TABEL = 1.9847**

t hitung > t tabel = ADA PENGARUH

t hitung < t tabel = TIDAK ADA PENGARUH

Keputusan

Kelas	Jumlah Jawaban Benar		Jumlah Soal	f	f ₀	Tingkat Signifikansi	
	Benar	Salah				Tanda	Uji
* (Kelas 1)	10	10	20	0,50	0,50	0,05	1,9847
Uji T = 1,9847	10	10	20	0,50	0,50	0,05	1,9847

© Universitas Indonesia - Program Studi Psikologi

2. UJI F → F TABEL = 3.09

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	577.256	2	288.628	499.511	.000 ^b
	Residual	55.471	96	.578		
	Total	632.727	98			

a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

b. Predictors: (Constant), KEAMANAN, KUALITAS PELAYANAN

3. UJI KOEFISIEN REGRESI

Model Summary^a

Model	R	Adjusted R Square	Sum of Squares Regression	df Regression	Mean Square Regression				F	Sig.
					Total	df	MS	df		
1	.952 ^b	.933	577.256	2	288.628	96	.578	499.511	.000 ^c	

a. R Squared Change: KEAMANAN, KUALITAS PELAYANAN

b. KEAMANAN, KUALITAS PELAYANAN

Skripsi Hasma

ORIGINALITY REPORT

40%

SIMILARITY INDEX

40%

INTERNET SOURCES

13%

PUBLICATIONS

19%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	repository.unhas.ac.id Internet Source	4%
2	www.bankmuamalat.co.id Internet Source	3%
3	etheses.iainponorogo.ac.id Internet Source	3%
4	docplayer.info Internet Source	2%
5	docobook.com Internet Source	2%
6	core.ac.uk Internet Source	2%
7	www.gurupendidikan.co.id Internet Source	2%
8	etheses.uin-malang.ac.id Internet Source	2%
9	smudah.blogspot.com Internet Source	1%

10	repository.uinjkt.ac.id Internet Source	1 %
11	digilibadmin.unismuh.ac.id Internet Source	1 %
12	repository.uin-suska.ac.id Internet Source	1 %
13	Submitted to Universitas Sultan Ageng Tirtayasa Student Paper	1 %
14	repository.stienobel-indonesia.ac.id Internet Source	1 %
15	repository.radenintan.ac.id Internet Source	1 %
16	e-jurnal.stienobel-indonesia.ac.id Internet Source	1 %
17	id.123dok.com Internet Source	1 %
18	e-repository.perpus.iainsalatiga.ac.id Internet Source	1 %
19	Ratnawaty Marginingsih, Isnurrini Hidayat Susilowati, Wiwik Widiyanti. "Analisis Tingkat Kepuasan Masyarakat Melalui Pelayanan Informasi Pada Aplikasi KRL Access", Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Bisnis, 2020	1 %

Publication

20	es.scribd.com Internet Source	1 %
21	id.scribd.com Internet Source	1 %
22	dspace.uii.ac.id Internet Source	1 %
23	eprints.iain-surakarta.ac.id Internet Source	<1 %
24	eprints.perbanas.ac.id Internet Source	<1 %
25	anzdoc.com Internet Source	<1 %
26	eprints.undip.ac.id Internet Source	<1 %
27	ejournal.poltekba.ac.id Internet Source	<1 %
28	repository.uinsu.ac.id Internet Source	<1 %
29	repository.umsu.ac.id Internet Source	<1 %
30	pt.scribd.com Internet Source	<1 %
31	repository.ub.ac.id	

Internet Source

<1 %

32 repository.uinjambi.ac.id

Internet Source

<1 %

33 repo.iain-tulungagung.ac.id

Internet Source

<1 %

34 www.pustaka.ut.ac.id

Internet Source

<1 %

35 Submitted to STIE Perbanas Surabaya

Student Paper

<1 %

36 etheses.uinmataram.ac.id

Internet Source

<1 %

37 liescholisoh.blogspot.com

Internet Source

<1 %

38 www.scribd.com

Internet Source

<1 %

39 kikipermatasari04.wordpress.com

Internet Source

<1 %

40 digilib.uin-suka.ac.id

Internet Source

<1 %

41 eprints.mercubuana-yogya.ac.id

Internet Source

<1 %

42 Muhammad Alimuddin, Nurdin Nurdin, Rizki Amalia, "Produk Layanan Transaksi Online

<1 %

Studi Pada PT Bank Syariah Mandiri Menurut
Perspektif Ekonomi Syariah", Jurnal Ilmu
Perbankan dan Keuangan Syariah, 2020

Publication

43	eprints.binus.ac.id Internet Source	<1 %
44	Submitted to Asia e University Student Paper	<1 %
45	digilib.iain-palangkaraya.ac.id Internet Source	<1 %
46	adoc.pub Internet Source	<1 %
47	repository.iainpurwokerto.ac.id Internet Source	<1 %
48	docslide.net Internet Source	<1 %
49	eprints.walisongo.ac.id Internet Source	<1 %
50	Submitted to State Islamic University of Alauddin Makassar Student Paper	<1 %
51	www.readbag.com Internet Source	<1 %

Exclude quotes

Exclude matches < 25 words

Exclude bibliography



Bank Muamalat

Nomor : 043-DM/EC-NKS/11/2021

Makassar, 14 Maret 2021
25 Februari 2021 M

————— 252021 —————

Kepada Yth.
Ketua
STIE Nobel Indonesia Makassar
Di
Makassar

Perihal : Surat Keterangan Telah Melakukan Penelitian

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Semoga Allah *Subhanahu Wata'ala* senantiasa melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya kepada kita semua dan senantiasa diberikan kemudahan dalam melaksanakan aktivitas sehari-hari, Aamiin.

Sehubungan dengan surat tentang Izin Penelitian di PT Bank Muamalat Indonesia Cabang Makassar, mahasiswa atas nama sbb. :

Nama Mahasiswa : **Hasmah**
No. Induk Mahasiswa : **2017212152**
Judul Penelitian : **"Pengaruh Kualitas Layanan dan Keamanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Muamalat Cabang Makassar."**

Maka melalui surat ini kami memberikan keterangan bahwa mahasiswa tersebut di atas telah melakukan penelitian.

Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kerja samanya diucapkan terima kasih.
Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

**PT BANK MUAMALAT INDONESIA, Tbk.
CABANG MAKASSAR**

Bank Muamalat
CABANG MAKASSAR

Dwi Poedji Widodo
Branch Manager

Cabang Makassar
Jl. DR. Sam Ratulangi No. 12 Makassar
Tlp. (0411) 832777 Fax (0411) 832666