

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPERCAYAAN  
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN APLIKASI MOBILE BANKING  
BANK KONVENSIIONAL DAN BANK SYARIAH  
(Studi Kasus Mahasiswa UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto  
Angkatan 2020-2021)**



**SKRIPSI**

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto  
Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar  
Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh :

**Tyas Nur Anggraeni**  
**NIM 2017202158**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
JURUSAN EKONOMI DAN KEUANGAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI PROF. K.H SAIFUDDIN ZUHRI  
PURWOKERTO  
2024**

## PERTANYAAN KEASLIAN

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Tyas Nur Anggraeni  
Nim : 2017202158  
Jenjang : S1  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan : Perbankan Syariah  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Aplikasi Mobile Banking Bank Konvensional dan Bank Syariah

Menyatakan bahwa Naskah Skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri kecuali pada bagianbagian yang dirujuk sumbernya.

Purwokerto, 24 Juni 2024

Saya yang menyatakan



Tyas Nur Anggraeni

2017202158

## LEMBAR PENGESAHAN



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**  
**PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126  
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsatzu.ac.id

### LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP  
KEPUASAN PELANGGAN APLIKASI MOBILE BANKING BANK  
KONVENSIONAL DAN BANK SYARIAH (STUDI KASUS MAHASISWA UIN  
PROF. K.H SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO ANGKATAN 2020-2021)**

Yang disusun oleh Saudara **Tyas Nur Anggraeni NIM 2017202158** Program Studi **S-1 Perbankan Syariah** Jurusan Ekonomi dan Keuangan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, telah diujikan pada hari **Rabu, 10 Juli 2024** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi (S.E.)** oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

Ketua Sidang/Penguji

Prof. Dr. Hj. Tutuk Ningsih, M.Pd.  
NIP. 19640916 199803 2 001

Sekretaris Sidang/Penguji

Anggita Isty Intansari, S.H.I., M.E.I.  
NIP. 19880731 202321 2 027

Pembimbing/Penguji

Rahmini Hadi, S.E., M.Si.  
NIP. 19701224 200501 2 001

Purwokerto, 13 Juli 2024

Mengesahkan  
Dekan,



**Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag.**  
NIP. 19730921 200212 1 004

## NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada

Yth : Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto  
di-  
Purwokerto

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

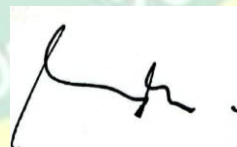
Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan, dan koreksi terhadap penulisan skripsi dari saudara Tyas Nur Anggraeni NIM 2017202158 yang berjudul :

**Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Pelanggan aplikasi Mobile Banking Bank Konvensional dan Bank Syariah (Studi Kasus pada Mahasiswa UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto angkatan 2020-2021)**

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar sarjana dalam Ilmu Ekonomi Syari'ah (S.E).

*Wassalamu'alaikum Wr.Wb.*

Purwokerto, 24 Juni 2024  
Pembimbing



Dr. Rahmini Hadi, S.E., M.Si  
NIP. 19701224 200501 2 001

## MOTTO

“Bandingkan dirimu sendiri dengan hari kemarin, bukan dengan orang lain”



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPERCAYAAN  
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN APLIKASI MOBILE BANKING  
BANK KONVENSIONAL DAN BANK SYARIAH  
(Studi Kasus Mahasiswa UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto  
Angkatan 2020-2021)**

**Tyas Nur Anggraeni  
NIM. 2017202158**

Email : [tyasnuranggraeni05@gmail.com](mailto:tyasnuranggraeni05@gmail.com)

Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Universitas Islam Negeri Prof K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

**ABSTRAK**

Perkembangan teknologi informasi dalam industri keuangan digital yang dikembangkan oleh perbankan yang dikenal dengan mobile banking. Mobile Banking adalah layanan perbankan yang diakses melalui perangkat telekomunikasi mobile seperti ponsel atau smarphone. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan aplikasi mobile banking bank syariah dan bank konvensional.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Metode pengumpulan sampel yang digunakan adalah nonprobability sampling menggunakan purposive sampling. Jumlah sampel yang terlibat dalam penelitian ini yaitu 380 responden. Alat analisis yang digunakan untuk penelitian ini adalah regresi ordinal dan chi square. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) terdapat pengaruh yang signifikan dari kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, 2) terdapat pengaruh yang signifikan dari kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan, 3) terdapat pengaruh yang signifikan dari kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan, 4) terdapat perbedaan kepuasan pelanggan aplikasi mobile banking bank konvensional dan bank syariah.

**Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, Kepuasan Pelanggan, Mobile Banking, Bank Syariah dan Bank Konvensional**

**THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY AND TRUSH ON  
CUSTOMER SATISFACTION OF MOBILE BANKING APLLICATIONS  
OF CONVENTIONAL BANKS DAN ISLAMIC BANKS  
(Case Study Of UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Students Class Of 2020-2021)**

**Tyas Nur Aanggraeni  
NIM. 2017202158**

**Email : [tyasnuranggraeni05@gmail.com](mailto:tyasnuranggraeni05@gmail.com)**

Study Program of Islamic Banking Islamic Economic and Business Faculty State  
Islamic University (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

**ABSTRACT**

The development of information technology in the digital financial industry developed by banks is known as mobile banking. Mobile Banking is a banking service that is accessed through mobile telecommunications devices such as cell phones or smartphones. This study aims to analyze the effect of service quality and trust on customer satisfaction of mobile banking applications for Islamic banks and conventional banks.

This research uses a quantitative approach. The sample collection method used is nonprobability sampling using purposive sampling. The number of samples involved in this study were 380 respondents. The analytical tools used for this research are ordinal regression and chi square. The data collection technique used a questionnaire.

The results showed that 1) there is a significant effect of service quality on customer satisfaction, 2) there is a significant effect of trust on customer satisfaction, 3) there is a significant effect of service quality and trust on customer satisfaction, 4) there are differences in customer satisfaction of mobile banking applications for conventional banks and Islamic banks.

***Keyword : Service Quality, Trush, Customer Sastisfaction, mobile banking, islamic banks and conventional banks***

## PEDOMAN TRANSLITERASI

Transliterasi kata-kata arab yang dipakai dalam menyusun skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama antara Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan R.I Nomor: 158/1987 dan Nomor: 0543b/U/1987.

### 1. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	ba'	B	Be
ت	ta'	T	Te
ث	sa'	Š	es (dengan titik diatas)
ج	Jim	J	Je
ح	ĥ	<u>H</u>	ha (dengan garis di bawah)
خ	kha'	Kh	ka dan ha
د	dal	D	De
ذ	zal	Ž	ze (dengan titik diatas)
ر	ra'	R	Er
ز	zai'	Z	Zet
س	sin	S	Es
ش	syin	Sy	es dan ye
ص	şad	Ş	es (dengan garis dibawah)
ض	d'ad	<u>D</u>	de (dengan garis di bawah)
ط	ta	T	te ( dengan garis di bawah)
ظ	za	<u>Z</u>	zet (dengan garis di bawah)
ع	'ain	'	Koma terbalik di atas
غ	gain	G	Ge
ف	fa'	F	Ef
ق	qaf	Q	Q
ك	kaf	K	Ka
ل	lam	L	'el
م	mim	M	'em
ن	nun	N	'en
و	waw	W	W
ه	ha'	H	Ha
ء	hamzah	'	Apostrof
ي	ya'	Y	Ye



## 2. Konsonan Rangkap karena Syaddah Ditulis Rangkap

عذة	Ditulis		'iddah
-----	---------	--	--------

## 3. Ta, Marbutah Diakhir Kata Bila Dimatikan Di tulis h

حكمة	Ditulis	Hikmah	جزية	Ditulis	Jizyah
------	---------	--------	------	---------	--------

- a. Bila ditulis dengan kata sandang “al” serta bacaan ke dua itu terpisah, maka ditulis dengan h

كرامة الاولياء	Ditulis	Karàmah Al-Auliyà'
----------------	---------	--------------------

- b. Bila ta'marbutah hidup atau dengan harakat, fathah atau kasrah atau dhommah ditulis dengan t.

زكاة الفطر	Ditulis	Zakàt Al-Fitr
------------	---------	---------------

## 4. Vokal Pendek

َ	Fatah	A
ِ	Kasroh	I
ُ	Dhomah	U

## 5. Vokal Panjang

1	Fathah +Alif	Ditulis	A
	جاهلية	Ditulis	Jāhiliyah
2	Fathah+Ya'mati	Ditulis	A
	تنس	Ditulis	Tansā
3	Kasrah+Ya'mati	Ditulis	I
	كريم	Ditulis	Karim
4	Dammah+Wawu Mati	Ditulis	U
	فروض	Ditulis	Furud

## 6. Vokal Rangkap

1	Fathah+Ya'mati	Ditulis	Ai
---	----------------	---------	----

	بينكم	Ditulis	<i>Bainakum</i>
2	Fathah+Wawu Mati	Ditulis	Au
	قول	Ditulis	<i>Qaul</i>

### 7. Vokal Pendek Berurutan Dalam Satu Kata Dipisahkan Apostrof

أنتم	Ditulis	<i>a'antum</i>
أعدت	Ditulis	<i>u'iddat</i>

### 8. Kata Sandang

- a. Bila diikuti huruf qomariyah

القياس	Ditulis	<i>Al-qiyaṣ</i>
--------	---------	-----------------

- b. Bila diikuti huruf syamsiyah ditulis dengan menggunakan huruf syamsiyah yang mengikutinya, serta menggunakan huruf I (el)-nya

السماء	Ditulis	<i>As-samā</i>
--------	---------	----------------

### 9. Penulisan Kata-Kata Dalam Rangkaian Kalimat

ذوى الفروض	Ditulis	<i>zawi al-furūd</i>
------------	---------	----------------------

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur kehadiran Allah SWT atas karunia serta rahmat, hidayah, dan kemudahan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “ **Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Pelanggan Aplikasi Mobile Banking Bank Konvensional dan Bank Syariah (Studi kasus Mahasiswa UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Angkatan 2020-2021)**”. Shalawat serta salam tetap tercurah limpah kepada Baginda Nabi Muhammad SAW, keluarga dan para sahabat. Semoga kita senantiasa mengikuti semua ajarannya dan kelak kita mendapat syafaatnya di hari akhir.

Dengan senantiasa mengharapkan pertolongan, karunia dan keridhoaNya, *alhamdulillah* peneliti mampu menyelesaikan penelitian ini guna melengkapi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini tidak dapat tercapai tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini, penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini. Penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. H. Ridwan, M.Ag., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
2. Prof. Dr. H. Suwito, M.Ag., selaku Wakil Rektor I Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
3. Prof. Dr. H. Sulkhan Chakim, M.M., selaku Wakil Rektor II Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
4. Prof. Dr. H. Sunhaji, M.Ag., selaku Wakil Rektor III Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
5. Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.

6. Dr. H. Akhmad Faozan, Lc., M.Ag., selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
7. Prof. Dr. Hj. Tutuk Ningsih, M.Pd., selaku Wakil Dekan II Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
8. Dr. H. Chandra Warsito, M.Si., selaku Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
9. Hastin Tri Utami, S.E., M.Si.,Ak. Selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
10. Dr. Rahmini Hadi, S.E., M.Si., selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan pengetahuan, ilmu, bimbingan, arahan, motivasi, dan semangat sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
11. Segenap dosen dan staff administrasi Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto dan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberikan ilmu pengetahuan.
12. Para mahasiswa UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto pengguna Aplikasi Mobile Banking yang telah bersedia menjadi responden dalam penelitian ini.
13. Orangtua saya, Bapak Endri Subagyo dan Ibu Sri Rahayu. Terima kasih atas segala dukungan selama ini baik secara material maupun moril, senantiasa mendoakan yang terbaik untuk saya. Semoga bapak dan ibu selalu diberikan kesehatan dan keberkahan oleh Allah SWT. Amin.
14. Adekku tersayang dan teman berantem ketika di rumah Erika Dwi Islami (jengkol) yang selalu menjadi penyemangat dan selalu menghibur saya. Semoga cita-cita dan keinginannya tercapai. Amiin.
15. Sahabat-sahabat saya, Virlin Dayani Nur Maulida dan Sinta Bela yang selalu menemani, mendoakan dan memberikan semangat dalam keadaan apapun.
16. Rizky Agustya Trihananto, yang selalu memberikan semangat, dorongan, saran, doa serta bantuan sampai menyelesaikan studi ini. Terimakasih selalu

mendengarkan keluh kesal saya dalam hal apapun. Semoga segala kebaikan dibalas oleh Allah SWT dan segala harapan serta urusan dilancarkan.

17. Kawan-kawan seperjuangan Perbankan Syariah D angkatan 2020. Terima kasih kepada kalian telah memberikan kenangan yang indah selama 4 tahun
18. Serta semua pihak yang telah membantu penyusunan dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu. Semoga kita semua senantiasa dalam perlindungan Allah SWT. Amiin.
19. Dan terakhir, untuk diri saya sendiri. Terimakasih sudah mampu bertahan. Terimakasih sudah berjuang sejauh ini, terimakasih sudah kuat dalam menghadapi kehidupan ini, terimakasih sudah mau bangkit lagi setelah jatuh berkali-kali, terimakasih telah berproses dengan baik. Bangga sekali sama diri ini. Tyas, ini belum selesai perjalanan masih panjang. Semoga diri ini selalu diberikan kekuatan, kesabaran, dan rasa syukur.

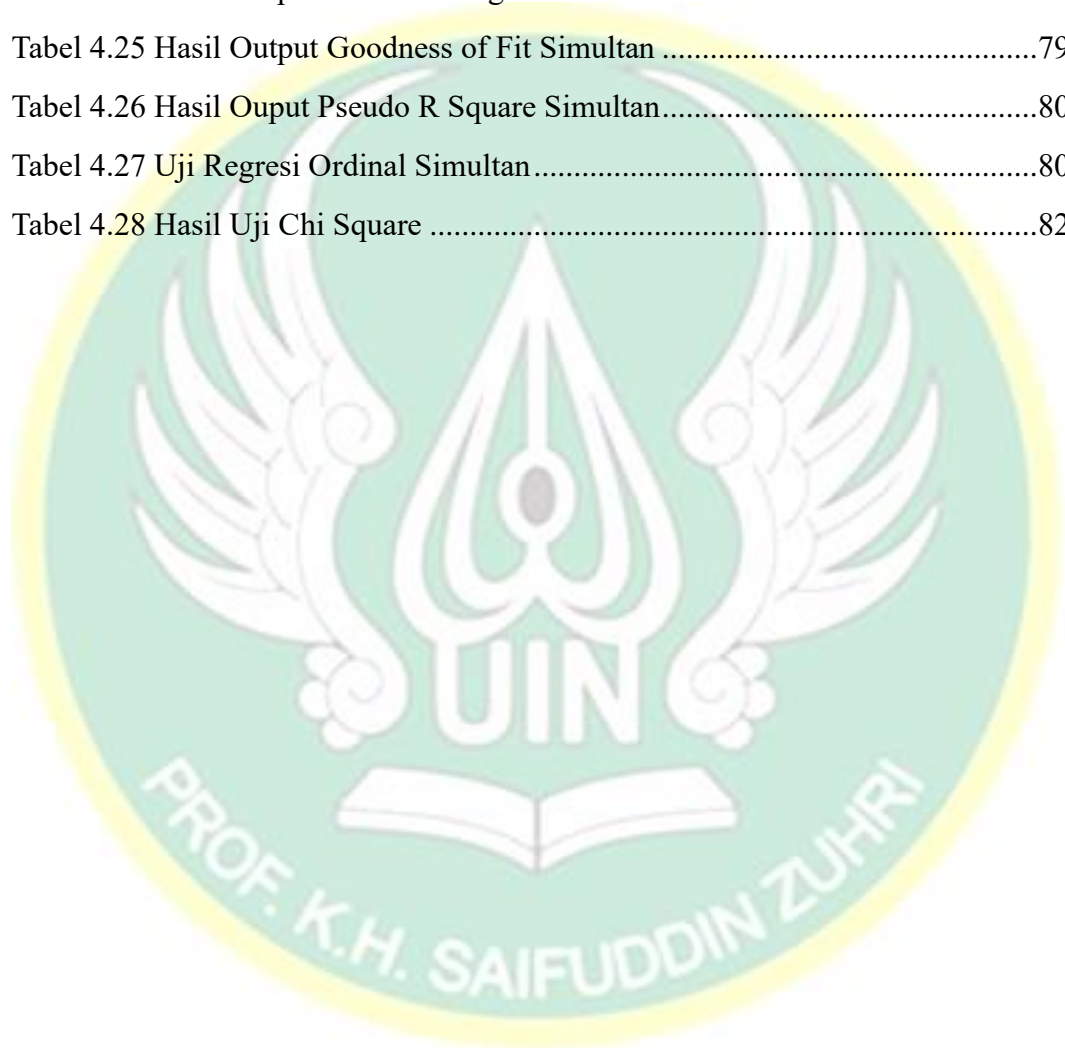
Purwokerto, 24 Juni 2024  
Penulis,

**Tyas Nur Anggraeni**  
NIM. 2017202158

## DAFTAR TABEL

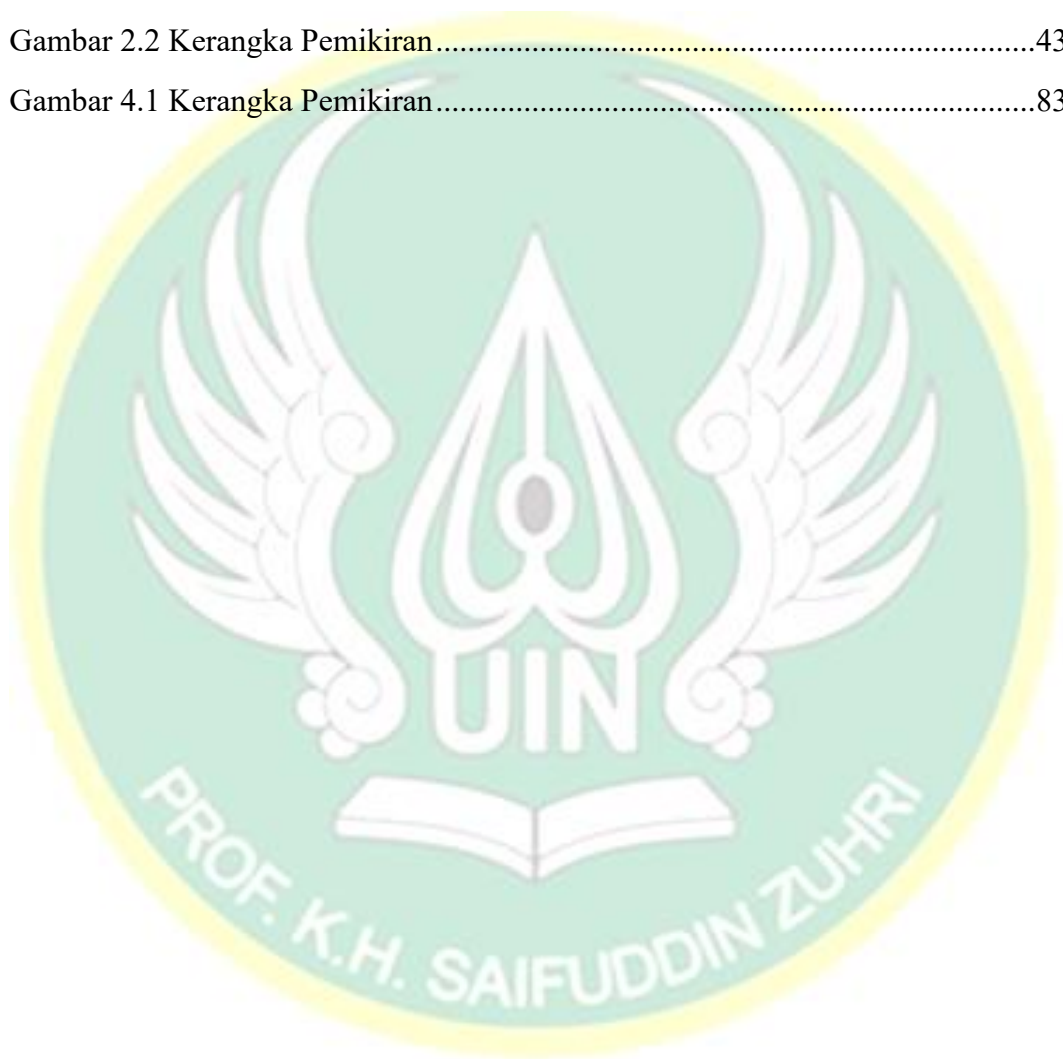
Tabel 1.1 Data Jumlah Mahasiswa UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto Angkatan Tahun 2020-2021 .....	7
Tabel 1.2 Hasil Observasi Awal Mengenai Pengguna Aplikasi Mobile Banking Bank Konvensional dan Bank Syariah.....	8
Tabel 2.1 Perbedaan Bank Konvensional dan Bank Syariah .....	21
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu.....	39
Tabel 3.1 Jumlah Mahasiswa angkatan 2020-2021.....	50
Tabel 3.2 Indikator Penelitian .....	52
Tabel 3.3 Skala Likert .....	54
Tabel 4.1 Berdasarkan Jenis Kelamin .....	62
Tabel 4.2 Berdasarkan Angkatan.....	62
Tabel 4.3 Berdasarkan Fakultas .....	63
Tabel 4.4 Berdasarkan Berapa Kali Menggunakan.....	63
Tabel 4.5 Uji Valid Kualitas Pelayanan.....	65
Tabel 4.6 Uji Valid Kepercayaan.....	65
Tabel 4.7 Uji Valid Kepuasan Pelanggan .....	66
Tabel 4.8 Uji Reabilitas.....	67
Tabel 4.9 Uji Korelasi Rank Spearman Hipotesis 1 .....	69
Tabel 4.10 Uji Korelasi Rank Spearman Hipotesis 2.....	69
Tabel 4.11 Uji Koefisien Konkordansi Kendall W .....	70
Tabel 4.12 Uji Test Statistic .....	71
Tabel 4.13 Hasil Output Case Processing Summary Parsial 1 .....	72
Tabel 4.14 Hasil Output Model Fitting Information Parsial 1 .....	72
Tabel 4.15 Hasil Output Goodness Of Fit Parsial 1 .....	73
Tabel 4.16 Hasil Output Pseudo R Square Parsial 1 .....	73
Tabel 4.17 Hasil Uji Regresi Ordinal Parsial 1 .....	74
Tabel 4.18 Hasil Output Case Processing Summary Parsial 2.....	75

Tabel 4.19 Hasil Output Model Fitting Information Parsial 2 .....	76
Tabel 4.20 Hasil Output Goodness of Fit Parsial 2 .....	76
Tabel 4.21 Hasil Output Pseudo R Square Parsial 2 .....	77
Tabel 4.22 Uji Regresi Ordinal Parsial 2 .....	77
Tabel 4.23 Hasil Output Case Processing Summary Simultan .....	78
Tabel 4.24 Hasil Output Model Fitting Information Simultan.....	79
Tabel 4.25 Hasil Output Goodness of Fit Simultan .....	79
Tabel 4.26 Hasil Ouput Pseudo R Square Simultan.....	80
Tabel 4.27 Uji Regresi Ordinal Simultan.....	80
Tabel 4.28 Hasil Uji Chi Square .....	82



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Presentase Pertumbuhan Internet di Indonesia.....	1
Gambar 1.2 Aplikasi Mobile Banking yang paling banyak digunakan .....	3
Gambar 1.4 Tujuan Pengguna aplikasi mobile banking .....	3
Gambar 2.1 Model Technology Acceptance Model (TAM) .....	4
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran.....	43
Gambar 4.1 Kerangka Pemikiran.....	83





## DAFTAR LAMPIRAN

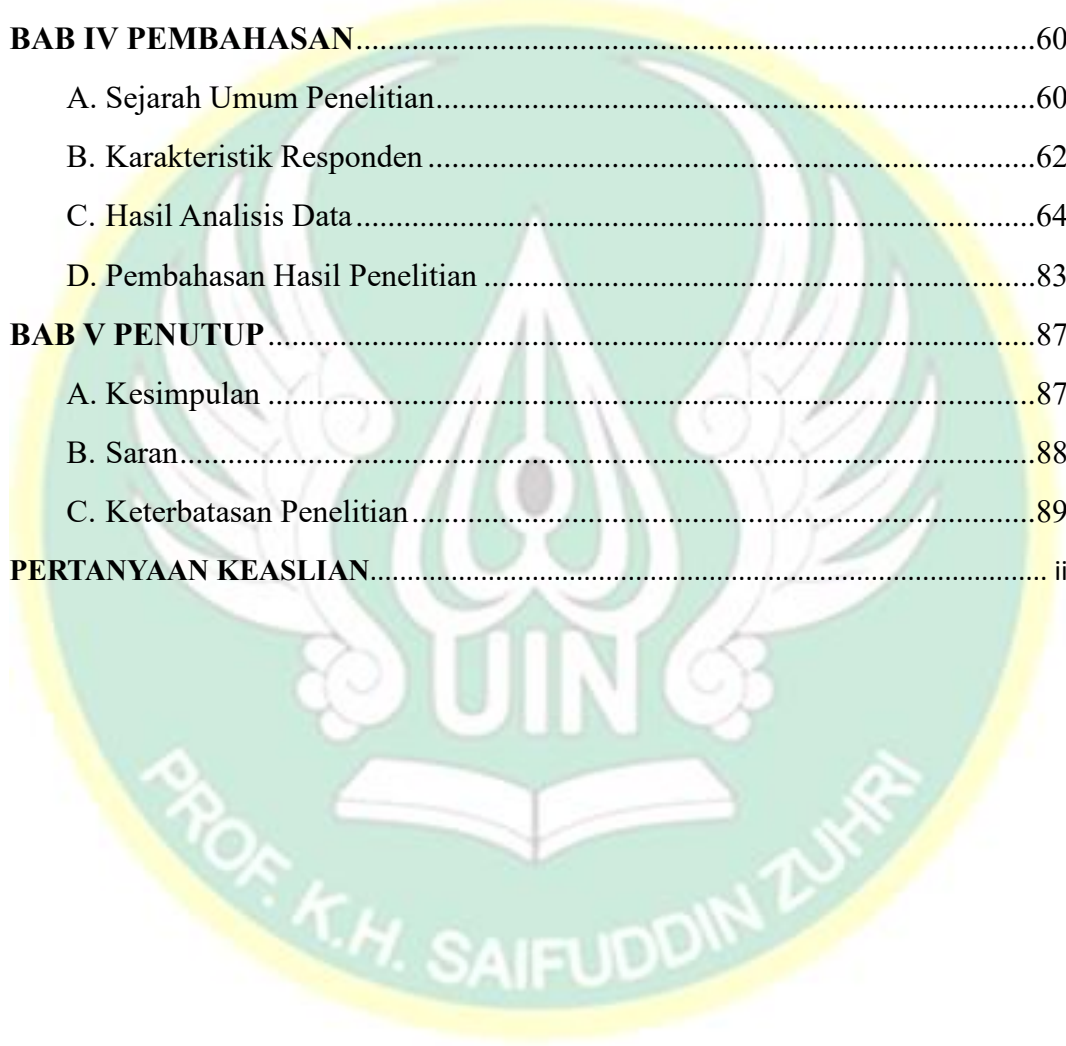
- Lampiran 1 Kuesioner
- Lampiran 2 Data Tabulasi
- Lampiran 3 Hasil Uji Validitas
- Lampiran 4 Hasil Uji Reabilitas
- Lampiran 5 Analisis Korelasi Rank Spearman
- Lampiran 6 Hasil Uji Konkordansi Kendall's W
- Lampiran 7 Analisis Regresi Ordinal
- Lampiran 8 Uji Chi Square
- Lampiran 9 Dokumentas
- Lampiran 10 Izin Riset Penelitian
- Lampiran 11 Surat Balesan Izin Riset Penelitian
- Lampiran 12 ACC Judul
- Lampiran 13 SKL Sempro
- Lampiran 14 SKL Kompre
- Lampiran 15 Curriculum Vitae



## DAFTAR ISI

<b>JUDUL</b> .....	i
<b>PERTANYAAN KEASLIAN</b> .....	ii
<b>PENGESAHAN</b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>NOTA DINAS PEMBIMBING</b> .....	iv
<b>MOTTO</b> .....	v
<b>ABSTRAK</b> .....	vi
<b>ABSTRACT</b> .....	vii
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI</b> .....	viii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	xi
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xiv
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xvi
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xvii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xviii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
A.Latar Belakang Masalah.....	1
B.Rumusan Masalah .....	10
C.Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	10
D.Sistematika Penulisan .....	11
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b> .....	13
A.Kerangka Teori.....	13
B.Landasan Teologi .....	33
C.Kajian Pustaka.....	35
D.Hubungan Antar Variabel .....	44
E. Kerangka Berpikir .....	47
F. Hipotesis.....	48
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	49
A. Jenis Penelitian.....	49

B. Tempat dan Waktu Penelitian.....	49
C. Populasi dan Sampel .....	49
D. Variabel dan Indikator Penelitian .....	51
E. Sumber Data.....	53
F. Teknik Pengumpulan Data .....	53
G. Teknik Analisis Data .....	54
<b>BAB IV PEMBAHASAN.....</b>	<b>60</b>
A. Sejarah Umum Penelitian.....	60
B. Karakteristik Responden .....	62
C. Hasil Analisis Data .....	64
D. Pembahasan Hasil Penelitian .....	83
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>87</b>
A. Kesimpulan .....	87
B. Saran.....	88
C. Keterbatasan Penelitian.....	89
<b>PERTANYAAN KEASLIAN.....</b>	<b>ii</b>



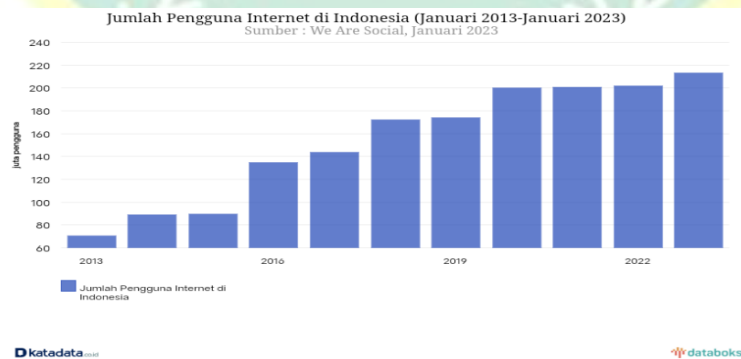
## BAB I PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Memasuki era globalisasi telah membawa dampak signifikan pada kehidupan manusia melalui perkembangan teknologi informasi dan komunikasi (TIK). Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi berdampak pada sektor kehidupan manusia, seperti sosial, budaya, dan pendidikan. Selain itu perkembangan teknologi juga telah dipengaruhi dengan adanya peningkatan pengguna internet (Wijayanti, 2023).

Hadirnya internet yang merupakan jaringan komputer dunia yang menghubungkan orang menjadikan salah satu ciri khas kemajuan teknologi dan informasi, hal ini menjadikan kemajuan penelitian dan dapat memperluas kesempatan bisnis di seluruh dunia. Internet dapat digunakan oleh banyak orang dan internet juga merupakan media interaksi antara individu menggunakan komputer tanpa dibatasi oleh waktu, biaya dan tenaga. Menurut survei yang dilakukan oleh APJII (Asosiasi penyelenggara jasa internet indonesia) mengatakan bahwa pengguna internet 5 tahun kebelakang mengalami peningkatan (Kominfo, 2021). Berikut presentase kenaikan internet 5 tahun belakang sebagai berikut :

**Gambar 1.1**  
**Presentase Pertumbuhan Internet di Indonesia**



Sumber : [www.databooks.go.id](http://www.databooks.go.id)

Berdasarkan grafik di atas menunjukkan bahwa jumlah pengguna internet di Indonesia telah mencapai 213 juta orang per Januari 2023. Jumlah ini setara dengan 77% dari total populasi di Indonesia yang sebanyak 276,4 juta orang pada awal tahun ini. Jumlah pengguna internet di Indonesia mengalami kenaikan 5,44% dibandingkan tahun sebelumnya sebesar 202 juta pengguna internet di Indonesia.

Kemudahan transaksi yang dilakukan dimanapun dan kapanpun merupakan salah satu tanda bahwa teknologi internet saat ini mengalami perkembangan dalam inovasi layanannya untuk membantu masyarakat dalam meningkatkan produktivitas kinerjanya. Karena itu dengan adanya kemajuan internet, lembaga keuangan melakukan inovasi terhadap layanan digital (Sari, P., 2020). Menurut peraturan otoritas jasa keuangan (OJK) nomor 12/PJOK.03/2018 tentang layanan digital oleh perbankan, pengertian layanan digital adalah suatu layanan elektronik yang disediakan oleh bank dan dikembangkan untuk mengoptimalkan pemanfaatan data nasabah dalam rangka melayani nasabah dengan cepat dan mudah sesuai dengan kebutuhan nasabah serta dapat dilakukan secara mandiri oleh nasabah. Salah satu layanan teknologi digital yang dikeluarkan oleh perbankan adalah mobile banking (OJK, 2018).

Mobile Banking adalah layanan perbankan yang diakses melalui perangkat telekomunikasi mobile seperti ponsel atau smartphone. Layanan mobile banking memungkinkan digunakan nasabah sebagai *performing check*, transaksi keuangan, serta pembayaran dengan menggunakan perantara bergerak seperti *mobile phone*. *Mobile banking* menawarkan kemudahan jika dibandingkan dengan SMS banking karena nasabah tidak perlu mengingat format pesan SMS yang akan dikirimkan ke bank dan juga nomor tujuan SMS banking. Mobile banking sekarang kebanyakan ditunjukkan via SMS atau *Mobile Internet* tetapi dapat juga menggunakan program aplikasi *Mobile device* (Agustina & Krisnaningsih, 2023).

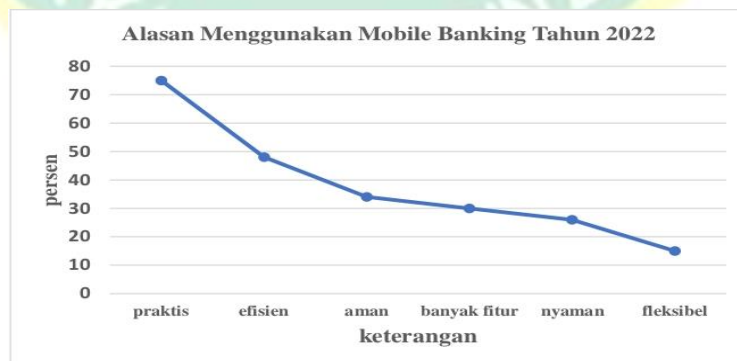
**Gambar 1.2**  
**Aplikasi Mobile Banking yang paling banyak digunakan**



Sumber : [www.badanpusatstatistik.go.id](http://www.badanpusatstatistik.go.id)

Pada gambar diatas menunjukkan digitalisasi di bidang finansial telah berkembang secara pesat dalam beberapa tahun ke belakang dengan dibuktinya jumlah pengguna mobile banking yang paling sering digunakan oleh seluruh kalangan usia. Adapun sebesar 64 persen responden memakai aplikasi perbankan atau finansial di smartphome mereka. Secara spesifik, sebesar 91 persen di antaranya memiliki serta menggunakan aplikasi *mobile banking* di perangkat masing-maing. Sebagian besar perusahaan perbankan telah mempublikasikan aplikasi *mobile banking* masing-masing sebagai salah satu layanan digital.

**Gambar 1 3**  
**Alasan Menggunakan Mobile Banking**



Sumber : [www.populix.go.id](http://www.populix.go.id)

Pada gambar diatas menunjukkan bahwa terdapat beberapa hal yang mendasari nasabah untuk memakai produk layanan *mobile banking* untuk melakukan transaksi keuangan. Aplikasi *mobile banking* dinilai praktis dengan nilai sebesar 87% merupakan salah satu alasan utama yang diungkapkan efisien waktu dengan perolehan sebesar 80% hal ini merupakan salah satu alasan berikutnya mengenai manfaat yang diberikan oleh layanan *mobile banking*. Mudah digunakan menjadi alasan selanjutnya sebesar 77% dan alasan terakhir yaitu karena pengguna *mobile banking* memudahkan pencarian transaksi keuangan dengan capaian sebesar 76%, diikuti alasan lebih nyaman dengan pencapaian sebesar 63%. Beberapa alasan berikutnya di balik perkembangan pengguna aplikasi *mobile banking* seperti memiliki banyak fitur, terhubung dengan *E-Commerce*, terhubung dengan *E-Wallet*, lebih aman, hingga direferensikan oleh keluarga, teman maupun lingkungan sekitar.

**Gambar 1 4**

**Tujuan Pengguna aplikasi mobile banking**



Sumber : [www.populix.go.id](http://www.populix.go.id)

Pada gambar diatas menunjukan bahwa terdapat beberapa tujuan pengguna *mobile banking* seperti aplikasi *mobile banking* untuk kepentingan mengisi ulang aplikasi finansial lainnya seperti *E-Commerce* dan *E-Wallet* sebesar 89% dan paling banyak digunakan oleh responden. Selanjutnya untuk kepentingan pembelian di *E-Commerce* sebesar 82%.

Selain itu, kebanyakan masyarakat juga menggunakan aplikasi *mobile banking* untuk melakukan transfer ke anggota keluarga atau teman sebesar 76%. Beberapa tujuan pengguna aplikasi *mobile banking* lainnya antaranya yaitu untuk mengisi ulang pulsa telepon, membayar tagihan, transaksi investasi, transaksi bisnis, dll.

Otoritas Jasa Keuangan (OJK) juga mendata hadirnya perkembangan pengguna *mobile banking* dan *Internet Banking* mencapai 300 persen pada tahun 2021 dan yang menjadi salah satu alasannya adalah karenakan adanya pandemi covid 19. Melihat hal itu perbankan di Indonesia berlomba-lomba untuk menghadirkan layanan *mobile banking* dalam melakukan kegiatan transaksi keuangan atau layanan sehingga dapat memenuhi harapan nasabahnya. Salah satu upaya yang dilakukan perbankan adalah memperhatikan kepuasan pelanggan (Utama, 2021).

Menurut Daryanto dan Setyobudi (2014) mengatakan kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh sejauh mana produk atau jasa memenuhi atau bahkan melampaui harapan pelanggan (Sulasih & Oktiana, 2020). Menurut Maulana (2015), kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang terhadap suatu produk setelah membandingkan hasil produk yang ada dalam ekspektasi terhadap realita produk yang diharapkan. Jika kinerja memenuhi harapan, maka pelanggan akan merasa puas, akan tetapi jika kinerja tidak sesuai harapan pelanggan maka hal itu membuat pelanggan tidak akan merasa puas dan mengakibatkan pelanggan tersebut berpindah ke produk yang sesuai dengan ekspektasi yang diharapkan.

Menurut Sulasih & Oktiana (2020), Kualitas Pelayanan adalah sebagai bagian yang penting dalam strategi pemasaran jasa. Layanan yang baik tidak hanya dapat membangun kepuasan pelanggan, tetapi juga menciptakan reputasi positif yang dapat meningkatkan loyalitas pelanggan, merekomendasikan bisnis dan pada akhirnya mendukung keberhasilan jangka panjang perusahaan (Sulasih & Oktiana, 2020). Berdasarkan hasil penelitian Ranti Dwi Lestari (2021) menunjukkan hasil bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan dan positif terhadap loyalitas nasabah



pada mobile banking BSI, sehingga semakin baik kualitas pelayanan yang diterima oleh nasabah maka akan mendorong nasabah akan terus menggunakan layanan tersebut. Namun hasil penelitian Budiarno dkk (2020) menunjukkan bahwa kualitas layanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Bagus et al., 2022).

Menurut Morgan & Hurt (1994) bahwa kepercayaan diyakini memiliki peran yang sangat penting dalam mempengaruhi nasabah (Putri & Warsitasari, 2022). Dengan adanya mobile banking bank konvensional dan bank syariah dapat mempengaruhi tingkat kepercayaan pelanggan yang berbeda. Nasabah yang percaya terhadap sesuatu berarti telah memiliki keyakinan yang tinggi kepada perusahaan tersebut, sehingga keputusan untuk menggunakan produk perbankan akan semakin terbuka dan kepuasan nantinya akan dirasakan oleh pelanggan. Berdasarkan hasil penelitian Nabila Aulia Zahra (2021) menunjukkan hasil bahwa kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah penggunaan mobile banking, namun pada penelitian Ahmad dkk (2022) menunjukkan hasil bahwa kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang pada pengguna situs *E-Commerce* JD.Id (Dzaki & Zuliestiana, 2022).

Pada penjelasan masalah diatas, penulis ingin memahami bagaimana kepuasan pelanggan menggunakan aplikasi mobile banking berdasarkan teori *Technology Acceptance Model* (TAM). *Technology Acceptance Model* (TAM) adalah teori mengenai penerimaan teknologi yang pertama kali dikembangkan oleh Davis tahun 1986 (Indrawan Phk, 2017). Teori TAM dapat digunakan dalam mobile banking, karena teori TAM merupakan teori yang mengukur penerimaan terhadap perkembangan teknologi. Dalam penelitian ini teori TAM digunakan untuk mengetahui reaksi dan persepsi pengguna terhadap penerapan teknologi mobile banking yang nantinya dapat mempengaruhi sikap masyarakat terhadap penerimaan penggunaan teknologi tersebut.

Penelitian ini berfokus pada mahasiswa UIN Prof K.H. Saifuddin Zuhri karena UIN Prof K.H. Saifuddin Zuhri merupakan salah satu kampus

negeri berbasis agama islam di Purwokerto yang saat ini melakukan transaksi keuangan melalui bank konvensional ataupun bank syariah seperti pembayaran uang kuliah, pembayaran pondok dan lain-lain. Kerjasama yang terjalin antara kedua belah pihak yaitu bank dan kampus memiliki peranan penting dalam pelayanan jasa transaksi keuangan pada mahasiswa. Apalagi pada saat pandemi berlangsung itu membantu para mahasiswa UIN Prof K.H. Saifuddin Zuhri dalam melakukan transaksi keuangan khususnya angkatan 2020-2021.

**Tabel 1 1**  
**Data Jumlah Mahasiswa UIN Prof K.H Saifuddin Zuhri**  
**Angkatan 2020-2021**

No	Fakultas	Jumlah Mahasiswa
1	Ekonomi dan Bisnis Islam	1.275
2	Syariah	1.072
3	Dakwah	1.172
4	Tarbiyah dan Ilmu Keguruan	3.038
5	Ushuludin Adab dan Humaniora	395
<b>Total</b>		<b>6.952</b>

*Sumber : Kabad Umum dan Akademik UIN Saizu Purwokerto*

Pada tabel diatas diketahui bahwa mahasiswa aktif UIN Prof K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto berjumlah 6.952 mahasiswa dari 5 fakultas dan 1 pasca sarjana. Jumlah tersebut terdiri dari 1.275 mahasiswa dari fakultas ekonomi dan bisnis islam, 1.072 mahasiswa dari fakultas syariah, 1.172 mahasiswa dari fakultas dakwah, 3.038 mahasiswa dari fakultas tarbiyah dan ilmu keguruan, 395 mahasiswa dari fakultas usuludin adab dan humaniora.

Penulis telah melakukan observasi awal kepada 5 mahasiswa Universitas Islam Negeri Prof K.H Saifuddin Zuhri terkait penggunaan aplikasi mobile banking dengan hasil sebagai berikut :

**Tabel 1.2**  
**Hasil Observasi Awal Mengenai Pengguna Aplikasi Mobile**  
**Banking Bank Konvensional dan Bank Syariah**

No	Pertanyaan	Responden Mahasiswa pengguna Mobile Banking Konvensional		Responden mahasiswa pengguna Mobile Banking Syariah	
		YA	Tidak	Ya	Tidak
1	Apakah anda menggunakan mobile banking, baik bank syariah dan bank konvensional	5 mahasiswa		5 mahasiswa	
2	Apakah anda mengetahui perbedaan mobile banking bank syariah dan mobile banking bank konvensional	5 mahasiswa		5 mahasiswa	
3	Apakah anda sering menggunakan mobile banking	5 mahasiswa		5 mahasiswa	
3	Apakah anda merasa puas terhadap kualitas yang terdapat dalam mobile banking	5 mahasiswa		3 mahasiswa	2 mahasiswa
4	Apakah anda akan menggunakan kembali aplikasi mobile banking	5 mahasiswa		4 mahasiswa	1 mahasiswa

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa banyak sekali mahasiswa yang menggunakan mobil banking, baik itu mobile banking bank konvensional ataupun mobile banking bank syariah. Dari 5 mahasiswa yang menggunakan mobile banking bank konvensional, mereka

merasa puas atas layanan yang terdapat di mobile banking dan akan menggunakan kembali aplikasi mobile banking. Namun 5 mahasiswa yang menggunakan mobile banking syariah, hanya 3 mahasiswa yang merasa puas atas layanan yang terdapat di mobile banking dan 4 mahasiswa yang akan menggunakan kembali mobile banking bank syariah karena alasan tertentu. Secara tidak langsung melalui observasi awal ini memberikan hasil bahwa terdapat perbedaan kualitas layanan dan kepercayaan antara pengguna mobile banking bank konvensional dan mobile banking bank syariah.

Penelitian sebelumnya telah dilakukan oleh Baiq Hilwiyatul Ahla (2022) tentang Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia di Kota Depok, menghasilkan bahwa Kualitas Layanan berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah yang menggunakan Mobile Banking Bank Syariah di Kota Depok (Baiq Hilwiyatul Ahla, 2022). Penelitian ini juga dilakukan oleh Ahmad Dzul Ilmi Syarifuddin (2021) tentang Pengaruh kepercayaan terhadap tingkat kepuasan nasabah pada mobile banking di era pandemic Covid 19 (studi Bank BNI Cabang Makassar, Menghasilkan bahwa kepercayaan berpengaruh terhadap tingkat kepuasan nasabah. Kepercayaan dipengaruhi oleh fasilitas mobile banking yang memudahkan akses untuk bertransaksi. Penelitian ini berbeda dengan penelitian sebelumnya karena mengadopsi pendekatan analisis uji komparasi yaitu membandingkan pengguna mobile banking syariah dan mobile banking konvensional. Dengan adanya perbedaan ini diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi dan memperkaya ruang lingkup penelitian dan ilmu pengetahuan.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan dengan judul “ **Pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan aplikasi mobile banking bank konvensional dan bank syariah (Studi kasus mahasiswa UIN Prof K.H Saifuddin Zuhri Angkatan 2020-2021**

## **B. Rumusan Masalah**

Dari latar belakang di atas, kemudian penulis merumuskan masalah yang akan dibahas dalam skripsi ini sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan aplikasi mobile banking bank konvensional dan bank syariah ?
2. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan aplikasi mobile banking bank konvensional dan bank syariah ?
3. Apakah kualitas pelayanan dan kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan aplikasi mobile banking bank konvensional dan bank syariah ?
4. Apakah terdapat perbedaan kepuasan pelanggan aplikasi mobile banking bank konvensional dan bank syariah ?

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

### **1. Tujuan Masalah**

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah, tujuan dari penelitian ini sebagai berikut :

- a. Untuk menganalisis apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan aplikasi mobile banking bank konvensional dan bank syariah
- b. Untuk menganalisis apakah kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan aplikasi mobile banking bank konvensional dan bank syariah
- c. Untuk menganalisis apakah kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan aplikasi mobile banking bank konvensional dan bank syariah
- d. Untuk menganalisis apakah terdapat perbedaan kepuasan pelanggan aplikasi mobile banking bank konvensional dan bank syariah

### **2. Manfaat Penelitian**

Dari tujuan penelitian yang ingin dicapai, maka penelitian ini diharapkan memiliki manfaat. Berikut manfaat yang didapatkan sebagai berikut :

a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu menambah pengetahuan dan menjadi sumber referensi tambahan untuk penelitian selanjutnya mengenai kepuasan mahasiswa dalam menggunakan aplikasi mobile banking, baik bank syariah dan bank konvensional. Dengan menambahkan objek penelitian yang berbeda, penelitian ini diharapkan dapat memberikan landasan untuk mengembangkan ilmu pengetahuan yang lebih luas.

b. Manfaat Praktis

1) Bagi perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran perusahaan terkait yaitu Bank Syariah dan Bank Konvensional yang ada di Indonesia tentang pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan aplikasi mobile banking bank konvensional dan bank syariah.

2) Bagi peneliti dan atau/ Akademisi

Penelitian ini diharapkan memiliki manfaat yaitu sebagai sarana pemikiran dan informasi untuk para mahasiswa yang akan mengadakan suatu penelitian yang lebih lanjut mengenai Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan Mahasiswa terhadap Kualitas Pelayanan Penggunaan Aplikasi Mobile Banking pada bank Konvensional dan bank Syariah.

#### **D. Sistematika Penulisan**

Penyusunan penulisan skripsi memiliki tujuan untuk mempermudah memahami isi skripsi, maka sistematika penulisan dibagi menjadi 5 bab sebagai berikut:

##### **BAB I Pendahuluan**

Pada bab I pendahuluan berisi tentang penjelasan latar belakang masalah, rumusan masalah yang menjadi dasar penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penelitian.

##### **BAB II Landasan Teori**

Pada bab II landasan teori berisi tentang mengenai kajian teori serta referensi yang digunakan untuk memberikan pengertian dasar yang membahas teori yang dipakai dalam melandasi penelitian ini.

### **BAB III Metode Penelitian**

Pada bab III berisi tentang jenis penelitian, sumber data dan teknik pengumpulan data, populasi dan sampel, variabel dan instrumen penelitian dan teknik analisis data.

### **BAB IV Pembahasan**

Pada bab IV berisi tentang pembahasan hasil penelitian mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Pelanggan aplikasi mobile banking bank konvensional dan bank syariah

### **BAB V Penutup**

Pada bab V berisi tentang kesimpulan mengenai hasil penelitian yang telah dilakukan dan dari dari peneliti untuk penelitian selanjutnya.



## BAB II LANDASAN TEORI

### A. Kerangka Teori

#### 1. Technology Acceptance Model (TAM)

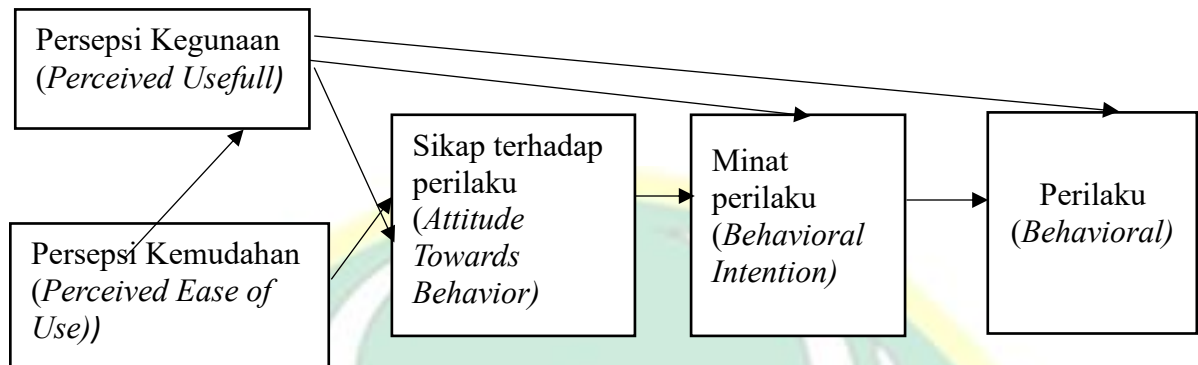
##### a. Pengertian Technology Acceptance Model (TAM)

Dalam penelitian ini *Technology Acceptance Model* (TAM) menjadi dasar teori pada penerapannya sebab teori ini merupakan suatu model dimana ruang lingkup yang dibahas seputas dengan keputusan seseorang individu untuk menggunakan teknologi informasi tertentu. TAM ini diperkenalkan oleh David tahun 1986. Dimana teori TAM digunakan sebagai landasan untuk mempelajari dan memahami perilaku seseorang dalam menerima dan menggunakan sebuah sistem informasi. Perluasan konsep dari TAM sendiri diharapkan akan membantu memprediksi sikap dan penerimaan seseorang terhadap teknologi dan dapat memberikan informasi mendasar yang digunakan untuk mengetahui faktor-faktor yang menjadi pendorong seseorang untuk menerima teknologi tersebut.

*Technology Acceptance Model* (TAM) adalah model yang sering digunakan untuk menganalisis faktor penerimaan sistem. Menurut Vankatesh dan Davis (2000) mengatakan bahwa TAM merupakan sebuah konsep sistem teknologi informasi baru. TAM merupakan model yang dianggap paling tepat dalam menjelaskan bagaimana user menerima sebuah sistem.



**Gambar 2 1**  
**Model Technology Acceptance Model (TAM)**



Sumber : Buku Jogiyanto, 2007

**b. Konstruk-konstruk pada *Technology Acceptance Model (TAM)***

Technology Acceptance Model (TAM) yang pertama yang belum dimodifikasi menggunakan lima konstruk utama. Kelima konstruk ini adalah sebagai berikut (Jogiyanto, 2017) :

- 1) Persepsi Kegunaan (*Perceived Usefulness*)
- 2) Persepsi Kemudahan Pengguna (*Perceived Ease of Use*)
- 3) Sikap terhadap perilaku (*Attitude Towards Using Technology*)
- 4) Minat perilaku (*behavioral intention*) atau minat perilaku menggunakan teknologi (*behavioral intention to use*)
- 5) Perilaku (*behavioral*) atau penggunaan teknologi sesungguhnya (*actual technology use*).

**c. Kelebihan *Technology Acceptance Model (TAM)***

Dalam teori TAM memiliki kelebihan, berikut adalah kelebihan yang terdapat dalam teori TAM sebagai berikut :

- 1) TAM adalah model perilaku yang bermanfaat untuk menjelaskan alasan mengapa banyak sistem informasi yang gagal diterapkan karena pemakainnya tidak memiliki intensi untuk menggunakannya
- 2) TAM dibangun atas dasar teori yang kuat

- 3) TAM telah diuji melalui banyak penelitian dan hasil-hasilnya sebagian besar mendukung dan menyimpulkan bahwa teori TAM adalah model yang baik
- 4) Kelebihan TAM yang paling penting adalah model ini merupakan model yang parsimoni yaitu model yang sederhana tetapi valid.

**d. Kelemahan *Technology Acceptance Model* (TAM)**

Dalam Teori TAM juga memiliki kelemahan, diantaranya sebagai berikut:

- 1) Teori TAM hanya menyediakan informasi atau hasil yang sangat umum mengenai minat dan perilaku pemakaian sistem dalam menerima sistem informasi teknologi
- 2) TAM belum menjelaskan informasi mengenai mengapa pemakai sistem mempunyai kepercayaan-kepercayaan tersebut.

**2. Perbankan**

**a. Bank Konvensional**

**1. Pengertian Bank Konvensional**

Perbankan Indonesia dalam menjalankan fungsinya berasaskan prinsip kehati-hatian. Fungsi utama perbankan Indonesia adalah sebagai penghimpun dan penyalur dana masyarakat serta bertujuan untuk menunjang pelaksanaan pembangunan nasional dalam rangka meningkatkan pemerataan pembangunan dan hasil-hasilnya, pertumbuhan ekonomi dan stabilitas nasional kearah peningkatan taraf hidup rakyat.

Menurut UU No 10 tahun 1998 bank adalah kegiatan usaha secara konvensional yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Menurut Kasmir (2008) bank sebagai lembaga keuangan yang kegiatannya adalah menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali dana tersebut ke masyarakat serta memberikan jasa-jasa bank (Kasmir, 2008).

Menurut Lukman Dendawijaya (2005) bank adalah badan usaha yang tugas utamanya sebagai lembaga perantara keuangan (*financial intermediaries*) yang menyalurkan dana dari pihak yang kelebihan dana (*surplus unit*) kepada pihak yang membutuhkan dana atau kekurangan dana (*deficit unit*) pada waktu yang ditentukan. Menurut Thomas Suyatno dkk (2008) bank dapat dilihat pada tiga sisi yaitu bank sebagai penerima kredit (*bank as loan recipients*), bank sebagai pemberi kredit (*bank as a creditor*), dan bank sebagai pemberi kredit bagi masyarakat (*bank as a lender for the community*) melalui sumber yang berasal dari modal sendiri, simpanan atau tabungan masyarakat maupun melalui penciptaan uang bank (Amelia et al, 2019).

Dari definisi di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa bank adalah lembaga keuangan yang dimana kegiatannya adalah menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan, giro dan menyalurkan dana ke masyarakat dalam bentuk kredit.

## **2. Produk dan Jasa Bank Konvensional**

### **a) Simpanan**

- 1) Simpanan Giro (*Demand Deposit*) adalah simpanan pada bank yang penarikannya dapat dilakukan sewaktu-waktu dengan menggunakan cek atau bilyet giro.
- 2) Simpanan Tabungan (*Saving Deposit*) adalah simpanan pada bank yang penarikannya sesuai dengan persyaratan yang ditetapkan oleh bank. Penarikan tabungan dilakukan menggunakan buku tabungan, slip penarikan, kuitansi atau kartu anjungan tunai mandiri (ATM).
- 3) Simpanan deposito (*Time Deposit*) adalah simpanan yang memiliki jangka waktu tertentu (jatuh tempo). Penarikannya pun dilakukan sesuai jangka waktu

tertentu. Namun, saat ini sudah ada bank yang memberikan fasilitas deposito yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat.

b) Pinjaman

- 1) Kredit Investasi adalah kredit yang diberikan kepada pengusaha yang melakukan investasi atau penanaman modal. Biasanya kredit jenis ini memiliki jangka waktu yang relatif panjang yaitu di atas satu tahun.
- 2) Kredit Modal Kerja adalah kredit yang digunakan sebagai modal usaha. Biasanya kredit jenis ini berjangka waktu yaitu tidak lebih dari satu tahun.
- 3) Kredit perdagangan adalah kredit yang diberikan kepada para pedagang dalam rangka memperlancar atau memperluas atau memperbesar kegiatan perdagangannya
- 4) Kredit Produktif adalah kredit yang dapat berupa investasi, modal kerja, atau perdagangan. Dalam arti kredit ini diberikan untuk diusahakan kembali sehingga pengembalian kredit diharapkan dari hasil usaha yang dibiayai.
- 5) Kredit Konsumtif adalah Kredit yang digunakan untuk keperluan pribadi misalnya keperluan konsumsi, baik pangan, sandang, maupun papan
- 6) Kredit Profesi adalah kredit yang diberikan para kalangan profesional seperti dosen, dokter dan lain-lain.

**b. Bank Syariah**

**1. Pengertian Bank Syariah**

Bank syariah adalah bank yang aktivitasnya menghindari akan masalah riba. Dengan demikian, dalam dunia islam terkait bunga bank yang dianggap riba sangat di hindari. Perbankan syariah didirikan didasarkan pada alasan filosofis

maupun praktik. Alasan filosofisnya adalah terdapat larangan riba dalam transaksi keuangan maupun non keuangan.

Menurut UU No 21 tahun 2008 perbankan syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut bank syariah dan unit usaha syariah mencakup kegiatan usaha, lembaga keuangan, serta tata cara dan proses di dalam melaksanakan kegiatan usahanya (Amelia et al, 2019). Bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya dengan didasarkan pada prinsip syariah dan menurut jenisnya bank syariah terdiri dari BUS (Bank Umum Syariah), UUS (Unit Usaha Syariah), dan BPRS (Bank Pembiayaan Rakyat Syariah).

## 2. Produk-produk Bank Syariah

### a) Penyaluran Dana

1) Jual Beli, Prinsip jual beli normalnya dilakukan karena adanya kebutuhan perpindahan barang dari pihak perbankan ke nasabah ataupun sebaliknya. Dalam akad jual beli, perbankan syariah biasa nyamenggunakan tiga macam prinsip, yaitu:(Amelia et al, 2019) :

(a) *Ba'I Al Murabahah* adalah jual beli yang harga jualnya merupakan harga awal barang (modal) ditambah dengan keuntungan yang telah disepakati oleh pihak bank dan nasabah.

(b) *Ba'I Assalam* adalah jual beli dimana pemesan atau pembeli menyerahkan uangnya di tempat akad sesuai dengan harga barang yang dipesan dan sifat barang telah disebutkan sebelumnya. Dalam hal ini, setelah uang diserahkan ke bank maka bank akan memegang tanggung jawab atas uang tersebut dan proses pembayaran akan dilakukan dengan segera.

(c) *Ba'I Al Istishna* adalah bagian atau salah satu jenis *ba'I assalam*, namun peruntukannya cenderung lebih

fokus dalam bidang manufaktur. Setiap hal yang berlaku dalam *ba'I assalam* juga berlaku pada *ba'I* ini. Hanya saja proses pembayaran *ba'I al istishna* ini biasanya dilakukan dalam beberapa termin pembayaran.

- 2) Sewa (*Ijarah*), Prinsip ini merupakan prinsip berupa kesepakatan antara perbankan dan nasabah dalam aktivitas penyewaan barang. Dalam hal ini, nasabah akan menyewa barang milik perbankan dengan besaran biaya sewa yang ditentukan melalui kesepakatan bersama (Amelia et al, 2019).
- 3) Bagi Hasil, dalam prinsip ini bank syariah menyediakan dua macam produk sebagai berikut (Amelia et al, 2019):
  - (a) Musyarakah adalah produk bank syariah dimana ada dua pihak atau lebih yang bekerja sama untuk meningkatkan aset yang dimiliki secara bersama-sama dimana setiap pihak memadukan setiap sumber daya yang mereka punya entah itu yang berwujud atau pun tidak berwujud. Dalam hal ini, setiap para pihak yang terlibat berkontribusi di hampir semua aspek yaitu dana, tenaga, dan operasional. Satu hal yang perlu ditekankan dalam prinsip ini adalah pemilik modal memegang hak atas kebijakan usaha yang dijalankan.
  - (b) Mudharabah adalah produk bank syariah dimana ada dua pihak atau lebih yang bekerja sama dengan mekanisme, pemilik modal menyerahkan modal yang dimilikinya untuk dikelola dengan perjanjian pembagian keuntungan. Dalam hal ini, pemilik modal tidak ikut andil dalam pengelolaan usaha sama sekali.

b) Penghimpun Dana

- 1) Wadiah, Prinsip Wadiah yang diterapkan dalam aktivitas penghimpun dana biasanya adalah *wadiah yaddhamanah*. Dalam *wadiah* ini, pihak bank bertanggung jawab seutuhnya terhadap keutuhan titipan dana nasabah, sehingga pihak bank boleh memanfaatkan atau pun mengelola titipan dana tersebut. Hal ini berbeda dengan prinsip wadiah amanah, dimana pihak perbankan tidak diperbolehkan sama sekali untuk mengelola ataupun memanfaatkan dana yang dititipkan oleh nasabah (Amelia et al, 2019).
- 2) Mudharabah, dalam prinsip *mudharabah* nasabah bertindak sebagai pemilik modal dan pihak bank bertindak sebagai pengelola modal. Dalam praktiknya, bank syariah biasanya menggunakan tiga prinsip *mudharabah* sebagai berikut (Amelia et al, 2019):
  - (a) *Mudharabah Mutlaqah*, prinsip *Mudharabah* ini dapat berbentuk tabungan dan deposito. Dalam praktiknya, perbankan biasanya menyediakan dua jenis produk yaitu produk *Mudharabah* dan deposito *Mudharabah*. Dalam hal ini tidak ada batasan sama sekali bagi bank untuk mengelola dana yang telah disetorkan.
  - (b) *Mudharabah Muqayyadah on Balance Sheet* dalam *Mudharabah*, pihak bank diperbolehkan mengelola dana milik nasabah dengan mengikuti persyaratan-persyaratan khusus yang telah ditentukan sebelumnya, seperti jenis bisnis, dll.
  - (c) *Mudharabah Muqayyadah off Balance Sheet* adalah sistem pengelolaan dana dimana bank hanya bertindak sebagai perantara saja dalam aktivitas

penyerahan dana dari pemilik dana ke pengelola dana. Dalam hal ini, aktivitas pengelolaan dana tidak lagi dipegang dan ditentukan oleh perbankan, melainkan oleh pemilik dana sendiri. Sama seperti prinsip *Muqayyadah on Balance Sheet* dalam prinsip ini pemilik dana juga boleh mengajukan persyaratan-persyaratan khusus kepada pengelola dana.

c) Jasa Perbankan

- 1) *Sharf* adalah jasa perbankan yang mencakup transaksi jual beli mata uang asing atau valas. Dalam mekanisme *sharf*, setiap aktivitas transaksi dilakukan secara *spot* atau langsung dan pihak bank mengambil keuntungan dari selisih kurs jual dan kurs beli yang berlaku (Amelia et al, 2019).
- 2) *Ijarah* merupakan jasa perbankan berupa penyewaan aset untuk aktivitas penyimpanan uang dan barang-barang berharga milik nasabah. Dalam produk ini, pihak perbankan akan mendapatkan keuntungan berupa biaya sewa yang nilainya disepakati oleh dua belah pihak di awal akad perjanjian (Amelia et al, 2019).

**c. Perbedaan Bank Konvensional dan Bank Syariah**

Bank Konvensional dan Bank Syariah memiliki perbedaan sebagai berikut (Wahyuna & Sulhamdi, 2022):

**Tabel 2.1**

**Perbedaan Bank Konvensional dan Bank Syariah**

No	Bank Syariah	Bank Konvensional
1	Prinsip pelaksanaan Bank Syariah berdasarkan hukum islam yang mengacu pada Al-Quran dan Hadist yang diatur	Prinsip pelaksanaan Bank Konvensional menggunakan prinsip konvensional dengan acuan peraturan nasional dan



	oleh fatwa ulama sehingga seluruh aktivitas keuangannya menganut prinsip islam.	internasional berdasarkan hukum berlaku.
2	Sistem operasional Bank Syariah tidak menerapkan bunga dalam transaksinya. Menurut syariat islam, bunga masuk dalam kategori riba sehingga sistem operasional Bank Syariah menggunakan akad bagi hasil atau nisbah. Kesepakatan antara nasabah dan pihak bank berdasarkan pembagian keuntungan dan melibatkan kegiatan jual beli.	Sistem operasional Bank Konvensional menerapkan suku bunga dan perjanjian secara umum berdasarkan nasional. Akad antara bank dan nasabah banyak dilakukan berdasarkan kesepakatan jumlah suku bunga.
3	Pengawasan kegiatan Bank Syariah terdiri dari berbagai lembaga, diantaranya dewan pengawas syariah, dewan syariah nasional, dan dewan komisaris bank.	Pengawasan kegiatan Bank Konvensional diawasi oleh dewan komisaris dalam kegiatannya.
4	Keuntungan Bank Syariah diperoleh dari jual-beli, sewa-menyewa, dan kemitraan dengan nasabah.	Keuntungan Bank Konvensional diperoleh dari suku bunga yang dibebankan pada nasabah.
5	Pada Bank Syariah tidak memiliki aturan beban denda bagi nasabah saat terlambat atau tidak bisa membayar. Sebagai gantinya, bank akan	Pada Bank Konvensional terdapat denda jika terlambat atau tidak bisa membayar dengan membebankan besaran bunga

	melakukan perundingan dan kesepakatan bersama.	pada nasabah hingga batas waktu yang ditetapkan.
6	Dalam Bank Syariah, hubungan antara nasabah dan bank terdiri dari 4 jenis yaitu penjual-pembeli, kemitraan, sewa dan penyewa. Dalam penggunaan akad murabahah, istishna, dan salam, pihak bank berperan sebagai penjual dan nasabah sebagai pembeli. Sementara akad musyarakat dan mudharabah memper- Lakukan hubungan kemitraan. Akad ijarah memposisikan bank sebagai pemberi sewa dan nasabah sebagai penyewa	Dalam Bank Konvensional, hubungan antara nasabah dan lembaga perbankan yaitu debitur dan kreditur. Nasabah bank konvensional berperan sebagai kreditur, sementara perbankan berperan sebagai debitu

### 3. Mobile Banking

#### a. Pengertian Mobile Banking

Menurut Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mengatakan bahwa mobile banking adalah transaksi perbankan melalui media handphone baik dalam bentuk aplikasi M-banking atau telepon seluler yang dapat diakses dimana saja dan kapan saja. Menurut Lida dan Ilham (2023) M-banking adalah fasilitas dari penyedia jasa dan bank dengan tujuan mempermudah masyarakat melakukan transaksi keuangan maupun non keuangan dengan menggunakan perangkat telepon yang dapat diakses jika memiliki internet. M-banking adalah fasilitas yang diberikan oleh perbankan kepada nasabah dengan tujuan untuk mempermudah nasabah dalam

bertransaksi dengan memanfaatkan fitur-fitur yang terdapat di aplikasinya (Lidia Sihotang, 2023).

Menurut Sukmawati dkk (2021) mengatakan bahwa mobile banking adalah salah satu layanan jasa yang menggunakan teknologi informasi dan suatu layanan perbankan yang disediakan bank untuk mendukung kemudahan transaksi. Mobile banking merupakan layanan perbankan yang menggunakan alat komunikasi (handphone) dengan penyediaan fasilitas untuk bertransaksi perbankan melalui aplikasi pada handphone (Sukmawati et al., 2021).

Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa adalah mobile banking adalah fasilitas yang dikeluarkan oleh perbankan dengan tujuan untuk mempermudah para nasabah bertransaksi keuangan dimana saja dan kapan saja.

#### **b. Manfaat dari Mobile Banking**

Dalam menggunakan mobile banking terdapat beberapa manfaat yang didapatkan oleh pelanggan, diantaranya sebagai berikut (Yuvita, 2022) :

- 1) Mudah untuk melakukan transaksi perbankan, karena tidak perlu datang secara langsung ke bank kecuali pada saat akan membuka rekening atau membuat mobile banking.
- 2) Praktis, setiap pelanggan bisa bertransaksi melalui ponsel dimana saja dan kapan saja
- 3) Aman, dalam mobile banking terdapat sistem keamanan yang disediakan oleh perbankan seperti pada aplikasi mobile banking terdapat pin yang dibuat oleh pelanggan sendiri.
- 4) Nyaman, nasabah seperti mempunyai ATM dalam genggaman karena berbagai transaksi yang terdapat di ATM kecuali penarikan tunai.

#### **c. Dampak Penggunaan Mobile Banking**

Dalam pemakai mobile banking, pasti terdapat dampak yang ditimbulkan. Menurut Siti Bejan dkk (2022) terdapat dampak

penggunaan mobile banking sebagai berikut (Siti Bejana Siagian, 2022):

1) Nasabah

Dampak bagi nasabahnya adalah mereka dapat memperoleh suatu pelayanan yang memudahkan mereka untuk melakukan transaksi apa saja dan dimana saja

2) Bank

Dampak bagi bank yaitu dengan adanya mobile banking, bank memperoleh profit dari pada nasabah karena dengan adanya layanan mobile banking

#### **4. Kualitas Pelayanan**

##### **a. Pengertian Kualitas Pelayanan**

Menurut Dewanti & Tjandra (2014), Kualitas Pelayanan adalah keadaan dimana yang terkait dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang dapat memenuhi dan melebihi keinginan pelanggan (Chandra et al, 2017). Kualitas pelayanan merupakan kewajiban yang dilakukan oleh perusahaan agar mampu bertahan dan tetap eksis dikalangan para pelanggan

Menurut Tjiptono (2012) mengatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan tingkat keuntungan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan yang dimana digunakan untuk memenuhi keinginan konsumen. Apabila jasa atau layanan yang diberikan sesuai dengan yang diharapkan maka kualitas pelayanan akan dipersepsikan baik dan memuaskan. Akan tetapi layanan atau jasa yang diberikan melampaui harapan konsumen maka kualitas pelayanan akan dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal (Marnovita, 2020).

Dari definisi-definisi diatas dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah segala bentuk pelayanan secara maksimal yang diberikan oleh suatu perusahaan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dan memenuhi harapan pelanggan.

## **b. Prinsip-Prinsip Kualitas Pelayanan**

Menurut Sulistiyowati (2018) terdapat 6 prinsip yang terdapat dalam kualitas pelayanan sebagai berikut:

### 1) Kepimpinan

Strategi kualitas pelayanan suatu perusahaan merupakan salah satu inisiatif dan komitmen yang dimiliki oleh manajemen puncak. Manajemen puncak harus bisa memimpin dan mengarahkan organisasinya dalam upaya peningkatan kinerja kualitas. Tanpa kepemimpinan dari manajemen puncak, usaha peningkatan kualitas hanya akan berdampak kecil

### 2) Pendidikan

Pendidikan merupakan salah satu prinsip yang harus dipertimbangkan dalam kualitas pelayanan. Dalam kualitas pelayanan pendidikan harus meliputi kualitas pelayanan yang diberikan oleh suatu perusahaan mampu memberikan kepuasan dan mutu para perlanggannya seperti, perguruan tinggi terhadap mahasiswanya. Kualitas pelayanan pendidikan merupakan ukuran sejauh mana suatu pelayanan yang diberikan oleh suatu perusahaan untuk dapat membantu meningkatkan kualitas mutu dan mempertahankan keuangan perusahaan tersebut.

### 3) Perencanaan

Strategi kualitas pelayanan harus melalui proses perencanaan yang matang untuk mencapai visi perusahaan. Perencanaan yang strategis dalam kualitas pelayanan mencakup pengukuran dan tujuan kualitas yang digunakan perusahaan untuk mengarahkan perusahaanya untuk mencapai tujuan dari perusahaan tersebut. Manajemen puncak harus mengarahkan perusahaanya dalam upaya peningkatan kinerja kualitas melalui perencanaan strategi yang mencakup pengukuran dan tujuan kualitas.

### 4) Review

Proses review adalah salah satu alat yang efektif bagi manajemen puncak untuk mengubah perilaku dalam organisasi. Proses ini merupakan proses mekanisme yang menjamin adanya perhatian terus menerus untuk mewujudkan sasaran – sasaran kualitas pelayanan/

5) Komunikasi

Implementasi strategi kualitas dalam organisasi dipengaruhi oleh proses komunikasi organisasi, baik dengan karyawan, pelanggan maupun stakeholder. Komunikasi harus dilakukan oleh karyawan yang memiliki peranan penting dalam melayani pelanggan. Karyawan harus memiliki kemampuan untuk menjalankan tugas berdasarkan standar yang ada termasuk pelatihan yang diberikan untuk dapat mengkomunikasikan yang efektif.

6) Penghargaan dan pengakuan

Penghargaan dan pengakuan merupakan aspek penting dalam implementasi strategi kualitas pelayanan. Setiap pegawai yang berprestasi yang baik harus dihargai dan diakui oleh suatu perusahaan. Prinsip penghargaan dan pengakuan sebagai salah satu upaya perusahaan untuk mencapai visinya.

**c. Indikator-Indikator**

Menurut Parasuraman (2001), terdapat 5 indikator dalam kualitas pelayanan sebagai berikut :

1) Bukti fisik

Bukti fisik adalah kemampuan perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pelanggan. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh suatu perusahaan tersebut.

2) Keandalan

Keandalan adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan yang sesuai dengan apa diinginkan oleh pelanggan. Kinerja yang sesuai dengan harapan pelanggan berarti ketepatan waktu. Pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi.

### 3) Daya Tanggap

Ketanggapan adalah suatu kemampuan perusahaan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsif*) dan tepat kepada pelanggan dengan menyampaikan informasi yang jelas.

### 4) Jaminan

Jaminan merupakan pengetahuan, kesopanan, dan kemampuan karyawan yang dimiliki perusahaan dalam membangun kepercayaan para pelanggannya. Jaminan itu terdiri dari beberapa komponen seperti komunikasi, kredibilitas, keamanan, kompetensi dan sopan santu.

### 5) Empati

Empati adalah perusahaan memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada pelanggan dengan dengan cara memahami keinginan yang diharapkan oleh pelanggan (Marnovita, 2020).

## 5. Kepercayaan

### a. Pengertian Kepercayaan

Kepercayaan konsumen adalah suatu bagian yang penting dalam suatu bisnis, jika konsumen yang percaya pada produk atau layanan yang diberikan oleh suatu perusahaan maka konsumen akan terus menerus menggunakan produk atau layanan tersebut. Oleh karena itu perusahaan harus mampu menjaga dan menenangkan kepercayaan konsumen. Kepercayaan didefinisikan sebagai

probabilitas konsumen yang diharapkan untuk memenuhi harapan konsumen (Tezar et al, 2021).

Menurut Suhardi & Taufik (2018) mengatakan bahwa kepercayaan adalah harapan tentang orang yang dipercayai kata-kata orang lain. Menurut Chulaifi & Setyowati (2018) kepercayaan adalah keyakinan bahwa seseorang akan menemukan apa yang diinginkan terhadap suatu perusahaan. Kepercayaan ini melibatkan kemauan seseorang untuk berperilaku sesuai karena percaya bahwa perusahaan tersebut mampu memenuhi harapan yang diinginkan (Sudayana, 2020).

Dari definisi-definisi diatas dapat disimpulkan bahwa kepercayaan adalah kepercayaan seseorang terhadap suatu perusahaan atau penyedia layanan dalam melakukan hubungan transaksi berdasarkan keyakinan bahwa perusahaan tersebut mampu dipercayai dalam memenuhi segala kewajiban secara baik sesuai yang diharapkan.

#### **b. Faktor yang mempengaruhi kepercayaan**

Menurut Lutfi (2011) terdapat 3 faktor yang mempengaruhi kepercayaan konsumen sebagai berikut (Kasinem, 2020) :

##### **1) Pengalaman (*Experienced*)**

Pengalaman adalah sesuatu yang pernah dialami seseorang yang berkaitan dengan pekerjaan yang dilakukan oleh perusahaan, mengenai bisnis dan prestasi perusahaan dalam bidang perekonomian dan lain-lainnya. Pengalaman yang banyak dan menarik dalam bisnis akan membuat perusahaan lebih memahami keinginan dan kebutuhan para pelanggan.

##### **2) Kualitas Kerja**

Kinerja kerja adalah proses dan hasil akhir perusahaan yang dinilai oleh pelanggan. Kualitas kerja yang tidak terbatas akan menghasilkan kepercayaan yang tinggi.

##### **3) Kecerdasan**



Kecerdasan adalah kemampuan perusahaan dalam mengelola masalah yang terjadi dengan perusahaan tersebut. Kecerdasan dapat membangun suatu kepercayaan karena kredibilitas yang tinggi tanpa didasari seperti kecerdasan dalam menarik pelanggan.

### c. Indikator-indikator

Menurut Kotler & Keller (2009) terdapat 4 indikator kepercayaan, diantaranya sebagai berikut (Kotler & Keller, 2009) :

- 1) Kemampuan (*Ability*) adalah sebuah penilaian terkini tentang apa yang dapat dilakukan oleh suatu perusahaan dalam mengakibatkan pelanggan mempunyai kepercayaan terhadap pelayanan yang baik dari perusahaan tersebut.
- 2) Kesiediaan Bergantung (*Willingness to depend*) adalah kesiediaan seseorang untuk bergantung kepada perusahaan berupa penerimaan resiko atau konsekuensi negatif yang mungkin terjadi.
- 3) Kesungguhan (*Benevolence*) adalah seberapa besar seseorang percaya kepada perusahaan untuk berperilaku baik kepada pelanggan.
- 4) Integritas (*Integrity*) adalah seberapa besar keyakinan seseorang terhadap kejujuran perusahaan untuk menjaga dan memenuhi kesepakatan yang telah dibuat kepada pelanggan.

## 6. Kepuasan Pelanggan

### a. Pengertian Kepuasan Pelanggan

Menurut Rangkuti (2006) mengatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakan setelah pemakaian (Rangkuti, 2006). Menurut Kotler (2012) kepuasan adalah perasaan seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang diharapkan terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja produk yang dihasilkan oleh perusahaan sesuai

dengan yang diharapkan maka pelanggan akan merasa puas sedangkan jika kinerja perusahaan yang diharapkan tidak memenuhi harapan pelanggan maka pelanggan akan merasa tidak puas atas kinerja perusahaan tersebut (Kasinem, 2020).

**b. Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan**

Menurut Rangkuti (2006), terdapat 5 faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, faktor tersebut sebagai berikut (Rangkuti, 2006) :

- 1) Produk atau jasa adalah hal dasar yang ditawarkan oleh perusahaan kepada pelanggan dengan tujuan untuk membuat pelanggan tertarik untuk membeli produk atau jasa
- 2) Sistem dan layanan pendukung adalah layanan-layanan pendukung yang diberikan oleh perusahaan kepada pelanggan untuk mendukung kelengkapan dari layanan atau produk.
- 3) Performa teknik berkaitan dengan apakah perusahaan menetapkan produk dan layanan pendukungnya dengan benar, seperti mengikuti standar SOP yang ada, penghantaran tepat waktu, menepati janji, sedikit kesalahan pada produk dan jasa.
- 4) Elemen-elemen interaksi dengan pelanggan mengacu pada interaksi penyedia jasa dengan pelanggan melalui tatap muka langsung atau melalui kontak yang sudah disediakan oleh perusahaan.
- 5) Elemen emosional dimensi afektif pelayanan adalah menumbuhkan perasaan positif dalam diri pelanggan kepada perusahaan.

Menurut Kasinem (2020) terdapat lima faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan diantaranya sebagai berikut (Kasinem, 2020) :

- 1) Kualitas Produk adalah apabila pelanggan merasa puas dengan produk yang diharapkan maka mereka akan menunjukkan bahwa produk tersebut memiliki kualitas produk yang berkualitas.

- 2) Harga adalah produk yang berkualitas yang sama dengan produk yang lain akan tetapi ditetapkan dengan harga yang berbeda misalnya harga yang relatif murah dibandingkan dengan produk yang sama akan memberikan yang nilai tinggi terhadap pelanggan.
- 3) Kualitas Pelayanan, dalam industri kualitas pelayanan adalah mutlak yang harus dilakukan oleh perusahaan agar pelanggan merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh perusahaan tersebut.
- 4) Emosional (Kepercayaan) adalah respon pelanggan akan ketidaksesuaian atau kesesuaian antara harapan mereka dan ekspektasi mereka akan suatu produk/jasa yang diterima.
- 5) Biaya adalah pelanggan tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk/jasa, maka pelanggan akan merasa puas pada produk/jasa.

### **c. Indikator-indikator**

Menurut Tjiptono (2000), menyebutkan 4 indikator yang terdapat dalam kepuasan pelanggan diantaranya sebagai berikut (Tjiptono, 2000) :

#### 1) Kesesuaian harapan

Kesesuaian harapan adalah tingkat kesesuaian antara harapan atau ekspektasi dengan kinerja yang dirasakan oleh pelanggan. Kesesuaian harapan yang diharapkan oleh pelanggan seperti produk, pelayanan dan fasilitas yang disediakan oleh perusahaan melebihi ekspektasi yang diharapkan.

#### 2) Minat berkunjung kembali

Pelayanan yang disediakan perusahaan berkualitas dan menciptakan kepuasan pelanggan maka pelanggan akan membeli ulang produk yang disediakan oleh perusahaan tersebut

### 3) Kesiediaan merekomendasikan

Kesiediaan merekomendasikan adalah kesiediaan pelanggan untuk merekomendasikan produk yang ditawarkan oleh perusahaan kepada teman atau keluarganya untuk dijadikan alat ukuran yang akan dianalisis dan ditindaklanjuti. Apabila pelayanan yang diterima sesuai dengan yang diharapkan maka pelanggan akan melakukan pembelian jasa untuk menggunakan jasa tersebut dan akan merekomendasikan hal tersebut kepada orang lain.

## B. Landasan Teologi

Berdasarkan hal yang telah dijelaskan pada kajian pustaka

### 1. Kualitas dalam Persepektif Islam

Islam mengajarkan ketika ingin memberikan hasil usaha yang baik berupa barang atau pelayanan/jasa, maka berikan kualitas yang terbaik dan jangan memberikan yang buruk atau tidak berkualitas kepada orang lain. Seperti terdapat di dalam Al-Quran surat Al-Baqarah ayat 267:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ ۖ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِأَخِيهِ إِلَّا أَنْ تُغْمِضُوا فِيهِ ۗ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ عَنِّي حَمِيدٌ

“Wahai orang-orang yang beriman, infakkanlah sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untukmu. Janganlah kamu memilih yang buruk untuk kamu infakkan, padahal kamu tidak mau mengambilnya, kecuali dengan memicingkan mata (enggan) terhadapnya. Ketahuilah bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji”. (Terjemahan Al Quran Kemenag)

Di Islam setiap pelaku bisnis harus bersikap profesional yaitu dapat bekerja dengan cepat dan tepat sehingga tidak akan menyia-nyaiakan amanat yang menjadi tanggung jawabnya, buruknya perilaku para pengusaha bisnis untuk menentukan sukses atau gagalnya bisnis yang dijalankan.

### 2. Kepercayaan dalam Persepektif Islam

Dalam persepektif islam. Kepercayaan adalah nilai yang sangat dihargai. Islam mengajarkan umatnya untuk mematuhi janji, berlaku adil, dan menjaga kepercayaan dalam segala aspek kehidupan. seperti dijelaskan dalam surat An-Nahl ayat 91 :

وَأَوْفُوا بِعَهْدِ اللَّهِ إِذَا عَاهَدْتُمْ وَلَا تَنْفُضُوا الْأَيْمَانَ بَعْدَ تَوْكِيدِهَا وَقَدْ جَعَلْتُمُ اللَّهَ عَلَيْكُمْ كَفِيلًا إِنَّ اللَّهَ يَعْلَمُ مَا تَفْعَلُونَ

“Tepatilah janji dengan Allah apabila kamu berjanji. Janganlah kamu melanggar sumpah(-mu) setelah meneguhkannya, sedangkan kamu telah menjadikan Allah sebagai saksimu (terhadap sumpah itu). Sesungguhnya Allah mengetahui apa yang kamu kerjakan”.

Berdasarkan ayat Al-Quran diatas dapat didefinisikan bahwa untuk memenuhi janji apabila telah berjanji. Kepercayaan akan terbentuk apabila antara perusahaan dan pelanggan saling terbuka, kompeten, adil, jujur, dan penuh penghargaan.

### 3. Kepuasan dalam Persepektif Islam

Dalam persepektif islam, kepuasan sering kali terhubung dengan perasaan ridho terhadap apa yang diterima atau yang dirasakan. Seperti dijelaskan dalam ayat Al-Quran surat An-Nisa ayat 29 :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

“Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan cara yang batil (tidak benar), kecuali berupa perniagaan atas dasar suka sama suka di antara kamu. Janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu”

Berdasarkan ayat Al-Quran diatas, dapat didefinisikan bahwa untuk menciptakan kepuasan pelanggan dalam islam diperlukan adanya keadilan dan kejujuran serta mendasarkan aktivitas perniagaan atas dasar suka sama suka atau saling ridho sehingga tidak akan ada pihak yang merasa dirugikan oleh pihak lainnya.

### C. Kajian Pustaka

Kajian pustaka ini sebagai dasar pemikiran penyusunan penelitian ini. Dalam penelitian ini penulis melakukan telaah pustaka pada penelitian sebelumnya yang sudah terjamin keabsahannya. Dari situ penulis dalam proposal ini bisa mengamati sisi lain yang berbeda dalam penelitian terdahulu. Berdasarkan uraian diatas maka akan dijelaskan dalam bentuk tabel dibawah ini:

1. Niken Putri Wijayanti (2023) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Layanan BSI Mobile terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia di Kota Surakarta (Studi pada Generasi Z di Kota Surakarta)”. Tujuan penelitian menganalisa pengaruh *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *emphaty* terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia di kota Surakarta. Metode penelitian menggunakan kuantitatif. Subjek penelitian Gen Z kota Surakarta. Hasil penelitian menunjukkan Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *tangibless*, *reliability*, dan *emphaty* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah generasi z pengguna layanan BSI Mobile. Sedangkan variabel *responsiveness* dan *assurance* tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah generasi z pengguna layanan BSI mobile. Dari hasil penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *emphaty* terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia.
2. Rayman Suci ( 2022) yang berjudul “ Analisis Perbandingan Tingkat Keputusan dan Kualitas Layanan BSI Mobile Banking dengan Action Mobile Banking Bank Aceh (Studi pada dosen Ar-Raniry)”. Tujuan penelitian untuk perbedaan antara kepuasan layanan dan kualitas layanan BSI Mobile Banking dengan Action Mobile Banking pada dosen UIN Ar-Raniry. Metode penelitian menggunakan penelitian kuantitatif dengan alat analisis Uji Paired Sample T-Test. Subjek penelitian ini adalah dosen UIN Ar-Raniry. Hasil penelitian ini tingkat kepuasan yang diterima oleh nasabah oleh nasabah BSI mobile banking

dengan Action mobile banking tidak memiliki perbedaan dan kualitas layanan antara BSI mobile banking dengan Action mobile banking terdapat perbedaan.

3. Ranti Dwi Lestari (2021) yang berjudul “ Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kemanfaatan dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah pada mobile banking BSI (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walingsongo Semarang)”. Tujuan penelitian untuk menjelaskan dan menganalisis pengaruh variabel persepsi kemudahan, persepsi kemanfaatan dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas menggunakan mobile banking BSI. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan alat analisis Regresi Linier Berganda. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan tidak berpengaruh secara signifikan dan negatif terhadap loyalitas menggunakan mobile banking BSI. Sedangkan persepsi kemanfaatan dan kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap loyalitas menggunakan mobile banking BSI.
4. Angga Wulandari (2021) yang berjudul “ Perbandingan Pengaruh Service Excellent dan Kualitas Layanan Mobile Banking terhadap Kepuasan Nasabah (Studi pada BRI Syariah KCP Ponorogo dan Bank Muamalat KCP Ponorogo)”. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh service excellent dan kualitas layanan mobile banking terhadap kepuasan nasabah di BRI Syariah KCP Ponorogo dan Bank Muamalat KCP Ponorogo dan untuk mengetahui perbedaan tingkat kepuasan nasabah di BRI Syariah KCP Ponorogo dan Bank Muamalat KCP Ponorogo. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan alat analisis regresi linier berganda dan Uji Mann Whitney. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa service excellent dan kualitas layanan mobile banking berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah di BRI Syariah KCP Ponorogo dan Bank Muamalat KCP Ponorogo dan terdapat perbedaan yang signifikan

tingkat kepuasan nasabah di BRI Syariah KCP Ponorogo dan Bank Muamalat KCP Ponorogo.

5. Nur Aisyah Febriani Pasaribu (2020) yang berjudul “ Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Bank Rakyat Indonesia Syariah di Yogyakarta”. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh keamanan, kemudahan, kecepatan, desain dan biaya terhadap tingkat kepuasan nasabah BRIS di Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan alat analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa keamanan, kemudahan, desain dan biaya berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat kepuasan nasabah BRIS di Yogyakarta. Sedangkan kecepatan tidak berpengaruh signifikan dan negatif terhadap tingkat kepuasan nasabah BRIS di Yogyakarta.
6. Melfi Adela (2020) yang berjudul “ Pengaruh Layanan M-Banking terhadap Kepuasan Nasabah (Studi kasus pada Bank BNI Syariah KCP Rajabasa)”. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kemudahan penggunaan layanan, keamanan sistem m-banking, kredibilitas perusahaan jasa perbankan, dan kecepatan terhadap kepuasan nasabah pada Bank BNI Syariah KCP Rajabasa. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan alat analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan layanan, kredibilitas perusahaan jasa perbankan, dan kecepatan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada Bank BNI Syariah KCP Rajabasa. Sedangkan keamanan sistem m-banking tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada Bank BNI Syariah KCP Rajabasa.
7. Elsandro Yoga Pranantha (2021) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Layanan dan Fitur Produk BSI Mobile terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia di Kabupaten Sleman”. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan dan fitur produk terhadap kepuasan nasabah BSI di Kabupaten Sleman. Penelitian ini



menggunakan metode kuantitatif dengan alat analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan dan fitur produk berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah BSI di Kabupaten Sleman.

8. Nabila Aulia Zahra (2021) yang berjudul “ Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna mobile banking Bank Syariah Mandiri”. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisa pengaruh kemudahan penggunaa, kemanfaatan dan kepercayaan terhadap kepuasan nasabah pengguna mobile banking bank syariah mandiri. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan alat analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kemudahan penggunaa, kemanfaatan dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna mobile banking bank syariah mandiri.
9. Maghfiratul Isnaini Rahmah (2023) yang berjudul “Pengaruh Layanan Webform Bank Syariah Indonesia, Layanan Mobile Banking dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Nasabah (Studi pada Mahasiswa Perguruan Tinggi Di Ponorogo)”. Tujuan penelitian ini adalah untuk melihat pengaruh layanan webform BSI, m-banking dan kepercayaan terhadap kepuasan nasabah. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan alat analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini layanan webform BSI, m-banking dan kepercayaan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah pada mahasiwa perguruan tinggi di Ponorogo.
10. Amila Firdaus Sa'idah (2023) yang berjudul “Pengaruh Manfaat, kepercayaan, dan Kemudahan terhadap Kepuasan Nasabah menggunakan Mobile banking ada masa Pandemi (Studi Kasus Bank BRI Kantor Cabang Jember)”. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh manfaat, kepercayaan dan kemudahan terhadap kepuasan nasabah menggunakan mobile banking pada masa pandemi di

BRI Cabang Jember. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan alat analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan manfaat, kepercayaan dan kemudahan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah menggunakan mobile banking pada masa pandemi di BRI Cabang Jember.

Tabel 2.2

## Penelitian Terdahulu

No	Nama dan Judul	Hasil Penelitian	Perbedaan
1	(Niken Putri Wijayanti, 2023) “ Pengaruh Kualitas Layanan BSI Mobile Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia di Kota Surakarta (Studi Pada Generasi Z di kota Surakarta)”.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel <i>tangibles</i> , <i>reliability</i> , dan <i>emphaty</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah generasi z pengguna layanan BSI Mobile. Sedangkan variabel <i>responsiveness</i> dan <i>assurance</i> tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah generasi z pengguna layanan BSI Mobile. Sedangkan secara simultan variabel <i>tangible</i> , <i>reliability</i> , <i>responsiveness</i> , <i>assurance</i> dan <i>emphaty</i> secara bersama berpengaruh terhadap kepuasan generasi z	<b>Objek :</b> Gen Z kota surakarta BSI  <b>Analisis Data:</b> Analisis Regresi Linier Berganda

		pengguna <i>BSI Mobile</i> .	
2	(Rayman Suci, 2022) “Analisis Perbandingan Tingkat Kepuasan dan Kualitas Layanan BSI Mobile Banking dengan Action Mobile Banking Bank Aceh (Studi Pada Dosen AR-Raniry).”	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat kepuasan yang diterima oleh nasabah antara BSI Mobile Banking dengan Action Mobile Banking tidak terdapat perbedaan, hal ini dapat dilihat dari harapan yang sesuai, minat dalam berkunjung serta ketersediaan untuk rekomendasi. Sedangkan pada kualitas layanan antara BSI mobile banking dengan Action mobile banking terdapat perbedaan yang dapat dilihat pada bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, serta perhatian yang dirasakan oleh nasabah.	<b>Objek :</b> Dosen AR-Raniry <b>Analisis Data:</b> Uji Paired Sample T-test
3	(Ranti Dwi Lestari, 2021) “ Pengaruh persepsi kemudahan, persepsi kemanfaatan, dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah pada mobile	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kemudahan tidak berpengaruh signifikan dan negative terhadap loyalitas mengguna	<b>Variabel Independen :</b> Persepsi Kemudahan, dan Persepsi kemanfaatan

	banking BSI (studi pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis islam UIN Walingsongo Semarang)”.  	mobile banking BSI sedangkan persepsi kemanfaatan, dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan dan positif terhadap loyalitas nasabah pada mobile banking BSI	<p><b>Variabel Dependen :</b> Loyalitas nasabah</p> <p><b>Objek :</b> Mahasiswa UIN Walingsongo Semarang pengguna BSI</p> <p><b>Analisis Data :</b> Analisis Regresi Liner Berganda</p>
4	(Angga Wulandari, 2021) “ Perbandingan pengaruh service excellent dan kualitas layanan mobile banking terhadap kepuasan nasabah (Studi pada BRI Syariah KCP Ponorogo dan Bank Muamalat KCP Ponorog)”.  	Hasil penelitian ini menunjukan bahwa service excellent dan kualitas layanan mobile banking berpengaruh signifikan terhadap kepuaan nasabah dan terdapat perbedaan yang signifikan antara tingkat kepuasan nasabah BRI Syariah KCP Ponorogo dan Bank Muamala KCP Ponorogo.	<p><b>Variabel Independent :</b> Service excellent</p> <p><b>Objek :</b> Nasabah BRI Syariah KCP Ponorogo dan nasabah Muamalat KCP Ponorogo</p> <p><b>Analisis Data:</b> Regresi Linear Berganda dan Uji Mann Whitney</p>
5	(Nur Aisya Febriani, 2020) “ Analisis pengaruh kualitas layanan mobile banking terhadap tingkat kepuasan nasabah Bank Rakyat Indonesia Syariah di Yogyakarta”.	Hasil penelitian ini menunjukan bahwa variabel keamanan. Kemudahan, desain, dan biaya berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat kepuaan nasabah.	<p><b>Objek :</b> Nasabah Bank BRI Yogyakarta</p> <p><b>Analisis Data :</b> Regresi Liner Berganda</p>

		Sedangkan variabel kecepatan tidak ada pengaruh yang signifikan terhadap tingkat kepuasan nasabah BRI Syariah di Yogyakarta.	
6	(Melfi Adela, 2020) “ Pengaruh Layanan M-Banking terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus pada Bank BNI Syariah KCP Rajabasa)”.	Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa bahwa variabel layanan <i>m-banking</i> yang meliputi kemudahan penggunaan layanan, keamanan sistem <i>m-banking</i> , kredibilitas perusahaan jasa layanan perbankan, dan kecepatan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah. Maka semakin tinggi kualitas layanan <i>m-banking</i> maka semakin meningkat kepuasan nasabah pada Bank BNI Syariah KCP Rajabasa	<b>Variabel Independent :</b> Layanan M-Banking  <b>Objek :</b> Nasabah Bank BNI Syariah KCP Rajabasa <b>Analisis Data :</b> Regresi Liner berganda
7	(Elsandri Yoga Pranantha, 2021) “ Pengaruh Kualitas Layanan dan fitur produk BSI Mobile terhadap kepuasan nasabah Bank	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan dan fitur produk BSI Mobile berpengaruh signifikan terhadap	<b>Variabel Independen :</b> Fitur Produk  <b>Objek :</b>

	Syariah Indonesia di Kabupaten Sleman”.	kepuasan nasabah di kabupaten sleman.	Nasabah BSI kabupaten Sleman  <b>Analisis Data :</b> Regresi Liner Berganda
8	(Nabila Aulia Zahra, 2021) “ Pengaruh Kemudahan pengguna, kemanfaatan dan kepercayaan terhadap kepuasan nasabah pengguna mobile banking (M-Banking) Bank Syariah Mandiri”.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kemudahan pengguna, kemanfaatan dan kepercayaan berpengaruh signifikan secara parsial dan simultan terhadap kepuasan nasabah pengguna mobile banking bank syariah mandiri.	<b>Variabel Independent :</b> Kemudahan pengguna dan kemanfaatan  <b>Objek :</b> Nasabah BSIM  <b>Analisis Data :</b> Regresi Ordinal
9	(Maghfiratul Isnaini Rahmah, 2023) “Pengaruh Layanan Webform Bank Syariah Indonesia, Layanan Mobile Banking dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Nasabah (Studi pada Mahasiswa Perguruan Tinggi Di Ponorogo)”.	Hasil penelitian ini layanan webform BSI, m-banking dan kepercayaan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah pada mahasiswa perguruan tinggi di Ponorogo.	<b>Variabel Independent :</b> Layanan webform, dan Layanan m-banking  <b>Objek :</b> Mahasiswa Perguruan Tinggi Di Ponorogo  <b>Analisis Data :</b> Analisis Regresi Linear Berganda

10	(Amila Firdatus Sa'idah, 2023) “Pengaruh Manfaat, kepercayaan, dan Kemudahan terhadap Kepuasan Nasabah menggunakan Mobile banking ada masa Pandemi (Studi Kasus Bank BRI Kantor Cabang Jember)”.	Hasil penelitian ini menunjukkan manfaat, kepercayaan dan kemudahan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah menggunakan mobile banking pada masa pandemi di BRI Cabang Jember.	<b>Variabel Independent :</b> Kemudahan dan Manfaat  <b>Objek :</b> Nasabah BRI Cabang Jember  <b>Analisis Data:</b> Regresi Linier Berganda
----	---	--	---

*Sumber : Penelitian Terdahulu*

#### **D. Hubungan Antar Variabel**

##### **1. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan pelanggan aplikasi mobile banking bank syariah dan bank konvensional**

Menurut Tezar (2021) mendefinisikan kepuasan pelanggan dihasilkan dari perbandingan ekpektasi seseorang terhadap produk atau layanan yang diterima (Tezar et al, 2021). Jika layanan kinerja melebihi harapan pelanggan, maka pelanggan akan merasa puas (senang) dan positif. Namun jika kinerja layanan tidak sesuai dengan harapan pelanggan, maka akan terjadi ketidakpuasan pelanggan. Kualitas pelayanan yang tinggi seringkali menjadi faktor kunci dalam mempertahankan pelanggan dan membangun loyalitas

Pada penelitian yang dilakukan oleh Elsandri Yoga Pranantha (2021), menghasilkan kualitas layanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah, terutama ketika pelayanan yang

diberikan sesuai dengan harapan nasabah. Berdasarkan kajian teori dan penelitian terdahulu, maka dirumuskan hipotesis pertama ( $H_1$ ) yaitu:

$H_1$  :Terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan aplikasi mobile banking bank syariah dan bank konvensional

$H_0$  :Tidak terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan aplikasi mobile banking bank syariah dan bank konvensional

## **2. Pengaruh Kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan aplikasi mobile banking bank syariah dan bank konvensional**

Kepercayaan adalah pernyataan lisan yang mencerminkan pengetahuan dan gagasan penilai spesifik seseorang atas ide atau hal (Irawan, 2018). Menurut Liu & Tai (2016) mengatakan bahwa kepercayaan itu kemauan seorang individu untuk mengambil resiko dalam memenuhi kebutuhan sendiri supaya tercapai. Kepercayaan sendiri merupakan kunci dalam membentuk hubungan yang positif antara pelanggan atau penyedia layanan. Ketika pelanggan percaya kepada suatu bisnis atau produk, mereka akan cenderung merasa nyaman, dan puas dalam bertransaksi atau berinteraksi.

Penelitian ini juga didukung oleh Nabila Aulia Zahra (2021) bahwa kepercayaan secara langsung mempengaruhi kepuasan nasabah pengguna M-Banking Bank Syariah Mandiri. Berdasarkan kajian teori dan penelitian terdahulu, maka dirumuskan hipotesis kedua ( $H_2$ ) yaitu :

$H_2$  :Terdapat pengaruh antara kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan aplikasi mobile banking bank syariah dan bank konvensional

$H_0$  :Tidak terdapat pengaruh antara kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan aplikasi mobile banking bank syariah dan bank konvensional



### **3. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan aplikasi mobile banking bank syariah dan bank konvensional**

Kualitas pelayanan merupakan salah satu hal terpenting pula dalam ruang lingkup berjalannya sebuah bisnis, apabila penyedia layanan memiliki pelayanan yang baik maka konsumen akan memberikan penilaian atau tanggapan yang baik pula. Menurut Rasyid (2017) kualitas layanan adalah sejauh mana evaluasi perbedaan harapan dan kenyataan layanan persepsi yang mereka terima dari perusahaan dan kemudian kedua belah pihak mengevaluasi sebagian atau seluruhnya (Tezar et al, 2021).

Kepercayaan didefinisikan sebagai pemikiran, perasaan, emosi atau perilaku yang dimanifestasikan ketika pelanggan merasa bahwa perusahaan dapat diandalkan untuk bertindak demi kepentingan terbaik mereka ketika mereka menyerahkan kontrol langsung. Kepercayaan pelanggan berhubungan erat dengan kepuasan pelanggan akan suatu produk, jasa, dan layanan. Kepercayaan muncul karena adanya kepuasan yang diperoleh pelanggan dari hasil, produk, jasa, dan layanan yang dirasakan (Putra & Indriyani, 2019). Berdasarkan kajian teori dan penelitian sebelumnya, maka dirumuskan hipotesis ketiga (H3) yaitu :

H<sub>3</sub> :Terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan aplikasi mobile banking bank syariah dan mobile banking bank konvensional

H<sub>0</sub> :Tidak terdapat pengaruh pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan aplikasi mobile banking bank syariah dan mobile banking bank konvensional.

### **4. Perbedaan kepuasan pelanggan aplikasi mobile banking bank syariah dan bank konvensional**

Menurut Tjiptono (2016), kepuasan atau tidakpuasan pelanggan merupakan respon pelanggan akan hasil akhir ketidaksesuaian yang dirasakan antara ekpektasi dan realita yang dirasakan setelah

pemakainya (Tjiptono, 2016). Menurut Muhammad, kepuasan pelanggan merupakan kunci keberhasilan suatu usaha, karena dengan memuskan pelanggan maka akan meningkatkan tingkat keuntungan dan dapat mempertahankan ekstensi perusahaan. Berdasarkan kajian teori dan penelitian sebelumnya, maka dirumuskan hipotesis ketiga (H3) yaitu :

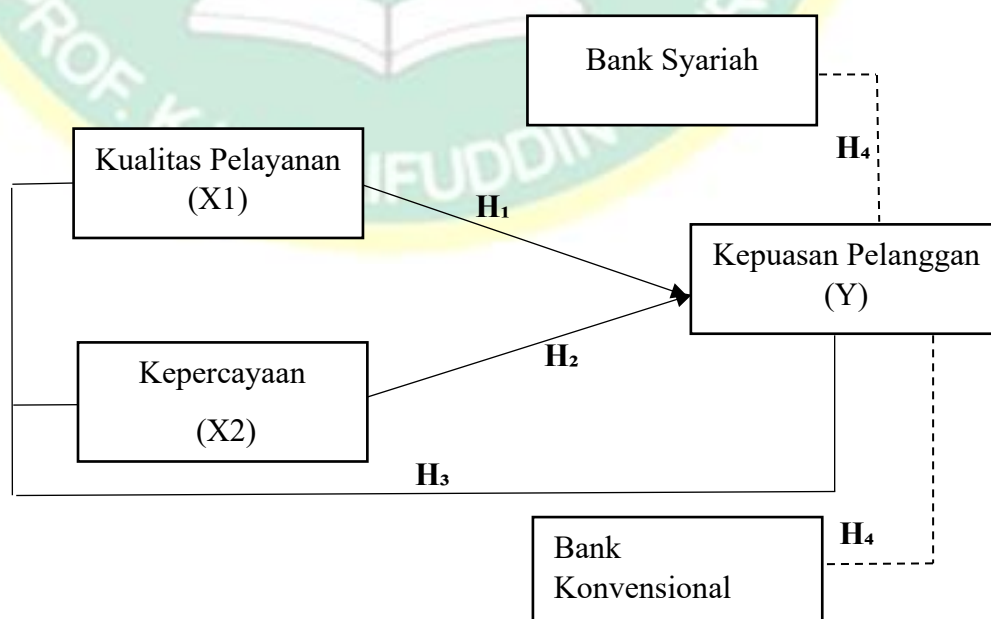
H<sub>4</sub> :Terdapat Perbedaan Kepuasan Pelanggan Pengguna Mobile Banking Bank Syariah dan Bank Konvensional

H<sub>0</sub> :Tidak terdapat Perbedaan Kepuasan Pelanggan Pengguna Mobile Banking Bank Syariah dan Bank Konvensional

### E. Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir sebagai acuan dalam proses penelitian untuk mencapai tujuan penelitian. Tujuan dari adanya penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan aplikasi mobile banking bank syariah dan bank konvensional (Studi Mahasiswa UIN Prof K.H Saifuddin Zuhri angkatan 2020-2021). Kerangka pemikiran sebagai berikut :

**Gambar 2 2**  
**Kerangka Pemikiran**



Keterangan :

- : Pengaruh Secara Parsial  
 ————— : Pengaruh Secara Simultan  
 ----- : Perbedaan

## F. Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara mengenai rumusan penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Diketahui sementara, karena jawaban yang diberikan didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data.

H<sub>1</sub> : Terdapat Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan aplikasi Mobile Banking Bank Syariah dan Bank Konvensional.

H<sub>0</sub> : Tidak terdapat Pengaruh Kualitas Pelayanan Bank Syariah dan Bank Konvensional Terhadap Kepuasan Pelanggan aplikasi Mobile Banking Bank Syariah dan Bank Konvensional

H<sub>2</sub> : Terdapat Pengaruh Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan aplikasi Mobile Banking Bank Syariah dan Bank Konvensional

H<sub>0</sub> : Tidak terdapat Pengaruh Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan aplikasi Mobile Banking Bank Syariah dan Bank Konvensional.

H<sub>3</sub> : Terdapat Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Pelanggan aplikasi Mobile Banking Bank Syariah dan Bank Konvensional

H<sub>0</sub> : Tidak terdapat Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Pelanggan aplikasi Mobile Bankin Bank Syariah dan Bank Konvensional

H<sub>4</sub> : Terdapat Perbedaan Kepuasan Pelanggan aplikasi Mobile Banking Bank Syariah dan Bank Konvensional

H<sub>0</sub> : Tidak terdapat Perbedaan Kepuasan Pelanggan aplikasi Mobile Banking Bank Syariah dan Bank Konvensional

## **BAB III METODE PENELITIAN**

### **A. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah menggunakan metode kuantitatif yaitu dengan melakukan pembagian angket atau kuisioner kepada mahasiswa UIN Prof K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto. Menurut Sugiyono (2017) mendefinisikan bahwa metode kuantitatif adalah metode penelitian yang berdasarkan filosofi positivisme yang mempelajari populasi atau sampel tertentu, biasanya dipilih secara acak dan menggunakan alat penelitian untuk mengumpulkan data yang dianalisis secara kuantitatif/statistik untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2017).

### **B. Tempat dan Waktu Penelitian**

Tempat penelitian ini berada di UIN Prof K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto yang berlokasi di Jl A. Yani 40-A, Purwokerto, Banyumas, Jawa Tengah. Penelitian ini akan dilakukan setelah penelitian ini disetujui. Penelitian ini pun dilakukan oleh penulis dengan mempertimbangkan efektivitas waktu perkuliahan UIN Prof K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto dan penelitian dimulai pada September 2023 – Mei 2024.

### **C. Populasi dan Sampel**

#### **1. Populasi**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Bambang & Arnata, 2020). Populasi pada penelitian ini adalah mahasiswa S1 UIN Prof K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto angkatan 2020-2021. Populasi tersebut dipilih karena memiliki potensi untuk menggunakan mobile banking, karena melihat perkembangan teknologi di dunia perbankan saat ini, terjadi pula peningkatan

penggunaan mobile banking. Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah 6.952 orang. Data tersebut disajikan dalam tabel sebagai berikut:

**Tabel 3 1**  
**Jumlah Mahasiswa angkatan 2020-2021**

No	Fakultas	Jumlah Mahasiswa
1	Ekonomi dan Bisnis Islam	1.275
2	Syariah	1.072
3	Dakwah	1.172
4	Tarbiyah dan Ilmu Keguruan	3.038
5	Ushuludin Adab dan Humaniora	395
<b>Total</b>		<b>6.952</b>

Sumber :Kabad Umum dan Akademik UIN Saizu Purwokerto

## 2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Sampel merupakan himpunan bagian dari populasi (Bambang&Arnata, 2020). Pada penelitian ini menggunakan teknik *non-probability sampling* dalam pengambilan sampel sehingga tidak memberikan kesempatan yang sama untuk setiap sampel yang diambil dari sebuah populasi. Metode pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dimana pemilihan sampel berdasarkan kriteria-kriteria tertentu. Adapun kriteria yang ditetapkan dalam penelitian ini sebagai berikut:

- a. Mahasiswa UIN Prof KH. Saifuddin Zuhri Purwokerto angkatan 2020-2021
- b. Mahasiswa yang memiliki 2 rekening dan pernah menggunakan aplikasi mobile banking baik itu bank konvensional dan bank syariah.

Karena sampel yang digunakan adalah mahasiswa S1 UIN Prof K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto angkatan 2020-2021 maka untuk menentukan berapa jumlah sampel dari suatu populasi maka dibutuhkan perhitungan, dalam penelitian perhitungan untuk menentukan jumlah sampel dari populasi yaitu menggunakan rumus Slovin. Berikut rumus slovin sebagai berikut : (Isna, 2013).

$$n = \frac{N}{1 + Nd^2}$$

Keterangan

$n$  : Ukuran Sampel yang dibutuhkan

$N$  : Jumlah Populasi

$d$  : Batas Kesalahan yang diperkirakan (5% )

$$n = \frac{N}{1 + Nd^2}$$

$$n = \frac{6.952}{1 + 6.952 (0,05)^2}$$

$$n = \frac{6.952}{1 + 6.952 (0,0025)}$$

$$n = \frac{6.952}{1 + 17,38}$$

$$n = \frac{6.952}{18.38} = 378,237 \text{ dibulatkan menjadi } 380$$

Dengan menghitung rumus diatas, dalam penelitian ini terdapat populasi sebanyak 6.952 mahasiswa dan menggunakan signifikan 5%. Maka dari itu, hasil perhitungan dengan rumus slovin yaitu berjumlah 378,237 atau dibulatkan menjadi 380.

#### D. Variabel dan Indikator Penelitian

##### 1. Variabel Penelitian

Menurut Bhisma Murti (1996) menjelaskan bahwa variabel adalah suatu objek yang dimana peneliti akan mempelajari dan menarik kesimpulan darinya. Variabel ini digunakan untuk membantu dalam merancang, eksperimen, mengumpulkan data, dan menyusun analisis untuk mencapai tujuan penelitian (Bambang & Arnata, 2020). Dalam penelitian ini terdapat dua jenis variabel yaitu:

##### a. Variabel Independen (Variabel X)

Variabel Independen atau variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (variabel terikat). Dalam penelitian ini

yang menjadi variabel independen adalah Kualitas Pelayanan (X1) dan Kepercayaan (X2).

b. Variabel Dependen (Variabel Y)

Variabel dependen atau variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau menjadi sebab akibat adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen adalah Kepuasan Pelanggan (Y).

2. Indikator Penelitian

**Tabel 3 2**  
**Indikator Penelitian**

No	Variabel	Definisi Operasional Variabel	Indikator
1	Kualitas Pelayanan (X1)	Kualitas pelayanan adalah sebagai ukuran sejauh mana suatu layanan memenuhi atau melampaui harapan pelanggan.  Menurut (Suryani, 2016)	a. Jaminan b. Keandalan c. Bukti fisik d. Kepedulian e. Daya Tanggap  Menurut (Tjiptono, 2000)
2	Kepercayaan (X2)	Kepercayaan adalah keyakinan atau sikap positif bahwa seseorang atau sesuatu dapat diandalkan, dipercayai atau benar.  Menurut (Kotler & Keller, 2009)	a. Kemampuan b. Kesiapan Bergantung c. Ketulusan/Kesungguhan d. integritas  ( Menurut Kotler & Keller 2009)

3	Kepuasan Pelanggan (Y)	Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersespsikan produk atau hasil terhadap ekspektasi mereka.  Menurut (Tjiptono, 2000)	a. Kepuasan nasabah keseluruhan b. Minat menggunakan ulang c. Kesiediaan untuk merekomendasi  Menurut (Tjiptono, 2000)
---	------------------------	--	--

*Sumber : Data Sekunder*

## **E. Sumber Data**

### **1. Data Primer**

Data primer adalah informasi yang didapatkan dari sumber dan diberikan kepada peneliti seperti wawancara atau hasil pengisian kuesioner yang dilakukan oleh peneliti (Sugiyono, 2017). Dalam peneliti ini hasil survei atau respon dari seluruh responden yaitu mahasiswa UIN Prof K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto angkatan 2020-2021.

### **2. Data Sekunder**

Data sekunder adalah data yang didapatkan melalui studi literatur, pengumpulan data di luar lokasi penelitian yang masih relevan dengan masalah yang diteliti, seperti jurnal tentang mobile banking, buku, skripsi atau artikel dari internet dan data statistik yang diperoleh dari pihak UIN Prof K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto.

## **F. Teknik Pengumpulan Data**

### **1. Kuesioner/Angket**

Kuesioner atau angket adalah teknik pengumpulan data dimana responden diberikan sekumpulan pernyataan tertulis yang kemudian dijawab oleh responden (Sugiyono, 2017). Dengan menggunakan kuesioner, peneliti akan mengajukan beberapa pernyataan kepada



mahasiswa S1 UIN Prof K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto angkatan 2020-2021 yang menjadi sampel.

Data primer yang diambil di lapangan merupakan data yang digunakan dalam penelitian ini. Kuesioner akan digunakan untuk mengumpulkan data dimana kuesioner nantinya akan diberikan kepada responden. Skala yang digunakan dalam penelitian adalah skala likert. Skala likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur seberapa tanggapan atau responden seseorang tentang suatu objek. Skala likert biasanya terdiri dari pernyataan dengan opsi jawaban yang bersifat ordinal, yang disusun dalam rentang ganjil dan meyertakan opsi netral ditengah sebagai pilihan yang netral atau setuju/tidak setuju. Setiap item memiliki opsi jawaban yang bersifat terbatas atau terstruktur.

**Tabel 3 3**  
**Skala Likert**

<b>Sangat Tidak Setuju (STS)</b>	<b>Tidak Setuju (TS)</b>	<b>Ragu-Ragu (RG)</b>	<b>Setuju (S)</b>	<b>Sangat Setuju (SS)</b>
1	2	3	4	5

*Sumber : Sugiyono, 2017*

## 2. Wawancara

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data, apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menentukan permasalahan yang harus diteliti .Penelitian ini melakukan wawancara tidak terstruktur terhadap narasumber untuk melengkapi pengumpulan data

## G. Teknik Analisis Data

### 1. Uji Intrumen

#### a. Uji Validitas

Uji validasi dilakukan jika keseluruhan kuesioner telat disusun dan tujuannya untuk memperkirakan valid atau tidak suatu kuesioner. Kuesioner dikatakan valid apabila pertanyaan atau

pernyataanya dapat menjelaskan suatu yang diperkirakan pada kuesioner (Darmanah, 2019). Berikut ini rumus uji validasi sebagai berikut:

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

Keterangan

$R_{xy}$  : Koefisien Korelasi

X : Nilai total jawaban masing-masing nomer responden

Y : Total butir dari jawaban responden

x : Jumlah skor butir

y : Jumlah Skor total

N : Jumlah sampel

Menurut Ancok (dalam Singarimbun dan Effendi, ed., 1989), jika dalam pengujian validitas instrumen ditemukan item pertanyaan atau pernyataan yang tidak valid, kemungkinan ada pertanyaan atau pernyataan yang kurang baik atau masih dapat menimbulkan penafsiran yang berbeda. Oleh karena ini, diperlukan perbaikan pada susunan kata atau kalimat agar lebih mudah dipahami dan tidak menimbulkan penafsiran yang berbeda. Setelah dilakukan perbaikan, setiap item pertanyaan atau pernyataan dapat diuji kembali untuk memastikan validitasnya (Isna & Wardo, 2013)

#### b. Uji Reabilitas

Realibilitas adalah suatu instrumen yang dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data karena instrument tersebut sudah baik (Sugiyono, 2017). . Berikut ini rumus uji reabilitas sebagai berikut :

$$r_{ii} = \left( \frac{k}{k-1} \right) \left( 1 - \frac{\sum ab^2}{at^2} \right)$$

Keterangan :

$r_{ii}$  = Realibilitas Instrumen

k = Banyak butir pertanyaan

$at^2$  = Varian total

$\Sigma ab^2$  = Jumlah Varian butir

Data dikatakan reabel apabila pertanyaan-pertanyaan digunakan dalam kuesioner memiliki ketentuan :

- a) Apabila Croanbach alpha  $> 0,6$ , maka item dikatakan realibel atau terpercaya
- b) Apabila croanbach alpha  $< 0,6$ , maka item dikatakan tidak realibel.

## 2. Hipotesis

### a. Korelasi Rank Spearman

Analisis korelasi digunakan untuk menganalisis hubungan antara dua variabel atau lebih yang bersifat kuantitatif. Hubungan antara dua variabel yang dimaksud adalah apakah terdapat hubungan yang erat atau tidak ada hubungan. Berikut rumus korelasi rank spearman (Isna & Wartyo, 2013):

$$\rho = 1 - \frac{6 \sum_i d_i^2}{N^3 - N}$$

Keterangan

$\rho$  (rho) = Koefisien korelasi rank spearman

N = jumlah sampel

$d_i^2$  = perbedaan antara ranking pada X dan Y yang telah dikuadratkan

dikuadratkan setelah melalui perhitungan persamaan analisis korelasi rank spearman, kemudian dilakukan pengujian dengan menggunakan kriteri yang ditetapkan yaitu dengan membandingkan nilai sig (2 tailed) dengan  $\alpha$  (0,05) yang dirumuskan sebagai berikut (Isna & Wartyo, 2013):

- 1) Jika nilai sig. (2 tailed)  $> \alpha$  (0,05) maka  $H_0$  diterima
- 2) Jika nilai sig (2 tailed)  $< \alpha$  (0,05) maka  $H_0$  ditolak

Pedoman untuk memberikan nterprestasi koefisien korelasi sebagai berikut (Sugiyono, 2017) :

0,00 = Tidak ada hubungan

0,01 – 0,199 = Sangat Rendah

0,20 – 0,399	= Rendah
0,40 – 0,599	= Sedang
0,60 – 0,799	= Kuat
0,80 – 1,00	= Sangat Kuat

#### b. Koefisien Konkordansi Kendall's W

Uji Konkordansi Kendal W adalah salah satu teknik statistik yang digunakan untuk mencari antar dua atau lebih variabel independen dengan satu variabel dependen, dimana masing-masing variabel tersebut berskala ordinal (Isna & Warto, 2013). Dalam penelitian ini, digunakan untuk mengetahui korelasi antara variabel kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan. Prinsip uji ini adalah untuk mengetahui keselarasan dari subjek dalam menilai objek tertentu. Keselarasan (konkordansi) memiliki nilai seperti korelasi yaitu 0 sampai 1, jika 0 maka berarti responden sama sekali tidak selaras satu dengan yang lainnya dalam menilai suatu atribut. Dan jika 1 maka semua responden sangat selaras dalam menilai suatu atribut. Pada umumnya, nilai konkordansi lebih dari 0,5 maka dianggap memiliki tingkat keselarasan yang cukup tinggi (Sugiyono, 2017).

Untuk menghitung W, maka menggunakan rumus sebagai berikut (Isna & Warto, 2013) :

$$W = \frac{S}{\frac{1}{2}K^2(N^3 - N)}$$

Keterangan

W = Koefisien Konkordansi Kendal w

S = Jumlah kuadrat deviasi observasi dari mean R<sub>j</sub>

Jadi  $\sum (R_j \frac{\sum R_j}{N})^2$

Keterangan

K = Banyaknya ranking penjengan

R<sub>j</sub> = Jumlah ranking yang bisa diberikan

N = banyak objek atau individu yang diberi ranking

$\frac{1}{2}K^2(N^3-N)$  = jumlah maksimum yang mungkin dicapai deviasi kuadrat yaitu jumlah S yang dapat terjadi dengan adanya kecocokan sempurna di antara k ranking

Pengujian hipotesis untuk mencari hubungan dua variabel bebas terhadap variabel dependen melalui koefisien *konkordansi kendal w*, dilakukan dengan membandingkan nilai pada kolom *Asymp sig* dengan  $\alpha$  0,05 sebagai berikut (Isna & Warto, 2013).

- 1) Apabila nilai *Asymp sig*  $>$   $\alpha$  0,05 maka  $H_0$  diterima
- 2) Apabila nilai *Asymp sig*  $<$   $\alpha$  0,05 maka  $H_0$  ditolak

### c. Regresi Ordinal

Analisis regresi ordinal adalah analisis regresi yang digunakan bila data yang dianalisis memiliki variabel dengan skala pengukuran minimal ordinal. Tujuan analisis ini adalah untuk mendapatkan model terbaik dan sederhana yang menggambarkan pengaruh antara variabel independen (prediktor) dengan variabel dependen (*outcome*). Pada analisis regresi ordinal, variabel independen dapat berupa faktor (variabel kategori) atau kovariat (variabel kontinyu). Persamaan regresi ordinal dijelaskan oleh Ghosal (2006) sebagai berikut (Isna & Warto, 2013) :

$$\begin{aligned}\text{logit}(p_1) &= \log \frac{p_1}{1-p_1} = a_1 + \beta^1 X \\ \text{logit}(p_1 + p_2) &= \log \frac{p_1 + p_2}{1-p_1-p_2} = a_1 + \beta^1 X \\ \text{logit}(p_1 + p_2 + \dots + p_k) &= \log \frac{p_1 + p_2 + \dots + p_k}{1-p_1-p_2-\dots-p_k} \\ &= a_1 + \beta^1 X\end{aligned}$$

Keterangan :

- $P_1$  = Probabilitas rendah  
 $P_1+P_2$  = Probabilitas sedang  
 $P_1+P_2+P_3$  = Probabilitas tinggi

#### d. Uji $X^2$ (Chi Square)

Chi Square ( $X^2$ ) seringkali disebut dengan Chi-kuadrat atau Kai Kuadrat. Chi Square digunakan untuk menguji perbedaan yang ada dalam satu sampel atau perbedaan antara 2 kelompok atau lebih. Chi Square merupakan teknik statistik yang digunakan untuk menguji hipotesis di mana dalam populasi terdiri atas dua atau lebih kelas, data berbentuk nominal dan sampel besar.

Untuk menghitung chi Square, maka menggunakan rumus sebagai berikut (Isna & Wartyo, 2013) :

$$X^2 = \sum \frac{(f_o - f_h)^2}{f_h}$$

Keterangan :

$X^2$  = Nilai Chi Kuadrat

$f_o$  - Frekuensi Hasil

$f_h$  = Frekuensi teoritik atau ekspektasi/hari

Dasar Pengambilan Keputusan

- a. Dengan membandingkan chi square hitung dengan chi square tabel sebagai berikut:
  - 1) Apabila  $X^2$  Hitung  $>$   $X^2$  tabel maka  $H_o$  ditolak dan  $H_a$  diterima
  - 2) Apabila  $X^2$  Hitung  $<$   $X^2$  tabel maka  $H_o$  diterima dan  $H_a$  ditolak
- b. Dengan melihat nilai Asymp Sig (2-sided) sebagai berikut:
  - 1) Apabila nilai Asymp. Sig (2-sided)  $<$  0,05 maka  $H_o$  ditolak dan  $H_a$  diterima
  - 2) Apabila nilai Asymp. Sig (2-sided)  $>$  0,05 maka  $H_o$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

## **BAB IV PEMBAHASAN**

### **A. Sejarah Umum Penelitian**

#### **1. Sejarah UIN Prof K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto**

UIN Prof K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto bermula dari pengembangan Fakultas Tarbiyah IAIN Sunan Kalijaga Yogyakarta pada tahun 1964 sampai 1994. Fakultas Tarbiyah IAIN Walisongo Semarang pada tahun 1994 sampai 1997 yang bertempat tinggal di Purwokerto dan berubah nama menjadi Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Purwokerto pada tahun 1997 sampai 2014. Selanjutnya beralih menjadi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto pada tahun 2014 sampai 2021. Dan pada tanggal 11 Mei 2021 beralih menjadi UIN Prof K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto. Nama UIN Prof K.H. Saifuddin Zuhri dipilih untuk menghormati jasa-jasa Prof K.H. Saifuddin Zuhri, seorang tokoh agama dan pendidikan Islam Indonesia. Nama ini diharapkan mampu menjadi motivasi bagi mahasiswa untuk lebih berprestasi.

UIN Prof K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto berada dibawah naungan Kementerian Agama (Kemenag) Republik Indonesia (RI) yang memiliki pendidikan tingkat setingkat sarjana S1, Magister S2, dan Doktor S3. UIN Prof K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto terletak pada Jl A Yani No 40A Karanganyar, Purwanegara, Kecamatan Purwokerto Utara Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah.

Pada saat ini UIN Prof K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto mempunyai 5 Fakultas dengan 21 Program studi sarjana dan 7 Program studi pascasarjana dengan 1 doktoral dan 6 magister antara lain:

- a. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) terdiri dari Ekonomi Syariah (ES), Perbankan Syariah (PS), dan Manajemen Zakat dan Wakaf (MAZAWA).
- b. Fakultas Syariah (FS) terdiri dari Hukum Ekonomi Syariah (HES), Hukum Keluarga Islam (HKI), Hukum Tata Negara (HTN), dan Perbandingan Mazhab (PM).

- c. Fakultas Dakwah dan Komunikasi (FDK) terdiri dari Bimbingan dan Konseling Islam (BKI), Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI), Manajemen Dakwah (MD), dan Pengembangan Masyarakat Islam (PMI).
- d. Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan (FTIK) terdiri dari Manajemen Pendidikan Islam (MPI), Pendidikan Agama Islam (PAI), Pendidikan Bahasa Arab (PBA), Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah (PGMI), Pendidikan Islam Anak Usia Dini (PIAUD), Tadris Bahasa Inggris (TBI), dan Tadris Matematika (TMA).
- e. Fakultas Ushuluddin Abad, dan Humaniora (FUAH) terdiri dari Ilmu Al Quran dan Tafsir (IAT), Sejarah Peradaban Islam (SPI), dan Studi Agama-Agama (SAA).
- f. Program Pascasarjana (PPs) terdiri dari Doktor Studi Islam, Magister Ekonomi Syariah, Magister Hukum Ekonomi Islam, Magister Manajemen Pendidikan Islam, Magister Pendidikan Agama Islam, Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam, dan Magister Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah

## **2. Visi dan Misi UIN Prof K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto**

### **a. Visi**

Menjadikan Universitas Islam yang unggul, progresif dan integratif dalam pengembangan ilmu, teknologi, dan seni di ASEAN tahun 2040.

### **b. Misi**

- 1) Mengembangkan pendidikan akademik, vokasi, dan profesi yang berkualitas dalam pengembangan ilmu, teknologi dan seni
- 2) Menyelenggarakan penelitian yang inovatif dan integratif berbasis nilai keislaman, lokalitas, dan keindonesiaan.
- 3) Melakukan transformasi masyarakat sesuai dengan nilai keislaman, lokalitas, keindonesiaan dan perkembangan global
- 4) Membangun kerja sama yang produktif dan kolaboratif dalam pengembangan ilmu, teknologi, dan seni



- 5) Mewujudkan tata kelola kelembagaan secara profesional berstandar nasional dan internasional.

## B. Karakteristik Responden

Karakteristik responden adalah karakteristik yang digunakan untuk memberikan gambaran secara umum tentang karakter responden dalam suatu penelitian, seperti jenis kelamin, angkatan, fakultas, berapa kali menggunakan mobile banking, dan mobile banking apa yang dipakai. Responden dalam penelitian ini adalah mahasiswa UIN Prof K.H Saifuddin Zuhri angkatan 2020-2021 dan sampel yang ditarik berjumlah 380 responden. Berikut data yang telah diperoleh oleh peneliti dalam kuesioner sebagai berikut:

### 1. Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin

**Tabel 4.1**  
**Berdasarkan Jenis Kelamin**

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase
1	Laki-Laki	130	34 %
2	Perempuan	250	66 %
Total		380	100 %

Sumber : pengolahan data primer, 2024

Berdasarkan tabel 4.1 menunjukkan bahwa jumlah responden berdasarkan jenis kelamin sebesar 380, dengan responden berjenis kelamin laki-laki berjumlah 130 dengan skala presentase sebesar 34%, kemudian responden berjenis kelamin perempuan berjumlah 250 dengan skala presentase sebesar 66%. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa responden berjenis kelamin perempuan lebih banyak dibandingkan responden berjenis kelamin laki-laki.

### 2. Karakteristik Berdasarkan Angkatan

**Tabel 4.2**  
**Berdasarkan Angkatan**

No	Angkatan	Frekuensi	Presentase
1	2020	251	66 %
2	2021	119	31 %
Total		380	100%

Sumber : pengolahan data primer, 2024

Berdasarkan tabel 4.2 menunjukkan bahwa jumlah responden berdasarkan angkatan sebesar 380, dengan responden angkatan 2020 berjumlah 251 dengan skala presentase 66 %. Dan responden angkatan 2021 berjumlah 119 dengan skala presentase 31 %. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa responden angkatan 2020 lebih banyak dibandingkan dengan angkatan 2021.

### 3. Karakteristik Berdasarkan Fakultas

**Tabel 4 3**  
**Berdasarkan Fakultas**

No	Fakultas	Frekuensi	Presentase
1	FEBI	70	18 %
2	TARBIYAH	166	44 %
3	FUAH	22	6 %
4	SYARIAH	59	16%
5	DAKWAH	64	17 %
Total		380	100%

*Sumber : pengolahan data primer, 2024*

Berdasarkan tabel 4.3 menunjukkan bahwa jumlah responden berdasarkan fakultas sebesar 380, dengan responden Fakultas FEBI berjumlah 70 dengan skala presentase 18%. responden Fakultas Tarbiyah berjumlah 166 dengan skala presentase 44%, responden Fakultas FUAH berjumlah 22 dengan skala presentase 6%, responden Fakultas Syariah berjumlah 59 dengan skala presentase 16%, dan responden Fakultas Dakwah berjumlah 64 dengan skala presentase 17%. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden dalam penelitian ini adalah fakultas tarbiyah.

### 4. Karakteristik Berdasarkan Penggunaan Mobile Banking

**Tabel 4.4**  
**Berdasarkan Berapa Kali Menggunakan**

No	Berapa kali menggunakan	Frekuensi	Presentase
1	1-3 kali	150	39 %
2	4-5 kali	129	34 %
3	>6 kali	101	27 %
Total		380	100%

*Sumber : pengolahan data primer, 2024*

Dari tabel 4.4 menunjukkan bahwa jumlah responden berdasarkan berapa kali menggunakan mobile banking dalam 1 hari sebesar 380, dengan jumlah responden berdasarkan pemakaian 1-3 kali berjumlah 150 orang dengan skala presentase 39 %, responden berdasarkan pemakaian 3-6 kali berjumlah 129 orang dengan skala presentase 34 % dan responden berdasarkan pemakaian lebih 6 kali berjumlah 101 orang dengan skala presentase 27 %. Dari tabel tersebut maka dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden dalam penelitian ini adalah pemakaian mobile banking 1-3 kali sehari.

### C. Hasil Analisis Data

#### 1. Hasil Uji Validitas dan Uji Realibilitas

##### a. Hasil Uji Validitas

Uji Validitas digunakan untuk mengevaluasi sejauh mana suatu kuesioner atau instrumen penelitian dapat mencerminkan konsep yang diukur. Jika kuesioner mampu mencerminkan konsep dengan baik, maka item pernyataan dalam kuesioner tersebut dapat dianggap valid. Uji signifikan dilakukan dengan membandingkan nilai  $r$  hitung dengan  $r$  tabel untuk derajat kebebasan ( $df = n-2$ ) dengan tingkat signifikan  $\alpha = 0,05$ . Suatu item pernyataan dikatakan valid apabila nilai  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel dengan menggunakan angka kritikal  $r$  tabel ( $\alpha : 0,05; n-2$ ). Namun jika nilai  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel, maka item pernyataan tersebut dianggap tidak valid. Selain metode tersebut, validitas suatu indikator pernyataan dapat diuji dengan membandingkan nilai signifikan (2-tailed) dengan  $\alpha$  (0,05) jika nilai signifikan  $>$   $\alpha$  (0,05), maka item pernyataan tersebut tidak valid. Namun jika nilai signifikan  $<$   $\alpha$  (0,05), maka item pernyataan tersebut dianggap valid .

Nilai  $r$  tabel dicari dengan tabel statistik pada signifikan 0,05 yaitu sebagai berikut:

$$\begin{aligned} R \text{ tabel} &= n-2 \\ &= 380 - 2 \\ &= 378 = 0,100 \end{aligned}$$

Berikut uraian hasil analisis mengenai pengujian validitas menggunakan aplikasi program SPSS 26 for windows sebagai berikut:

### 1) Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X1)

**Tabel 4.5**  
**Uji Valid Kualitas Pelayanan**

Item Pernyataan	Nilai sig.(2-tailed)	Alfa ( $\alpha$ )	Keterangan
X1.1	0,819	0,100	VALID
X1.2	0,854	0,100	VALID
X1.3	0,762	0,100	VALID
X1.4	0,795	0,100	VALID
X1.5	0,818	0,100	VALID
X1.6	0,747	0,100	VALID
X1.7	0,759	0,100	VALID

Sumber : Hasil Olahan SPSS versi 26

Berdasarkan tabel 4.5 menunjukkan bahwa item pernyataan yang digunakan dalam penelitian ini memiliki koefisien korelasi yang melebihi nilai kritis (r tabel) untuk sampel  $n=380$  yaitu r hitung pada X1.1 sebesar 0,819 , X1.2 sebesar 0,854 , X1.3 sebesar 0,762 , X1.4 sebesar 0,795 , X1.5 sebesar 0,818 , X1.6 sebesar 0,747 , dan X1.7 sebesar 0,759. Hal ini menunjukkan bahwa setiap item pernyataan penelitian ini memiliki r hitung  $>$  r tabel (0,100). Dengan demikian bahwa item pernyataan dalam penelitian ini memiliki valid yang terbukti, karena ada kesesuaian antara data yang terkumpul dengan data yang ada di lapangan yang menegaskan validitas data tersebut dan memungkinkan untuk digunakan dalam penelitian selanjutnya.

### 2) Hasil Uji Validitas Variabel Kepercayaan (X2)

**Tabel 4.6**  
**Uji Valid Kepercayaan**

Item Pernyataan	Nilai sig.(2-tailed)	Alfa ( $\alpha$ )	Keterangan
X2.1	0,660	0,100	VALID
X2.2	0,747	0,100	VALID
X2.3	0,801	0,100	VALID

X2.4	0,717	0,100	VALID
X2.5	0,511	0,100	VALID

Sumber : Hasil Olahan SPSS versi 26

Berdasarkan tabel 4.6 menunjukkan bahwa item pernyataan yang digunakan dalam penelitian ini memiliki koefisien korelasi yang melebihi nilai kritis ( $r$  tabel) untuk sampel  $n=380$  yaitu  $r$  hitung pada X2.1 sebesar 0,660 , X2.2 sebesar 0,747 , X2.3 sebesar 0,801 , X2.4 sebesar 0,717 , dan X2.5 sebesar 0,511. Hal ini menunjukkan bahwa setiap item pernyataan penelitian ini memiliki  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel (0,100). Dengan demikian bahwa item pernyataan dalam penelitian ini valid yang terbukti, karena ada kesesuaian antara data yang terkumpul dengan data yang ada dilapangan yang menegaskan validitas data tersebut dan memungkinkan untuk digunakan dalam penelitian selanjutnya.

### 3) Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

**Tabel 4.7**  
**Uji Valid Kepuasan Pelanggan**

Item Pernyataan	Nilai sig.(2-tailed)	Alfa ( $\alpha$ )	Keterangan
Y1	0,699	0,100	VALID
Y2	0,799	0,100	VALID
Y3	0,860	0,100	VALID
Y4	0,866	0,100	VALID
Y5	0,820	0,100	VALID
Y6	0,864	0,100	VALID

Sumber : Hasil Olahan SPSS versi 26

Berdasarkan tabel 4.7 menunjukkan bahwa item pernyataan yang digunakan dalam penelitian ini memiliki koefisien korelasi yang melebihi nilai kritis ( $r$  tabel) untuk sampel  $n=380$  yaitu  $r$  hitung pada Y1 sebesar 0,699 , Y2 sebesar 0,799 , Y3 sebesar 0,860 , Y4 sebesar 0,866 , Y5 sebesar 0,820, dan Y6 sebesar 0,864. Hal ini menunjukkan bahwa setiap item pernyataan penelitian ini memiliki  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel (0,100). Dengan demikian bahwa item pernyataan dalam penelitian ini valid yang terbukti, karena ada kesesuaian antara data yang

terkumpul dengan data yang ada dilapangan yang menegaskan validitas data tersebut dan memungkinkan untuk digunakan dalam penelitian selanjutnya.

#### b. Hasil Uji Realibilitas

Uji realibilitas digunakan untuk mengukur keandalan suatu insrumen dengan menggunakan alpha Cronbach. Untuk mengambil keputusan mengenai keandalan instrume, kita dapat melihat pada nilai koefisien alpha Cronbach. Jika nilai koefisien alpha Crobach  $> 0,70$  maka item pernyataan tersebut dianggap memiliki keandalan yang memadai. Sedangkan nilai koefisien alpha Cronbach  $< 0,70$  maka item pernyataan tersebut dianggap tidak memiliki keandalan yang memadai.

Berikut ini hasil uji realibilitas yang dilakukan menggunakan aplikasi program SPSS 26 for windows sebagai berikut :

**Tabel 4.8**  
**Uji Reabilitas**

Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
Kualitas Pelayanan	0,901	Reliabel
Kepercayaan	0,711	Reliabel
Kepuasan Pelanggan	0,901	Reliabel

Sumber : Hasil olahan SPSS 26

Dari tabel 4.8 menunjukkan bahwa nilai alpha Cronbach untuk variabel kualitas pelayanan sebesar 0,901, kepercayaan sebesar 0,711, dan kepuasan pelanggan sebesar 0,901. Hal ini menunjukkan bahwa semua variabel memiliki nilai alpha Cronbach  $> 0,70$ , karena itu dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan dalam penelitian ini dinyatakan reliabel. Artinya apabila kuisisioner penelitian ini digunakan kembali untuk mengukut variabel X1,X2, dan Y. Maka hasilnya akan relatif sama.

#### 2. Hasil Uji Korelasi Rank Spearman

Korelasi rank spearman adalah metode yang digunakan untuk mencari hubungan antara 2 variabel (hubungan brivate ). Kedua variabel yang memiliki hubungan itu berskala ordinal sehingga memungkinkan untuk diberikan jenjang (ranking). Menurut Sahid

Raharjo dalam buku Ma'sumah (2019) menjelaskan penafsiran analisis korelasi rank spearman sebagai berikut :

a. Kriteria signifikan korelasi

Kekuatan dan arah hubungan (korelasi) akan memiliki arti jika hubungan antar variabel tersebut memiliki nilai signifikan. Dikatakan ada hubungan yang signifikan, jika nilai sig.(2-tailed) < 0,05. Namun, jika nilai sig.(2-tailed) > 0,05 maka antar variabel dapat dikatakan tidak signifikan atau tidak berarti.

b. Kriteria arah korelasi

Arah korelasi bisa dilihat pada angka koefisien korelasi sebagaimana terdapat tingkatan kekuatan korelasi. Besarnya nilai koefisien korelasi terletak pada +1 sampai dengan -1, jika koefisien korelasi bernilai positif maka terdapat hubungan antara kedua variabel dan dikatakan searah. Akan tetapi jika koefisien korelasi bernilai negatif maka hubungan antara kedua variabel tidak searah.

c. Kriteria tingkat kekuatan korelasi

- 1) Nilai koefisien korelasi 0,00 : Tidak memiliki hubungan
- 2) Nilai koefisien korelasi 0,01 – 0,199 : Hubungan sangat lemah
- 3) Nilai koefisien korelasi 0,20 – 0,399 : Hubungan lemah
- 4) Nilai koefisien korelasi 0,40 – 0,599 : Hubungan cukup
- 5) Nilai koefisien korelasi 0,60 – 0,799 : Hubungan kuat
- 6) Nilai koefisien korelasi 0,80 – 1,000 : Hubungan sempurna

Berikut ini hasil uji korelasi rank spearman yang dilakukan menggunakan aplikasi program SPSS 26 for windows sebagai berikut:

**a. Pengujian hipotesis pertama**

$H_0$  : Kualitas pelayanan tidak berkorelasi dengan kepuasan pelanggan

$H_a$  : ada korelasi antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan

**Tabel 4.9**  
**Uji Korelasi Rank Spearman**

Correlations				
			Kualitas Pelayanan	Kepuasan Pelanggan
Spearman's Rho	Kualitas Pelayanan	Correlation coefficient	1,000	,681**
		Sig.(2-tailed)		,000
		N	380	380
	Kepuasan Pelanggan	Correlation coefficient	,681**	1,000
		Sig.(2-tailed)	,000	
		N	380	380

\*\* . Correlation is significant at the 0,01 level (2-tailed)

Sumber : Hasil Olahan SPSS versi 26

Dari tabel 4.9 menunjukkan bahwa nilai koefisiensi korelasi sebesar 0,681 nilai sig. (2-tailed)  $0,000 < 0,05$ , maka dapat disimpulkan bahwa  $H_1$  diterima dan  $H_0$  ditolak. Artinya adalah terdapat korelasi yang kuat antara kualitas pelayanan (X1) dengan kepuasan pelanggan (Y). Dengan demikian semakin tinggi kualitas pelayanan yang diberikan oleh mobile banking maka akan semakin kuat pula kepuasan yang didapatkan oleh pelanggan aplikasi mobile banking.

**b. Pengujian hipotesis kedua**

$H_0$  : kepercayaan tidak berkorelasi dengan kepuasan pelanggan

$H_a$  : ada korelasi antara kepercayaan dengan kepuasan pelanggan

**Tabel 4.10**  
**Uji Korelasi Rank Spearman**

Correlations				
			Kepercayaan	Kepuasan Pelanggan
Spearman's Rho	Kepercayaan	Correlation coefficient	1,000	,617**
		Sig.(2-tailed)		,000
		N	380	380
	Kepuasan Pelanggan	Correlation coefficient	,617**	1,000



		Sig.(2-tailed)	,000	
		N	380	380
**. Correlation is significant at the 0,01 level (2-tailed)				

Sumber : Hasil olahan SPSS versi 26

Dari tabel 4.10 menunjukkan bahwa bahwa nilai koefisiensi korelasi sebesar 0,617 nilai sig. (2-tailed) 0,000 < 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa H<sub>2</sub> diterima dan H<sub>0</sub> ditolak. Artinya adalah terdapat korelasi yang kuat antara kepercayaan (X<sub>2</sub>) dengan kepuasan pelanggan (Y). Dengan demikian semakin tinggi kepercayaan pelanggan akan pengguna mobile banking maka akan semakin kuat pula kepuasan yang didapatkan oleh pelanggan aplikasi mobile banking.

### 3. Hasil Uji Kendal W

Koefisien konkordansi kendall W digunakan untuk mengevaluasi hubungan antara kualitas pelayanan dan kepercayaan sebagai variabel independen dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel dependen. Dengan semua variabel diukur dalam skala ordinal. Dasar pengambilan keputusan dapat membandingkan kolom Asymp sig dengan  $\alpha$  (0,05) sebagai berikut :

- Jika nilai Asymp sig >  $\alpha$  (0,05), maka H<sub>0</sub> diterima dan H<sub>a</sub> ditolak
- Jika nilai Asymp sig <  $\alpha$  (0,05), maka H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>a</sub> diterima

Berikut adalah hasil uji koefisien konkordansi kendal W yang menggunakan SPSS versi 26 for windows sebagai berikut :

**Tabel 4.11**  
**Uji Koefisien Konkordansi Kendall W**

Rank	
	Mean Rank
Kualitas Pelayanan	2,00
Kepercayaan	1,86
Kepuasan Pelanggan	2,14

Sumber : Hasil olahan SPSS versi 26

Dari tabel 4.11 menunjukkan hasil uji konkordinasi kendall W antara kualitas pelayanan (X<sub>1</sub>) dan kepercayaan (X<sub>2</sub>) dengan kepuasan pelanggan (Y), terdapat dua bagian yang dapat dipahami. Bagian yang

pertama yaitu pada bagian rank, diketahui mean rank dari kualitas pelayanan sebesar 2,00, mean rank dari kepercayaan sebesar 1,86 , dan kepuasan pelanggan sebesar 2,14.

**Tabel 4.12**  
**Uji Koefisien Konkordansi Kendall W**

Test Statistics	
N	380
Kendall's W	,062
Chi-Square	47,025
Df	2
Asymp.Sig	,000
a. Kendall's Coefficient of Concordance	

Sumber : Hasil olahan SPSS versi 26

Dari tabel 4.12 menunjukkan bahwa bagian *test statistics* diketahui bahwa jumlah responden yang dianalisis adalah sebanyak 380 responden. Nilai koefisien konkordinasi kendall W sebesar 0,062. Nilai koefisien konkordinasi kendall W sebesar 0,062 menunjukkan bahwa hubungan antara kualitas pelayanan dan kepercayaan dengan kepuasan pelanggan memiliki hubungan yang lemah.

Dalam tabel *test statistic* dapat diketahui bahwa Chi-square bernilai 47,026 dan df (*degree of freedom*) sebesar 2. Untuk uji signifikan, hak ini dilakukan dengan membandingkan nilai pada kolom *Asymp.sig* dengan  $\alpha$  (0,05) dimana jika probabilitasnya  $> \alpha$  (0,05)  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak dab pada *Asymp.sig* dengan  $\alpha$  (0,05) dimana jika probabilitasnya  $< \alpha$  (0,05)  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Dari hasil tabel diatas menunjukkan *Asymp.sig* sebesar 0,000 yang dimana nilai tersebut  $< \alpha$  (0,05) maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Dengan demikian, terdapat hubungan yang signifikan antara kualitas pelayanan dan kepercayaan dengan kepuasan pelanggan.

#### 4. Hasil Uji Regresi Ordinal

Analisis regresi ordinal adalah analisis regresi yang digunakan untuk data yang akan dianalisis memiliki variabel yang berskala pengukuran ordinal. Tujuan analisis ini adalah untuk mendapatkan model terbaik dan sederhana yang menggambarkan pengaruh antara variabel independen (predictor) dengan variabel dependen (outcome).

Pada penelitian ini regresi ordinal digunakan untuk membuktikan hipotesis mengenai adanya pengaruh variabel kualitas pelayanan (X1) dan kepercayaan (X) terhadap kepuasan pelanggan (Y).

Berikut adalah hasil uji regresi ordinal yang menggunakan SPSS versi 26 *for windows* sebagai berikut :

**a. Regresi Ordinal Parsial**

**1) Hasil Uji Variabel Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan**

**Tabel 4.13**  
**Hasil Output Case Processing Summary Parsial 1**

Case Processing Summary			
		N	Marginal Percentage
Kepuasan Pelanggan	Rendah	43	11,3%
	Sedang	247	65,0%
	Tinggi	90	23,7%
Kualitas Pelayanan	Rendah	66	17,4%
	Sedang	236	62,1%
	Tinggi	78	20,5%
Valid		380	100,0%
Missing		0	
Total		380	

Sumber : Hasil olahan SPSS versi 26

Berdasarkan tabel 4.14 menunjukkan bahwa banyaknya data yang dianalisis adalah 380 dan semuanya dapat terolah karena tidak ada yang masuk kategori missing. Berdasarkan data 380 responden, diketahui bahwa kepuasan pelanggan dengan kategori rendah sebesar 11,3% , kategori sedang sebesar 65,0%, dan kategori tinggi sebesar 23,7%. Untuk kualitas pelayanan dengan kategori rendah sebesar 17,4% , kategori sedang 62,1%, dan kategori tinggi sebesar 20,5%.

**Tabel 4.14**  
**Hasil Output Model Fitting Information Parsial 1**

Model Fitting Information				
Model	-2 Log Likelihood	Chi-Square	df	Sig

Intercept Only	267,310			
Final	18,707	248,603	2	,000
Link function : Logit				

Sumber : Hasil olahan SPSS versi 26

Berdasarkan tabel 4.15 menunjukkan bahwa nilai kolom sig dalam tabel *model fitting information* sebesar 0,000 yang artinya model signifikan karena nilai sig pada kolom  $< \alpha$  (0,05). Diketahui bahwa nilai *-2 log likelihood* model *intercept only* sebesar 267,310 dan model *final* turun menjadi 18,707 dengan skala selisih yang dapat dilihat pada *Chi-square* sebesar 248,603.

**Tabel 4.15**  
**Hasil Output Goodness Of Fit Parsial 1**

Goodness-of-Fit			
	Chi-Square	Df	Sig
Pearson	,374	2	,830
Deviance	,721	2	,697
Link Function : Logit			

Sumber : Hasil olahan SPSS versi 26

Dari tabel 4.16 menunjukkan informasi yang didapatkan dari pengujian terkait dengan seberapa cocok model dengan data. Kesesuaian tersebut diambil dari pengambilan keputusan yaitu jika nilai signifikan  $> \alpha$  (0,05) maka model signifikan, namun jika nilai signifikan  $< \alpha$  (0,05) maka model tidak signifikan.

Pada tabel diatas menunjukkan nilai pearson sebesar 0,374 dengan tingkat signifikan sebesar 0,830 dan nilai deviance sebesar 0,721 dengan tingkat signifikan sebesar 0,697. Kedua nilai signifikan  $> \alpha$  (0,05) karena data yang diperoleh sesuai dengan perkiraan model regresi ordinal yang digunakan dan kesimpulannya adalah model tersebut tidak tepat digunakan.

**Tabel 4.16**  
**Hasil Output Pseudo R Square Parsial 1**

Pseudo R-Square	
Cox and Snell	,480
Nagelkerke	,583

McFadden	,377
Link Function:Logit	

Sumber : Hasil olahan SPSS versi 26

Pada tabel 4.17 menunjukkan bagaimana variabel independen dapat mempengaruhi variabel dependen. Besarnya nilai ini dapat diketahui di *Nagelkerke* yang memperoleh nilai maksimum sebesar 0,583. Nilai ini menjelaskan bahwa variabel kualitas pelayanan (X1) dapat menjelaskan variabel kepuasan pelanggan aplikasi mobile banking yang nilainya 58,3%. Kemudian sisanya sebesar 41,7% yang dipengaruhi variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

**Tabel 4.17**  
**Hasil Uji Regresi Ordinal Parsial 1**

Parameter Estimates								
		Estimate	Std.Error	Wald	Df	Sig	95% Confidence Interval	
							Lower Bound	Upper Bound
Threshold	[Y=1]	-6,768	,485	194,883	1	,000	-7,719	-5,818
	[Y=2]	-1,356	,280	23,371	1	,000	-1,906	-,806
Location	[X1=1]	-6,897	,542	162,109	1	,000	-7,959	-5,835
	[X1=2]	-3,374	,345	95,604	1	,000	-4,050	-3,698
	[X1=3]	0 <sup>a</sup>			0 <sup>a</sup>			
Link function : Logit								
a. This Parameter is set zero because it is redundant								

Sumber : Hasil olahan SPSS Versi 26

Pada tabel 4.19 menunjukkan pengaruh masing dari koefisien regresi. Apabila nilai signifikan  $> \alpha$  (0,05) maka model tidak signifikan dan apabila nilai signifikan  $< \alpha$  (0,05) maka model signifikan. Pada kolom sig. location seluruhnya  $> \alpha$  (0,05). Artinya variabel kualitas pelayanan (X1) berpengaruh terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y).

Interprestasi pada bagian parameter dilakukan dengan cara membandingkan kategori rendah dan sedang dengan *baseline* nya yaitu kategori tinggi. Dari hasil perhitungan parameter estimates diatas, diketahui bahwa kualitas pelayanan

dengan kategori rendah dibandingkan dengan kualitas pelayanan dengan kategori tinggi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (sig.  $0,000 < \alpha (0,05)$ ) dengan nilai estimates sebesar -6,897. Sedangkan kualitas pelayanan dengan kategori sedang dibandingkan dengan kualitas pelayanan kategori tinggi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (sig.  $0,000 < \alpha (0,05)$ ) dengan nilai estimates sebesar -3,374. Dapat disimpulkan bahwa perbandingan kategori kualitas pelayanan terhadap baseline dengan nilai estimate sebesar -6,897 dan -3,374. Yang artinya semakin rendah kualitas pelayanan yang didapatkan seseorang maka akan semakin tinggi kepuasan pelanggan yang didapatkan.

## 2) Hasil Uji Variabel Kepercayaan terhadap Kepuasan Pelanggan

**Tabel 4.18**  
**Hasil Output Case Processing Summary Parsial 2**

Case Processing Summary			
		N	Marginal Percentage
Kepuasan Pelanggan	Rendah	43	11,3%
	Sedang	247	65,0%
	Tinggi	90	23,7%
Kepercayaan	Rendah	96	25,3%
	Sedang	211	55,5%
	Tinggi	73	19,2%
Valid		380	100,0%
Missing		0	
Total		380	

Sumber : Hasil olahan SPSS versi 26

Berdasarkan tabel 4.19 menunjukkan bahwa banyaknya data yang dianalisis adalah 380 dan semuanya dapat terolah karena tidak ada yang masuk kategori missing. Berdasarkan data 380 responden, diketahui bahwa kepuasan pelanggan dengan kategori rendah sebesar 11,3% , kategori sedang sebesar 65,0% , dan kategori tinggi sebesar 23,7%. Untuk kepercayaan

dengan kategori rendah sebesar 25,3% , kategori sedang 55,5%, dan kategori tinggi sebesar 19,2%.

**Tabel 4.19**  
**Hasil Output Model Fitting Information Parsial 2**

Model Fitting Information				
Model	-2 Log Likelihood	Chi-Square	Df	Sig
Intercept Only	236,564			
Final	20,768	215,796	2	,000
Link function : Logit				

Sumber : Hasil olahan SPSS versi 26

Berdasarkan tabel 4.20 menunjukkan bahwa nilai kolom sig dalam tabel *model fitting information* sebesar 0,000 yang artinya model signifikan karena nilai sig pada kolom  $< \alpha$  (0,05). Diketahui bahwa nilai *-2 log likelihood* model *intercept only* sebesar 236,564 dan model *final* turun menjadi 20,768 dengan skala selisih yang dapat dilihat pada *Chi-square* sebesar 215,796.

**Tabel 4.20**  
**Hasil Output Goodness of Fit Parsial 2**

Goodness-of-Fit			
	Chi-Square	Df	Sig
Pearson	,399	2	,819
Deviance	,535	2	,765
Link Function : Logit			

Sumber : Hasil olahan SPSS versi 26

Dari tabel 4.21 menunjukkan informasi yang didapatkan dari pengujian terkait dengan seberapa cocok model dengan data. Kesesuaian tersebut diambil dari pengambilan keputusan yaitu jika nilai signifikan  $> \alpha$  (0,05) maka model signifikan, namun jika nilai signifikan  $< \alpha$  (0,05) maka model tidak signifikan.

Pada tabel diatas menunjukkan nilai pearson sebesar 0,399 dengan tingkat signifikan sebesar 0,819 dan nilai deviance sebesar 0,535 dengan tingkat signifikan sebesar 0,765. Kedua nilai signifikan  $> \alpha$  (0,05) karena data yang diperoleh sesuai

dengan perkiraan model regresi ordinal yang digunakan dan kesimpulannya adalah model tersebut tidak tepat digunakan.

**Tabel 4.21**  
**Hasil Output Pseudo R Square Parsial 2**

Pseudo R-Square	
Cox and Snell	,433
Naelkerke	,526
McFadden	,327
Link Function:Logit	

Sumber : Hasil olahan SPSS versi 26

Pada tabel 4.22 menunjukkan bagaimana variabel independen dapat mempengaruhi variabel dependen. Besarnya nilai ini dapat diketahui di *Nagelkerke* yang memperoleh nilai maksimum sebesar 0,526. Nilai ini menjelaskan bahwa variabel kepercayaan (X2) dapat menjelaskan variabel kepuasan pelanggan aplikasi mobile banking yang nilainya 52,6 %. Kemudian sisanya sebesar 47,4% yang dipengaruhi variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

**Tabel 4.22**  
**Uji Regresi Ordinal Parsial 2**

		Estimate	Std.Error	Wald	df	Sig	95% Confidence Interval	
							Lower Bound	Upper Bound
Threshold	[Y=1]	-6,544	,459	203,203	1	,000	-7,444	-5,644
	[Y=2]	-1,731	,327	27,965	1	,000	-2,372	-1,089
Location	[X2=1]	-5,822	,497	137,321	1	,000	-6,796	-4,849
	[X2=2]	-3,676	,385	91,039	1	,000	-4,431	-2,921
	[X2=3]	0 <sup>a</sup>			0 <sup>a</sup>			
Link function : Logit								
a. This Parameter is set zero because it is redundant								

Sumber : Hasil olahan SPSS versi 26

Pada tabel 4.23 menunjukkan pengaruh masing dari koefisien regresi. Apabila nilai signifikan  $> \alpha$  (0,05) maka model tidak signifikan dan apabila nilai signifikan  $< \alpha$  (0,05) maka



model signifikan. Pada kolom sig. location seluruhnya  $> \alpha$  (0,05). Artinya variabel kepercayaan (X2) berpengaruh terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y).

Interprestasi pada bagian parameter dilakukan dengan cara membandingkan kategori rendah dan sedang dengan *baseline* nya yaitu kategori tinggi. Dari hasil perhitungan parameter estimates diatas, diketahui bahwa kepercayaan dengan kategori rendah dibandingkan dengan kepercayaan dengan kategori tinggi berpengaruh terhadap kepercayaan (sig. 0,000  $< \alpha$  (0,05) dengan nilai estimates sebesar -5,822. Sedangkan kepercayaan dengan kategori sedang dibandingkan dengan kepercayaan kategori tinggi tidak berpengaruh terhadap kepuasa pelanggan (sig. 0,000  $< \alpha$  (0,05) dengan nilai estimates sebesar -3,676 Dapat disimpulkan bahwa perbandingan kategori kepercayaan terhadap baseline dengan nilai estimate sebesar -5,822 dan -3,676. Yang artinya semakin rendah kepercayaan yang didapatkan seseorang maka akan semakin turun kepuasan pelanggan yang didapatkan

#### b. Regresi Ordinal Simultan

**Tabel 4.23**  
**Hasil Output Case Processing Summary Simultan**

Case Processing Summary			
		N	Marginal Percentage
Kepuasan Pelanggan	Rendah	43	11,3%
	Sedang	247	65,0%
	Tinggi	90	23,7%
Kualitas Pelayanan	Rendah	66	17,4%
	Sedang	236	62,1%
	Tinggi	78	20,5%
Kepercayaan	Rendah	96	25,3%
	Sedang	211	55,5%
	Tinggi	73	19,2%
Valid		380	100,0%
Missing		0	

Total	380	
-------	-----	--

Sumber : Hasil olahan SPSS versi 26

Berdasarkan tabel 4.24 menunjukkan bahwa banyaknya data yang dianalisis adalah 380 dan semuanya dapat terolah karena tidak ada yang masuk kategori missing. Berdasarkan data 380 responden, diketahui bahwa kepuasan pelanggan dengan kategori rendah sebesar 11,3% , kategori sedang sebesar 65,0% , dan kategori tinggi sebesar 23,7%. Untuk kualitas pelayanan dengan kategori rendah sebesar 17,4% , kategori sedang 62,1% , dan kategori tinggi sebesar 20,5%. Untuk kepercayaan dengan kategori rendah sebesar 25,3% , kategori sedang sebesar 55,5% , dan kategori rendah sebesar 19,2%.

**Tabel 4.24**  
**Hasil Output Model Fitting Information Simultan**

Model Fitting Information				
Model	-2 Log Likelihood	Chi-Square	df	Sig
Intercept Only	333,879			
Final	32,142	301,737	4	,000
Link function : Logit				

Sumber : Hasil olahan SPSS versi 26

Berdasarkan tabel 4.23 menunjukkan bahwa nilai kolom sig dalam tabel *model fitting information* sebesar 0,000 yang artinya model signifikan karena nilai sig pada kolom  $< \alpha$  (0,05). Diketahui bahwa nilai *-2 log likelihood model intercept only* sebesar 333,879 dan model *final* turun menjadi 32,142 dengan skala selisih yang dapat dilihat pada *Chi-square* sebesar 301,737.

**Tabel 4.25**  
**Hasil Output Goodness of Fit Simultan**

Goodness-of-Fit			
	Chi-Square	Df	Sig
Pearson	1,119	8	,997
Deviance	1,440	8	,994
Link Function : Logit			

Sumber : Hasil olahan SPSS versi 26



Threshold	[Y=1]	-8,460	,629	181,046	1	,000	-9,693	-7,228
	[Y=2]	-2,522	,412	37,506	1	,000	-3,329	-1,715
Location	[X1=1]	-5,162	,607	72,362	1	,000	-6,351	-3,972
	[X1=2]	-2,122	,406	27,297	1	,000	-2,918	-1,326
	[X1=3]	0 <sup>a</sup>			0 <sup>a</sup>			
	[X2=1]	-3,754	,564	44,365	1	,000	-4,859	-2,649
	[X2=2]	-2,667	,426	39,191	1	,000	-3,502	-1,832
	[X2=3]	0			0			
Link function : Logit								
a. This Parameter is set zero because it is redundant								

Sumber : Hasil olahan SPSS versi 26

Pada tabel 4.19 menunjukkan pengaruh masing dari koefisien regresi. Apabila nilai signifikan  $> \alpha$  (0,05) maka model tidak signifikan dan apabila nilai signifikan  $< \alpha$  (0,05) maka model signifikan. Pada kolom sig. location seluruhnya  $> \alpha$  (0,05). Artinya variabel kualitas pelayanan (X1) dan kepercayaan (X2) berpengaruh terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y).

Interprestasi pada bagian parameter dilakukan dengan cara membandingkan kategori rendah dan sedang dengan *baseline* nya yaitu kategori tinggi. Dari hasil perhitungan parameter estimates diatas, diketahui bahwa kualitas pelayanan dengan kategori rendah dibandingkan dengan kualitas pelayanan dengan kategori tinggi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (sig. 0,000  $< \alpha$  (0,05) dengan nilai estimates sebesar -5,162. Sedangkan kualitas pelayanan dengan kategori sedang dibandingkan dengan kualitas pelayanan kategori tinggi berpengaruh terhadap kepuasa pelanggan (sig. 0,000  $< \alpha$  (0,05) dengan nilai estimates sebesar -2,122. Dapat disimpulkan bahwa perbandingan kategori kepercayaan terhadap baseline dengan nilai estimate sebesar -5,162 dan -2,122.

Dari hasil perhitungan parameter estimates diatas, diketahui bahwa kepercayaan dengan kategori rendah dibandingkan dengan kepercayaan dengan kategori tinggi berpengaruh terhadap kepercayaan (sig. 0,000  $< \alpha$  (0,05) dengan

nilai estimates sebesar -3,754. Sedangkan kepercayaan dengan kategori sedang dibandingkan dengan kepercayaan kategori tinggi tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan ( $\text{sig. } 0,000 < \alpha$  (0,05) dengan nilai estimates sebesar -2,667. Dapat disimpulkan bahwa perbandingan kategori kepercayaan terhadap baseline dengan nilai estimate sebesar -3,754 dan -2,667.

Maka dari hasil perhitungan *parameter estimates* dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X1) dan kepercayaan (X2) secara bersama-sama berpengaruh simultan terhadap kepuasan pelanggan (Y).

### 5. Hasil Uji Chi Square

Analisis Chi-Square digunakan untuk menguji hipotesis komparatif satu sampel, dua kelompok atau lebih. Pada uji chi square (Uji  $X^2$ ) ada atau tidaknya antara frekuensi hasil observasi ( $F_o$ ) dengan frekuensi yang diharapkan ( $f_h$ ) dari sampel yang terbatas ini merupakan perbedaan yang signifikan atau tidak. Dasar pengambilan keputusan apabila  $X^2 \text{ Hitung} > X^2 \text{ tabel}$  maka terdapat perbedaan karakteristik dan apabila  $X^2 \text{ Hitung} < X^2$  maka terdapat tidak perbedaan karakteristik.

**Tabel 4.28**  
**Hasil Uji Chi Square**

Test Statistics	
Kepuasan Pelanggan	
Chi-Square	180,195 <sup>a</sup>
df	2
Asymp.Sig	,000
a. 0 cell (0,0%) gave expected frequencies less than 5. The minimum expected cell frequency is 126,7	

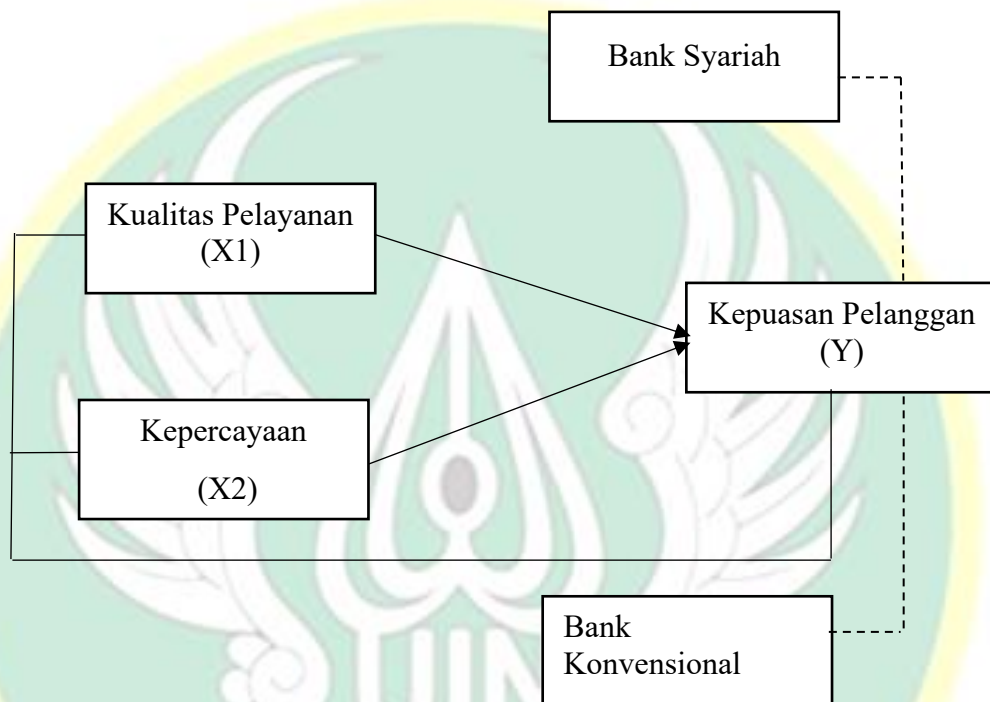
Sumber : Hasil olahan SPSS versi 26

Pada tabel 4.29 menunjukkan bahwa nilai Asymp.sig sebesar 0,000. Nilai Asymp sig  $< 0,05$ , artinya  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima sehingga terdapat perbedaan yang signifikan pada kepuasan pelanggan aplikasi mobile banking bank syariah dan bank konvensional.

#### D. Pembahasan Hasil Penelitian

Setelah melakukan pengolahan data dan analisis terhadap data yang diperoleh, peneliti mendapatkan gambaran tentang variabel independen yang terdiri dari kualitas pelayanan dan kepercayaan serta variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan.

**Gambar 4. 1**  
**Kerangka Berpikir**



##### 1. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Aplikasi Mobile Banking Bank Konvensional dan Bank Syariah

Hasil analisis menunjukkan bahwa koefisien korelasi rank spearman dapat dilihat bahwa nilai sig. (2-tailed) 0,000. Karena nilai sig.(2-tailed ) kurang dari 0,05, maka disimpulkan  $H_0$  ditolak atau  $H_1$  diterima. Artinya bahwa terdapat korelasi yang signifikan antara variabel kualitas pelayanan (X1) terhadap kualitas pelayanan (Y). Sedangkan pada nilai koefisien rank spearman menunjukkan 0,681 yang berarti kedua variabel memiliki korelasi yang sangat kuat.

Selanjutnya regresi ordinal parsial yaitu pada uji perhitungan pseudo R-Square variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh 58,3%. Terhadap kepuasan pelanggan. Maka kesimpulan yang bisa

diambil adalah variabel kualitas pelayanan mampu menjelaskan variabel dependen sebesar 58,3%..

Dan pada perhitungan parameter estimates ,diketahui bahwa kualitas pelayanan dengan kategori rendah dibandingkan dengan kualitas pelayanan dengan kategori tinggi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (sig. 0,000 <  $\alpha$  (0,05) dengan nilai estimates sebesar -6,897. Sedangkan kualitas pelayanan dengan kategori sedang dibandingkan dengan kualitas pelayanan kategori tinggi berpengaruh terhadap kepuasa pelanggan (sig. 0,000 <  $\alpha$  (0,05) dengan nilai estimates sebesar -3,374. Dapat disimpulkan bahwa perbandingan kategori kualitas pelayanan terhadap baseline dengan nilai estimate sebesar -6,897 dan -3,374. Yang artinya semakin rendah kualitas pelayanan yang didapatkan seseorang maka akan semakin tinggi kepuasan pelanggan yang didapatkan.

Hasil penelitian ini diperkuat dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Nur Aisya Febriani (2020) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah BRIS di Yogyakarta (Febriani, 2020). Kualitas layanan yang diberikan kepada konsumen harus sesuai dengan apa yang diharapkan oleh konsumen. Semakin tinggi kesesuaian antara harapan dengan kualitas yang didapatkan maka akan tercipta nilai kepuasan yang maksimal.

Kualitas Pelayanan merupakan perbandingan layanan antara keyakinan dan harapan pelanggan. Jika fakta yang diterima oleh pelanggan melebihi apa yang diharapkan maka layanan dapat dikatakan bermutu dan pelanggan akan merasa puas. Dan sebaliknya, jika fakta yang diterima oleh pelanggan tidak sesuai dengan yang diharapkan maka layanan tersebut dikatakan tidak bermutu dan pelanggan akan merasa kecewa dan tidak puas.

## **2. Pengaruh Kepercayaan terhadap Kepuasan Pelanggan Aplikasi Mobile Banking Bank Konvensional dan Bank Syariah**

Hasil analisis menunjukkan bahwa koefisien korelasi rank spearman dapat dilihat bahwa nilai sig. (2-tailed) 0,000. Karena nilai sig.(2-tailed ) kurang dari 0,05, maka disimpulkan  $H_0$  ditolak atau  $H_1$  diterima. Artinya bahwa terdapat korelasi yang signifikan antara variabel kepercayaan (X2) terhadap kualitas pelayanan (Y). Sedangkan pada nilai koefisien rank spearman menunjukkan 0,617 yang berarti kedua variabel memiliki korelasi yang sangat kuat.

Selanjutnya regresi ordinal parsial yaitu pada uji perhitungan pseudo R-Square variabel kepercayaan memiliki pengaruh 52,6%. Terhadap kepuasan pelanggan. Maka kesimpulan yang bisa diambil adalah variabel kualitas pelayanan mampu menjelaskan variabel dependen sebesar 52,6%.

Dari hasil perhitungan parameter estimates, diketahui bahwa kepercayaan dengan kategori rendah dibandingkan dengan kepercayaan dengan kategori tinggi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (sig.  $0,000 < \alpha (0,05)$  dengan nilai estimates sebesar -5,822. Sedangkan kepercayaan dengan kategori sedang dibandingkan dengan kualitas pelayanan kategori tinggi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (sig.  $0,000 < \alpha (0,05)$  dengan nilai estimates sebesar -3,676. Dapat disimpulkan bahwa perbandingan kategori kepercayaan terhadap baseline dengan nilai estimate sebesar -5,822 dan -3,676. Yang artinya semakin rendah kepercayaan yang didapatkan seseorang maka akan semakin turun kepuasan pelanggan yang didapatkan.

Hasil penelitian ini diperkuat dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Ahmad Dzul Ilmi Syarifuddin (2021) dengan Judul “Pengaruh Kepercayaan terhadap tingkat Kepuasan Nasabah pada mobile banking di era pandemi Covid-19 ( Studi Bank BNI Cabang Makasar) )”. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa variabel kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap tingkat kepuasan nasabah (Dzul & Syarifuddin, 2021). Kepercayaan dipengaruhi oleh fasilitas yang terdapat dalam mobile banking yang memudahkan para nasabahnya untuk melakukan transaksi. Rasa percaya para pelanggan



atau konsumen kepada perusahaan tidak tumbuh dengan sendirinya melainkan dibentuk oleh para pelanggan tersebut setelah merasakan kepuasan.

Kepercayaan adalah pondasi utama dalam bisnis. Sebuah transaksi bisnis antara dua belah pihak atau lebih akan terjadi apabila masing-masing kedua pihak saling mempercayai. Kepercayaan ini tidak bisa diakui dan didapat oleh pihak tertentu begitu saja akan tetapi harus dibangun dari awal dan dibuktikan. Komitmen nasabah untuk tetap berhubungan dengan jasa perbankan karena adanya keyakinan atau kepercayaan terhadap jasa sehingga akan melakukan transaksi secara terus menerus.

### **3. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Pelanggan Aplikasi Mobile Banking Bank Konvensional dan Bank Syariah**

Berdasarkan hasil uji kendalls W diketahui bahwa jumlah responden sebanyak 380 dengan nilai Asymp.sig sebesar 0,000 dan nilai konkordansi kendalls W sebesar 0,062. Nilai konkordansi menunjukkan bahwa hubungan antara kualitas pelayanan (X1) dan kepercayaan (X2) dengan kepuasan pelanggan (Y) memiliki hubungan yang lemah. Sedangkan jika dilihat dari Asymp.sig  $0,000 > 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara kualitas pelayanan (X1) dan kepercayaan (X2) terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada aplikasi mobile banking bank syariah dan bank konvensional.

### **4. Perbedaan Kualitas Pelayanan Aplikasi Mobile Banking Bank Konvensional dan Bank Syariah**

Berdasarkan hasil uji chi square dapat diketahui jumlah responden 380 dengan nilai Asymp.sig sebesar 0,000. Nilai Asymp sig  $> 0,05$ , artinya  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima sehingga terdapat perbedaan yang signifikan pada kepuasan pelanggan aplikasi mobile banking bank syariah dan bank konvensional

## BAB V PENUTUP

### A. Kesimpulan

Penelitian ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari variabel kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan aplikasi mobile banking bank syariah dan bank konvensional bagi mahasiswa UIN Prof K.H Saifuddin Zuhri angkatan 2020-2021 yang sudah menggunakan aplikasi mobile banking tersebut. Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan pada bab IV, maka dapat disimpulkan hasil penelitian sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh antara variabel kualitas pelayanan (X1) terhadap kepuasan pelanggan aplikasi mobile banking bank syariah dan bank konvensional. Dapat dilihat pada hasil analisis regresi ordinal pada bagian parameter estimates kolom si sebesar  $0,000 < \alpha (0,05)$  yang artinya signifikan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan aplikasi mobile banking bank syariah dan bank konvensional yang berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Dari hasil perhitungan pseudo R-Square, kualitas pelayanan memiliki pengaruh sebesar 58,3% terhadap kepuasan pelanggan aplikasi mobile banking bank syariah dan bank konvensional.
2. Terdapat pengaruh antara variabel kepercayaan (X2) terhadap kepuasan pelanggan aplikasi mobile banking bank syariah dan bank konvensional. Dapat dilihat pada hasil analisis regresi ordinal pada bagian parameter estimates kolom si sebesar  $0,000 < \alpha (0,05)$  yang artinya signifikan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan aplikasi mobile banking bank syariah dan bank konvensional yang berarti  $H_0$  diterima dan  $H_2$  ditolak. Dari hasil perhitungan pseudo R-Square, kepercayaan memiliki pengaruh sebesar 52,6% terhadap kepuasan pelanggan aplikasi mobile banking bank syariah dan bank konvensional.
3. Terdapat pengaruh antara variabel kualitas pelayanan (X1) dan kepercayaan (X2) terhadap kepuasan pelanggan aplikasi mobile banking

- bank syariah dan bank konvensional. Dapat diketahui dengan melihat hasil regresi ordinal pada bagian parameter estimates kolom sig  $< \alpha$  (0,05) yang artinya signifikan. Sehingga H3 diterima dan H<sub>0</sub> ditolak. Dan nilai pada kolom signifikan pada model fitting information sebesar 0,000  $< \alpha$  (0,05) sehingga model signifikan. Dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan (X1) dan kepercayaan (X2) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan aplikasi mobile banking bank syariah dan bank konvensional. Dari hasil perhitungan pseudo R-Square, kualitas pelayanan dan kepercayaan memiliki pengaruh sebesar 66,5 % terhadap kepuasan pelanggan aplikasi mobile banking bank syariah dan bank konvensional.
4. Terdapat perbedaan kepuasan pelanggan aplikasi mobile banking bank syariah dan bank konvensional. Dapat diketahui dengan melihat hasil chi square pada bagian Asymp sig 0,000  $> 0,05$  yang artinya signifikan. Sehingga H4 diterima dan H<sub>0</sub> ditolak.

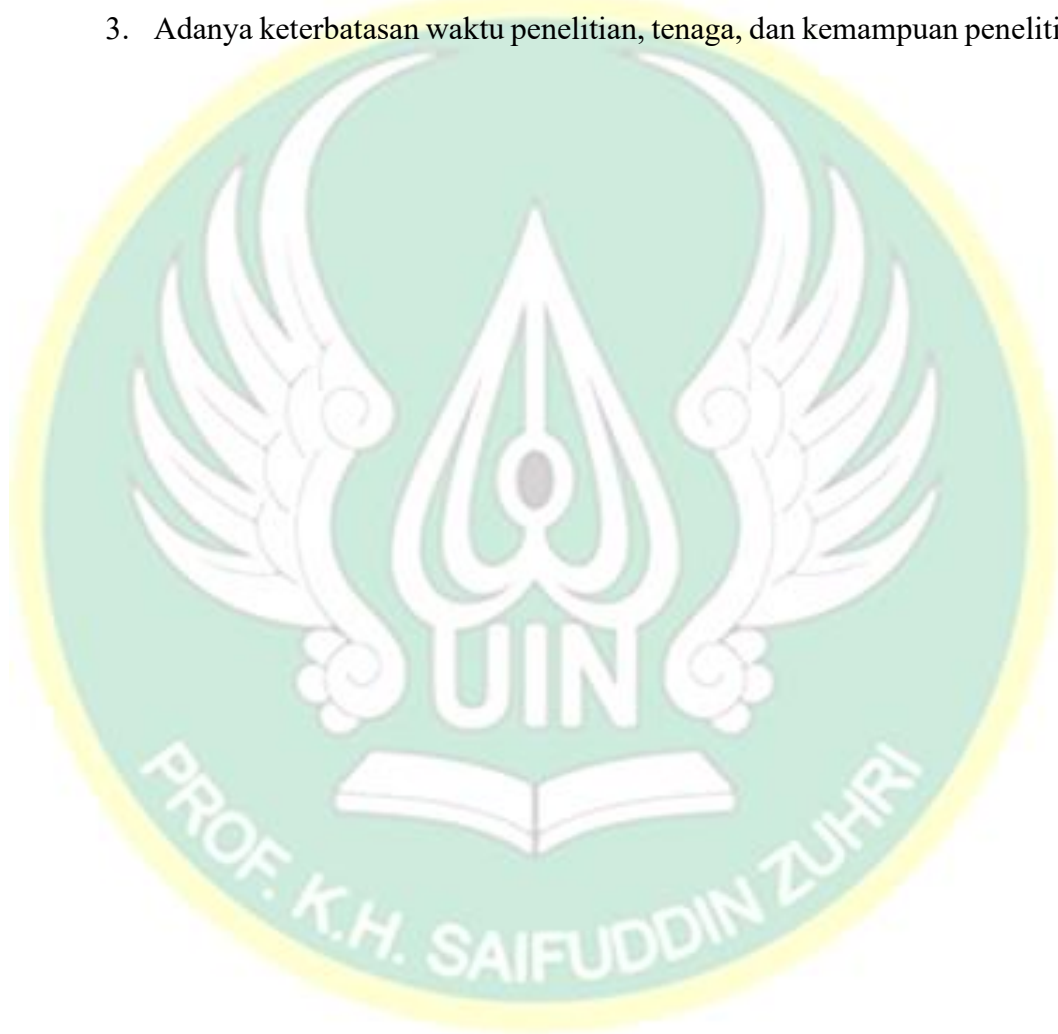
#### **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah dijelaskan, maka peneliti memberikan saran untuk beberapa pihak terkait dengan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Perusahaan mobile banking agar tetap menjaga kepuasan pelanggan, harus bisa memberi pelayanan yang terbaik kepada para pelanggan setia mobile banking karena salah satu faktor menentukan tingkat keberhasilan dan kualitas pada bank. Semakin bagus pelayanan yang didapatkan pelanggan maka semakin pula kepuasan pelanggan. Memperhatikan keluhan atau keinginan para pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan.
2. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat menjadi acuan untuk perbaikan penelitian selanjutnya. Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penelitian ini. Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk menambah variabel lain yang dapat mempengaruhi kepuasan pengguna mobile banking dan juga memperluas cakupan wilayah daerah penelitian supaya mampu merepresentasikan masyarakat secara umum.

### C. Keterbatasan Penelitian

1. Pada penelitian ini hanya menggunakan dua variabel independen yaitu kualitas pelayanan dan kepercayaan. Serta menggunakan satu variabel dependen yaitu variabel kepuasan pelanggan. Sehingga memungkinkan variabel lain untuk dapat memperoleh hasil yang lebih baik.
2. Responden dalam penelitian ini hanya pada mahasiswa UIN Prof K.H Saifuddin Zuhri Angkatan 2020-2021 saja.
3. Adanya keterbatasan waktu penelitian, tenaga, dan kemampuan peneliti.



## DAFTAR PUSTAKA

- Adela, M. (2020). *Pengaruh Layanan M-Banking terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus pada Bank BNI Syariah KCP Rajabasa)*.
- Agustina, D. A., & Krisnaningsih, D. (2023). PENGARUH PENGGUNAAN BSI MOBILE TERHADAP KEPUASAN. *Jurnal Tabarru' : Islamic Banking and Finance*, 6(1), 179–191.
- Amelia,R., Lestari, I., & Nasib. (2019). *Keuangan dan Perbankan*. Malang : CV Sadari.
- Bagus, I., Udayana, N., & Lukitaningsih, A. (2022). Pengaruh kualitas layanan, kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan dalam membentuk loyalitas pelanggan. *Jurnal Penelitian Pendidikan Dan Ekonomi*, 19(02), 226–233.
- Baiq Hilwiyatul Ahla. (2022). *Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia di Kota Depok*.
- Bambang Admadi Harsojuwono & I Wayan Arnata. (2020). *Statistik Penelitian*. Malang : Madani Media.
- Chandra,T.,Stefani,C., & Hafni, L. (2017). *Service Quality, Customer Satisfaction dan Costumer Loyalty : Tinjauan Teoritis*. Malang : CV IRDH.
- Darmanah, G. &. (2019). *Metodologi Penelitian*. Lampung Selatan : CV Hira Tech.
- Dzaki, A. L., & Zuliestiana, D. A. (2022). Analisis Pengaruh Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Minat Beli Ulang Pada Pengguna Situs E-Commerce Jd . Id. *Jurnal E-Proceeding of Management*, 9(2), 125–139.
- Dzul, A., & Syarifuddin, I. (2021). *YUME : Journal of Management KEPUASAN NASABAH PADA MOBILE BANKING DI ERA PANDEMIK COVID-19 ( Studi Bank BNI Cabang Makassar )*. 4(1). <https://doi.org/10.37531/yume.vxix.76>
- Febriani,N, A. (2020). *Analisis pengaruh kualitas layanan mobile banking terhadap tingkat kepuasan nasabah Bank Rakyat Indonesia Syariah di Yogyakarta*.
- Indrawan Phk, .dkk. (2017). *Perilaku Konsumen Individu dalam Mengadopsi*

- Layanan Berbasis Teknologi Informasi & Komunikasi*. Bandung : Refika Aditama.
- Irawan, I. A. (2018). *Effect Of Trust , Convinience , Security And Quality Of Service On Online Purchase Decision ( Consumer Case Study In Tangerang Selatan Area )*. XXIII(01), 114–122.
- Isna, A., & W. (2013). *Analisis Data Kuantitatid dengan IBM SPSS Statistics 20*. STAIN Press, Purwokerto.
- Jogiyanto. (2017). *Sistem Informasi Keperilakuan* (Edisi Revi). Yogyakarta : Andi Offseit.
- Kasinem. (2020). Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Bukit Serelo Lahat Kasinem. *Jurnal Media Wahanan Ekonomika*, 17(4), 329–339.
- Kasmir. (2014). *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Rajawali Pers, Jakarta.
- Kominfo. (2021). *laporan Kinerja Kementerian Komunikasi dan Informatika*. <https://www.kominfo.go.id/detail/49972/laporan-kinerja-kementerian-kominfo-tahun-2022/>
- Kotler & Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Erlangga.
- Lestari, R. D. (2021). *Pengaruh persepsi kemudahan, persepsi kemanfaatan, dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah pada mobile banking BSI (studi pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis islam UIN Walingsongo semarang)*.
- Lidia Sihotang, I. H. (2023). Penerapan m-banking dalam meningkatkan jasa, layanan perbankan di bank rakyat indonesia kantor cabang pekanbaru sudirman. *Jurnal Akutansi AKTIVA*, 4(2), 106–114.
- Marnovita. (2020). Hubungan Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Pelanggan. *Psikoborneo*, 8(1), 100–106.
- OJK. (2018). Undang-undang No 03 Tahun 2018 tentang penyelenggara Layanan Perbankan Digital Oleh Bank Umum. *Online*. <https://ojk.go.id/regulasi/penyelenggara-layanan-perbankan-digital-oleh-bank-umum.aspx>

- Pasaribu, N. A. (2020). *Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah BRI Syariah di Yogyakarta*.
- Pranantha,E, Y. (2021). *Pengaruh Kualitas Layanan dan Fitur Produk BSI Mobile terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia di Kabupaten Sleman*.
- Putra, K., & Indriyani, R. (2019). Pengaruh Kepercayaan Pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan CV Mitra Perkasa Utoma. *AGORA*, 7(2016).
- Putri,N,L.,& Warsitasari, W. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Nasabah terhadap Kepercayaan Nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) pasca Merger. *Jurnal Perbankan Syariah*, 6(1).
- Rahmah, M. I. (2023). Pengaruh layanan webform bank syariah indonesia, layanan mobile banking dan kepercayaan terhadap keputusan nasabah ( Studi Pada Mahasiswa Perguruan Tinggi Di Ponorogo ). *Skripsi*.
- Rangkuti, F. (2006). *Teknik mengukur dan strategi meningkatkan kepuasan pelanggan*. Jakarta : Penerbit PT.Gramedia Pustaka Utama.
- Sa'idah, A. F. (2023). Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, dan Kemudahan Terhadap Kepuasan Nasabah Menggunakan Mobile Banking Pada Masa Pandemi (Studi Kasus Bank Bri Kantor Cabang Jember). *Skripsi, Universitas Islam Negeri Kiai Achmad Siddiq Jember*.
- Sari,P, K. (2020). *Pengaruh Kemudahan Penggunaan Aplikasi terhadap Minat Pegawai Menggunakan Mobile Banking pada Kantor Pengawasan dan Pelayanan Bea dan Cukai tipe Madya Pabean C Manado*.
- Savitri, Y. (2022). *PENGARUH KUALITAS LAYANAN MOBILE BANKING*.
- Siti Bejana Siagian, K. T. (2022). Faktor-Faktor yang mempengaruhi minat nasabah untuk menggunakan layanan mobile banking pada PT Bank Syariah Indonesia KCP Perbaungan. *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen (JIKEM)*, 2(1), 1051–1060.
- Suci, R. (2022). *Analisis Perbandingan Tingkat Kepuasan dan Kualitas Layanan BSI Mobile Banking dengan Action Mobile Banking Bank Aceh (Studi Pada Dosen AR-Raniry)*.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Bisnis, Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif,*

*Kombinasi dan R&D*. Bandung : Alfabeta.

- Sukmawati, H., Rasyid, A. F., & Kurniaputri, M. R. (2021). Penerimaan dan Penggunaan Layanan Mobile Banking Perbankan Syariah : Ekstensi Technology Acceptance Model. *Jurnal Ilmu Ekonomi Islam*, 7(03), 1845–1857.
- Sulasih, S & Oktiana, R, D. (2020). Analisis faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan produk halal online pada pondok pesantren di purwokerto. *Journal of Islamic Businnes and Economics*, 1(1), 7–21.
- Suryani, T. (2016). *Manajemen Strategi Bank di Era Global : Menciptakan Nilai Unggul untuk Kepuasan Nasabah*. Jakarta : Prenadamedia Group.
- Tezar Putra Nugraha, Ryan Parlyna, dan N. H. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Aplikasi Pembayaran X. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Keuangan*, 2(2), 347–363.
- Tikson, S, D., Septiani Sahas, N., & Ulfa, S. (2021). Persepsi Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin terhadap Perbankan Syariah. *Universitas Hasanuddin South Sulawesi*, 18(2). <https://doi.org/10.2648/jbmi.v18i.17855>
- Tjiptono. (2000). *Perspektif manajemen dan pemasaran kontemporer*. Yogyakarta : Andi.
- Tjiptono. (2016). *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta : Andi.
- Utama, A. S. (2021). Digitalisasi Produk Bank Konvensional Dan Bank Syariah Di Indonesia. *Jurnal Ilmu Hukum, Perundang-Undang Dan Pranata Sosial*, 6(2), 113–126.
- Wahyuna, S., & Zulhamdi. (2022). Perbedaan Perbankan Syariah dengan Bank Konvensional. *Jurnal Al-Hiwalah ;(Sharia Economic Law)*, 2(1),2963-0304.
- Wijayanti. (2023a). *Pengaruh Kualitas Layanan BSI Mobile Banking Indonesia Di Kota Surakarta (studi pada Generasi Z di Kota Suarakarta)*.
- Wijayanti, N. P. (2023b). *PENGARUH KUALITAS LAYANAN BSI MOBILE INDONESIA DI KOTA SURAKARTA ( Studi Pada Generasi Z di Kota Surakarta )*.



- Wulandari A. (2021). *Perbandingan Pengaruh Service Excellent dan Kualitas Layanan Mobile Banking terhadap Kepuasan Nasabah ( Studi pada BRI Syariah KCP Ponorogo dan Bank Muamalat KCP Ponorog)*.
- Yayan Sudayana. (2020). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KEPERCAYAAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA KANTOR POS INDONESIA ( PERSERO ) KOTA TANGERANG. *Journal of Management Review*, 4(1).
- Zahra, N, A. (2021). *Pengaruh Kemudahan pengguna, kemanfaatan dan kepercayaan terhadap kepuasan nasabah pengguna mobile banking (M-Banking) Bank Syariah Mandiri*.



LAMPIRAN-LAMPIRAN



Lampiran 1 Kuesioner

## KUESIONER

**Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Pelanggan aplikasi Mobile Banking Bank Konvensional dan Bank Syariah**  
(Studi kasus Mahasiswa Prof K.H Saifuddin Zuhri Angkatan 2020-2021).

Kepada Yth. Responden

Mahasiswa UIN Prof K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

Di tempat

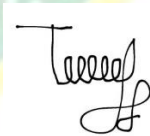
Assalamu'alaikum Wr.Wb

Perkenalkan saya Tyas Nur Anggraeni mahasiswa semester 8 prodi Perbankan Syariah UIN Prof K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto yang saat ini sedang menyusun skripsi. Dengan ini saya memohon saudara/i untuk berpartisipasi dalam pengisian kuissoner saya dengan kriteri sebagai berikut:

- a. Mahasiswa UIN Prof KH. Saifuddin Zuhri Purwokerto angkatan 2020-2021
- b. Mahasiswa yang memiliki 2 rekening dan pernah menggunakan aplikasi mobile banking baik itu bank konvensional dan bank syariah.

Adapun tujuan dari penelitian ini untuk digunakan dalam kepentingan akademis, sehingga semua data responden yang terkait akan dijaga kerahasiaanya dan tidak akan diseberkanluaskan tanpa persetujuan dari yang bersangkutan. Demikian permohonan ini saya sampaikan, atas perhatian dan kerjasama saudara/i saya ucapkan terimakasih.

Hormat saya



Tyas Nur Anggraeni

## PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

1. Mengisi data terlebih dahulu sebelum mengisi kuesioner penelitian
2. Pilih salah satu jawaban pada setiap item pernyataan yang paling sesuai dengan keadaan saudara/i
3. Kuesioner ini diperuntukan bagi responden yang memiliki 2 rekening atau pernah melakukan transaksi menggunakan mobile banking bank konvensional dan syariah dengan populasi mahasiswa UIN Prof K.H Saifuddin Zuhri Angkatan 2020-2021.

Keterangan :

SS : sangat setuju

S : Setuju

RG : Ragu-ragu

TS : Tidak setuju

STS: Sangat tidak setuju

### A. Karakteristik Responden

1. Nama :
2. Jenis Kelamin :
  - a. Laki-laki
  - b. Perempuan
3. Angkatan :
  - a. Angkatan 2020
  - b. Angkatan 2021
4. Jurusan :
  - a. FEBI
  - b. DAKWAH
  - c. SYARIAH
  - d. FUAH
  - e. TARBIYAH
5. Pengguna Mobile Banking dalam satu hari :
  - a. 1-3 kali
  - b. 3-6 kali
  - c. > 6 kali

## B. PERNYATAAN

### Variabel Kualitas Pelayanan (X1)

No	Pernyataan	STS (1)	TS (2)	RG (3)	S (4)	SS (5)
1	Mobile banking memberikan jaminan keamanan bagi saya karena bisa menjaga kerahasiaan data transaksi yang dilakukan oleh saya					
2	Transaksi menggunakan mobile banking dapat dipercaya					
3	Mobile banking dapat diandalkan karena fitur layanan yang mudah dipahami oleh seluruh kalangan					
4	Pemberitahuan yang muncul dalam aplikasi mobile banking bersifat jelas					
5	Tampilan menu dalam aplikasi mobile banking yang ditawarkan menarik					
6	Mobile banking selalu memberikan informasi data setiap pengirim uang yang telah dikirim					
7	Saya menggunakan mobile banking karena adanya contact center					

### Kepercayaan (X2)

No	Pernyataan	STS (1)	TS (2)	RG (3)	S (4)	SS (5)
1	Saya bersedia menerima resiko dalam menggunakan mobile banking					
2	Saya percaya mobile banking sangat aman untuk melakukan berbagai macam transaksi perbankan					
3	M-banking mampu memberikan pelayanan yang terbaik					
4	Saya percaya bahwa mobile banking beroperasi dengan kejujuran dan memenuhi harapan para pelanggan					
5	Saya bersedia memberikan informasi pribadi saya jika pihak					

	bank meminta informasi untuk kelengkapan produk mobile banking					
--	--	--	--	--	--	--

### Kepuasan Pelanggan (Y)

No	Pernyataan	STS (1)	TS (2)	RG (3)	SS (4)	SS (5)
1	Saya merasa puas dengan fasilitas yang ada di mobile banking					
2	Saya akan menggunakan ulang mobile banking					
3	Pihak Bank merespon dengan cepat atas keluhan yang dialami oleh saya					
4	Pelayanan yang diberikan membuat saya merasa nyaman					
5	Kualitas produk yang diberikan sudah memenuhi kebutuhan saya					
6	Saya merekomendasikan mobile kepada orang lain					



Lampiran 2 Data Tabulasi

**A. Variabel Kualitas Pelayanan (X1)**

No	Kualitas Pelayanan (X2)							Total
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	
1		5	5	5	5	5	5	30
2	4	4	4	4	4	4	4	28
3	5	5	4	4	4	4	4	30
4	5	5	5	5	5	5	5	35
5	5	5	5	5	5	5	5	35
6	4	4	4	4	4	4	4	28
7	4	4	4	3	4	4	4	27
8	3	3	3	3	3	4	3	22
9	4	4	4	4	4	4	4	28
10	4	4	4	4	4	5	4	29
11	5	5	5	5	5	5	5	35
12	5	5	5	5	5	5	5	35
13	4	4	4	4	5	4	4	29
14	4	5	5	4	5	5	4	32
15	4	4	4	4	4	4	4	28
16	5	4	3	4	4	5	5	30
17	4	4	4	4	4	4	4	28
18	4	4	4	4	4	4	4	28
19	4	4	4	3	4	4	4	27
20	4	4	4	4	4	4	4	28
21	4	4	4	4	4	4	4	28
22	5	5	5	5	5	5	5	35
23	4	4	4	4	4	4	4	28
24	5	5	4	4	4	5	3	30
25	4	4	4	4	4	4	4	28
26	5	5	4	4	5	5	4	32
27	4	4	4	4	4	4	4	28
28	4	4	4	4	4	4	4	28
29	3	3	4	3	3	4	4	24
30	4	5	3	4	3	4	3	26
31	4	4	4	4	4	4	4	28
32	4	4	4	2	4	4	3	25

33	4	4	4	4	4	4	4	28
34	5	5	5	5	5	5	5	35
35	3	4	4	4	4	4	4	27
36	4	5	4	3	5	5	5	31
37	4	4	4	4	4	4	4	28
38	5	4	2	2	4	4	5	26
39	4	4	4	4	4	4	4	28
40	4	4	4	4	4	4	5	29
41	4	4	4	4	4	4	4	28
42	5	4	4	4	4	5	5	31
43	5	5	4	4	5	5	5	33
44	4	4	4	3	3	4	3	25
45	5	5	5	5	5	5	5	35
46	4	4	4	2	4	5	5	28
47	3	3	4	3	3	5	4	25
48	4	4	4	3	4	4	4	27
49	4	4	4	4	4	4	4	28
50	4	4	5	5	5	5	5	33
51	5	5	5	5	5	5	5	35
52	4	4	4	4	4	4	4	28
53	4	4	4	5	5	4	4	30
54	4	4	4	4	4	4	4	28
55	4	5	5	4	4	4	4	30
56	5	5	4	4	5	5	4	32
57	4	4	4	4	4	4	3	27
58	5	5	5	4	4	5	5	33
59	5	5	5	5	5	5	5	35
60	5	5	4	4	4	5	4	31
61	5	5	5	4	4	5	5	33
62	4	4	5	4	5	5	4	31
63	4	4	4	4	4	4	4	28
64	4	4	3	3	4	5	5	28
65	5	5	5	4	4	5	4	32
66	4	5	4	5	5	5	4	32
67	4	4	5	4	4	5	4	30
68	4	4	3	4	4	5	4	28
69	3	3	4	3	3	4	4	24



70	5	5	5	4	4	5	5	33
71	5	5	5	5	5	5	5	35
72	5	5	5	5	5	5	5	35
73	4	4	4	3	4	4	4	27
74	4	4	4	4	4	4	4	28
75	2	3	4	3	4	4	3	23
76	5	5	5	5	5	5	5	35
77	5	5	5	5	5	5	5	35
78	5	4	5	5	4	4	5	32
79	5	5	4	4	4	5	4	31
80	5	5	4	4	4	5	5	32
81	5	5	4	4	4	4	4	30
82	5	5	5	4	4	4	4	31
83	5	5	5	5	5	5	5	35
84	5	5	5	4	4	4	4	31
85	5	5	5	5	5	5	5	35
86	5	5	5	5	5	5	5	35
87	4	4	4	4	4	4	4	28
88	4	4	4	4	4	4	4	28
89	4	4	4	4	4	4	4	28
90	4	4	4	4	4	4	4	28
91	4	4	4	4	4	4	4	28
92	5	4	5	3	4	5	4	30
93	5	5	5	5	5	5	5	35
94	3	3	2	3	4	4	4	23
95	5	4	4	4	4	4	4	29
96	5	5	5	5	5	5	5	35
97	5	5	5	5	5	5	5	35
98	5	5	5	5	5	5	5	35
99	4	4	4	4	4	4	4	28
100	4	3	3	3	4	4	3	24
101	5	5	5	5	5	5	5	35
102	4	4	4	4	4	4	4	28
103	5	5	4	4	4	4	4	30
104	5	5	5	5	5	5	5	35
105	5	5	5	5	5	5	5	35
106	4	4	4	4	4	4	4	28

107	4	4	4	3	4	4	4	27
108	3	3	3	3	3	4	3	22
109	4	4	4	4	4	4	4	28
110	4	4	4	4	4	5	4	29
111	5	5	5	5	5	5	5	35
112	5	5	5	5	5	5	5	35
113	4	4	4	4	5	4	4	29
114	4	5	5	4	5	5	4	32
115	4	4	4	4	4	4	4	28
116	5	4	3	4	4	5	5	30
117	4	4	4	4	4	4	4	28
118	4	4	4	4	4	4	4	28
119	4	4	4	3	4	4	4	27
120	4	4	4	4	4	4	4	28
121	4	4	4	4	4	4	4	28
122	5	5	5	5	5	5	5	35
123	4	4	4	4	4	4	4	28
124	5	5	4	4	4	5	3	30
125	4	4	4	4	4	4	4	28
126	5	5	4	4	5	5	4	32
127	4	4	4	4	4	4	4	28
128	4	4	4	4	4	4	4	28
129	3	3	4	3	3	4	4	24
130	4	5	3	4	3	4	3	26
131	4	4	4	4	4	4	4	28
132	4	4	4	2	4	4	3	25
133	4	4	4	4	4	4	4	28
134	5	5	5	5	5	5	5	35
135	3	4	4	4	4	4	4	27
136	4	5	4	3	5	5	5	31
137	4	4	4	4	4	4	4	28
138	5	4	2	2	4	4	5	26
139	4	4	4	4	4	4	4	28
140	4	4	4	4	4	4	5	29
141	4	4	4	4	4	4	4	28
142	5	4	4	4	4	5	5	31
143	5	5	4	4	5	5	5	33

144	4	4	4	3	3	4	3	25
145	5	5	5	5	5	5	5	35
146	4	4	4	2	4	5	5	28
147	3	3	4	3	3	5	4	25
148	4	4	4	3	4	4	4	27
149	4	4	4	4	4	4	4	28
150	4	4	5	5	5	5	5	33
151	5	5	5	5	5	5	5	35
152	4	4	4	4	4	4	4	28
153	4	4	4	5	5	4	4	30
154	4	4	4	4	4	4	4	28
155	4	5	5	4	4	4	4	30
156	5	5	4	4	5	5	4	32
157	4	4	4	4	4	4	3	27
158	5	5	5	4	4	5	5	33
159	5	5	5	5	5	5	5	35
160	5	5	4	4	4	5	4	31
161	5	5	5	4	4	5	5	33
162	4	4	5	4	5	5	4	31
163	4	4	4	4	4	4	4	28
164	4	4	3	3	4	5	5	28
165	5	5	5	4	4	5	4	32
166	4	5	4	5	5	5	4	32
167	4	4	5	4	4	5	4	30
168	4	4	3	4	4	5	4	28
169	3	3	4	3	3	4	4	24
170	5	5	5	4	4	5	5	33
171	5	5	5	5	5	5	5	35
172	5	5	5	5	5	5	5	35
173	4	4	4	3	4	4	4	27
174	4	4	4	4	4	4	4	28
175	2	3	4	3	4	4	3	23
176	5	5	5	5	5	5	5	35
177	5	5	5	5	5	5	5	35
178	5	4	5	5	4	4	5	32
179	5	5	4	4	4	5	4	31
180	5	5	4	4	4	5	5	32

181	5	5	4	4	4	4	4	30
182	5	5	5	4	4	4	4	31
183	5	5	5	5	5	5	5	35
184	5	5	5	4	4	4	4	31
185	5	5	5	5	5	5	5	35
186	5	5	5	5	5	5	5	35
187	4	4	4	4	4	4	4	28
188	4	4	4	4	4	4	4	28
189	4	4	4	4	4	4	4	28
190	4	4	4	4	4	4	4	28
191	4	4	4	4	4	4	4	28
192	5	4	5	3	4	5	4	30
193	5	5	5	5	5	5	5	35
194	3	3	2	3	4	4	4	23
195	5	4	4	4	4	4	4	29
196	5	5	5	5	5	5	5	35
197	5	5	5	5	5	5	5	35
198	5	5	5	5	5	5	5	35
199	4	4	4	4	4	4	4	28
200	4	3	3	3	4	4	3	24
201	5	5	5	5	5	5	5	35
202	4	4	4	4	4	4	4	28
203	5	5	4	4	4	4	4	30
204	5	5	5	5	5	5	5	35
205	5	5	5	5	5	5	5	35
206	4	4	4	4	4	4	4	28
207	4	4	4	3	4	4	4	27
208	3	3	3	3	3	4	3	22
209	4	4	4	4	4	4	4	28
210	4	4	4	4	4	5	4	29
211	5	5	5	5	5	5	5	35
212	5	5	5	5	5	5	5	35
213	4	4	4	4	5	4	4	29
214	4	5	5	4	5	5	4	32
215	4	4	4	4	4	4	4	28
216	5	4	3	4	4	5	5	30
217	4	4	4	4	4	4	4	28

218	4	4	4	4	4	4	4	28
219	4	4	4	3	4	4	4	27
220	4	4	4	4	4	4	4	28
221	4	4	4	4	4	4	4	28
222	5	5	5	5	5	5	5	35
223	4	4	4	4	4	4	4	28
224	5	5	4	4	4	5	3	30
225	4	4	4	4	4	4	4	28
226	5	5	4	4	5	5	4	32
227	4	4	4	4	4	4	4	28
228	4	4	4	4	4	4	4	28
229	3	3	4	3	3	4	4	24
230	4	5	3	4	3	4	3	26
231	4	4	4	4	4	4	4	28
232	4	4	4	2	4	4	3	25
233	4	4	4	4	4	4	4	28
234	5	5	5	5	5	5	5	35
235	3	4	4	4	4	4	4	27
236	4	5	4	3	5	5	5	31
237	4	4	4	4	4	4	4	28
238	5	4	2	2	4	4	5	26
239	4	4	4	4	4	4	4	28
240	4	4	4	4	4	4	5	29
241	4	4	4	4	4	4	4	28
242	5	4	4	4	4	5	5	31
243	5	5	4	4	5	5	5	33
244	4	4	4	3	3	4	3	25
245	5	5	5	5	5	5	5	35
246	4	4	4	2	4	5	5	28
247	3	3	4	3	3	5	4	25
248	4	4	4	3	4	4	4	27
249	4	4	4	4	4	4	4	28
250	4	4	5	5	5	5	5	33
251	5	5	5	5	5	5	5	35
252	4	4	4	4	4	4	4	28
253	4	4	4	5	5	4	4	30
254	4	4	4	4	4	4	4	28

255	4	5	5	4	4	4	4	30
256	5	5	4	4	5	5	4	32
257	4	4	4	4	4	4	3	27
258	5	5	5	4	4	5	5	33
259	5	5	5	5	5	5	5	35
260	5	5	4	4	4	5	4	31
261	5	5	5	4	4	5	5	33
262	4	4	5	4	5	5	4	31
263	4	4	4	4	4	4	4	28
264	4	4	3	3	4	5	5	28
265	5	5	5	4	4	5	4	32
266	4	5	4	5	5	5	4	32
267	4	4	5	4	4	5	4	30
268	4	4	3	4	4	5	4	28
269	3	3	4	3	3	4	4	24
270	5	5	5	4	4	5	5	33
271	5	5	5	5	5	5	5	35
272	5	5	5	5	5	5	5	35
273	4	4	4	3	4	4	4	27
274	4	4	4	4	4	4	4	28
275	2	3	4	3	4	4	3	23
276	5	5	5	5	5	5	5	35
277	5	5	5	5	5	5	5	35
278	5	4	5	5	4	4	5	32
279	5	5	4	4	4	5	4	31
280	5	5	4	4	4	5	5	32
281	5	5	4	4	4	4	4	30
282	5	5	5	4	4	4	4	31
283	5	5	5	5	5	5	5	35
284	5	5	5	4	4	4	4	31
285	5	5	5	5	5	5	5	35
286	5	5	5	5	5	5	5	35
287	4	4	4	4	4	4	4	28
288	4	4	4	4	4	4	4	28
289	4	4	4	4	4	4	4	28
290	4	4	4	4	4	4	4	28
291	4	4	4	4	4	4	4	28

292	5	4	5	3	4	5	4	30
293	5	5	5	5	5	5	5	35
294	3	3	2	3	4	4	4	23
295	5	4	4	4	4	4	4	29
296	5	5	5	5	5	5	5	35
297	5	5	5	5	5	5	5	35
298	5	5	5	5	5	5	5	35
299	4	4	4	4	4	4	4	28
300	4	3	3	3	4	4	3	24
301	5	5	5	5	5	5	5	35
302	4	4	4	4	4	4	4	28
303	5	5	4	4	4	4	4	30
304	5	5	5	5	5	5	5	35
305	5	5	5	5	5	5	5	35
306	4	4	4	4	4	4	4	28
307	4	4	4	3	4	4	4	27
308	3	3	3	3	3	4	3	22
309	4	4	4	4	4	4	4	28
310	4	4	4	4	4	5	4	29
311	5	5	5	5	5	5	5	35
312	5	5	5	5	5	5	5	35
313	4	4	4	4	5	4	4	29
314	4	5	5	4	5	5	4	32
315	4	4	4	4	4	4	4	28
316	5	4	3	4	4	5	5	30
317	4	4	4	4	4	4	4	28
318	4	4	4	4	4	4	4	28
319	4	4	4	3	4	4	4	27
320	4	4	4	4	4	4	4	28
321	4	4	4	4	4	4	4	28
322	5	5	5	5	5	5	5	35
323	4	4	4	4	4	4	4	28
324	5	5	4	4	4	5	3	30
325	4	4	4	4	4	4	4	28
326	5	5	4	4	5	5	4	32
327	4	4	4	4	4	4	4	28
328	4	4	4	4	4	4	4	28

329	3	3	4	3	3	4	4	24
330	4	5	3	4	3	4	3	26
331	4	4	4	4	4	4	4	28
332	4	4	4	2	4	4	3	25
333	4	4	4	4	4	4	4	28
334	5	5	5	5	5	5	5	35
335	3	4	4	4	4	4	4	27
336	4	5	4	3	5	5	5	31
337	4	4	4	4	4	4	4	28
338	5	4	2	2	4	4	5	26
339	4	4	4	4	4	4	4	28
340	4	4	4	4	4	4	5	29
341	4	4	4	4	4	4	4	28
342	5	4	4	4	4	5	5	31
343	5	5	4	4	5	5	5	33
344	4	4	4	3	3	4	3	25
345	5	5	5	5	5	5	5	35
346	4	4	4	2	4	5	5	28
347	3	3	4	3	3	5	4	25
348	4	4	4	3	4	4	4	27
349	4	4	4	4	4	4	4	28
350	4	4	5	5	5	5	5	33
351	5	5	5	5	5	5	5	35
352	4	4	4	4	4	4	4	28
353	4	4	4	5	5	4	4	30
354	4	4	4	4	4	4	4	28
355	4	5	5	4	4	4	4	30
356	5	5	4	4	5	5	4	32
357	4	4	4	4	4	4	3	27
358	5	5	5	4	4	5	5	33
359	5	5	5	5	5	5	5	35
360	5	5	4	4	4	5	4	31
361	5	5	5	4	4	5	5	33
362	4	4	5	4	5	5	4	31
363	4	4	4	4	4	4	4	28
364	4	4	3	3	4	5	5	28
365	5	5	5	4	4	5	4	32



366	4	5	4	5	5	5	4	32
367	4	4	5	4	4	5	4	30
368	4	4	3	4	4	5	4	28
369	3	3	4	3	3	4	4	24
370	5	5	5	4	4	5	5	33
371	5	5	5	5	5	5	5	35
372	5	5	5	5	5	5	5	35
373	4	4	4	3	4	4	4	27
374	4	4	4	4	4	4	4	28
375	2	3	4	3	4	4	3	23
376	5	5	5	5	5	5	5	35
377	5	5	5	5	5	5	5	35
378	5	4	5	5	4	4	5	32
379	5	5	4	4	4	5	4	31
380	5	5	4	4	4	5	5	32

**B. Variabel Kepercayaan (X2)**

No	Kepercayaan (X2)					Total
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	
1	5	5	5	5	5	25
2	4	4	4	4	5	21
3	4	4	3	3	4	18
4	5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	5	25
6	4	4	4	3	4	19
7	4	4	3	3	4	18
8	4	4	2	4	3	17
9	4	4	4	4	4	20
10	4	4	4	4	4	20
11	1	5	5	5	5	21
12	5	5	5	5	5	25
13	4	5	4	4	4	21
14	5	5	2	4	5	21
15	4	3	2	4	4	17
16	5	5	4	3	5	22
17	4	3	3	3	4	17

18	4	4	4	4	4	20
19	4	4	3	4	4	19
20	5	5	4	4	4	22
21	4	4	2	3	5	18
22	5	5	5	5	5	25
23	4	4	5	4	5	22
24	5	5	2	1	4	17
25	4	5	4	4	4	21
26	5	5	4	3	5	22
27	4	4	3	2	4	17
28	4	4	4	4	4	20
29	4	4	2	4	4	18
30	5	5	3	3	5	21
31	3	4	3	2	4	16
32	3	4	2	2	4	15
33	5	4	4	4	4	21
34	5	5	5	4	5	24
35	2	4	2	3	5	16
36	5	5	2	4	5	21
37	4	4	4	4	4	20
38	4	4	2	2	5	17
39	3	4	4	4	4	19
40	5	5	4	2	4	20
41	5	5	4	4	4	22
42	4	4	5	5	5	23
43	5	5	4	3	5	22
44	5	4	3	2	4	18
45	5	5	5	4	4	23
46	4	4	2	2	5	17
47	4	4	4	5	4	21
48	4	4	3	3	5	19
49	4	4	4	4	4	20
50	5	5	4	2	5	21
51	5	5	5	4	5	24
52	4	4	4	4	4	20
53	4	4	4	4	4	20
54	5	5	4	4	5	23

55	5	4	4	5	4	22
56	5	5	5	3	5	23
57	3	3	4	3	4	17
58	5	5	4	4	4	22
59	5	5	5	5	5	25
60	4	4	4	2	5	19
61	4	4	3	3	4	18
62	5	5	4	3	5	22
63	4	4	4	4	4	20
64	5	5	5	4	5	24
65	4	4	4	4	5	21
66	3	4	2	4	5	18
67	3	3	5	1	5	17
68	5	5	4	4	5	23
69	4	4	2	2	4	16
70	5	5	4	4	5	23
71	5	5	5	5	5	25
72	5	5	5	5	5	25
73	4	4	3	3	5	19
74	4	5	4	4	5	22
75	4	4	3	2	4	17
76	5	5	5	5	4	24
77	4	4	5	5	4	22
78	5	5	5	5	5	25
79	5	5	4	2	5	21
80	5	5	4	4	5	23
81	5	5	4	4	5	23
82	5	4	4	4	5	22
83	5	5	4	4	5	23
84	5	5	5	5	5	25
85	5	5	5	3	5	23
86	5	5	5	4	5	24
87	4	4	4	4	4	20
88	4	4	3	3	4	18
89	4	4	4	4	4	20
90	5	5	5	4	5	24
91	4	4	4	2	4	18

92	4	5	3	3	5	20
93	5	5	5	4	5	24
94	4	4	4	2	4	18
95	5	5	5	5	5	25
96	4	4	4	4	4	20
97	5	5	5	4	5	24
98	5	5	5	5	5	25
99	4	4	4	3	5	20
100	4	4	2	2	5	17
101	5	5	5	5	5	25
102	4	4	4	4	5	21
103	4	4	3	3	4	18
104	5	5	5	5	5	25
105	5	5	5	5	5	25
106	4	4	4	3	4	19
107	4	4	3	3	4	18
108	4	4	2	4	3	17
109	4	4	4	4	4	20
110	4	4	4	4	4	20
111	1	5	5	5	5	21
112	5	5	5	5	5	25
113	4	5	4	4	4	21
114	5	5	2	4	5	21
115	4	3	2	4	4	17
116	5	5	4	3	5	22
117	4	3	3	3	4	17
118	4	4	4	4	4	20
119	4	4	3	4	4	19
120	5	5	4	4	4	22
121	4	4	2	3	5	18
122	5	5	5	5	5	25
123	4	4	5	4	5	22
124	5	5	2	1	4	17
125	4	5	4	4	4	21
126	5	5	4	3	5	22
127	4	4	3	2	4	17
128	4	4	4	4	4	20

129	4	4	2	4	4	18
130	5	5	3	3	5	21
131	3	4	3	2	4	16
132	3	4	2	2	4	15
133	5	4	4	4	4	21
134	5	5	5	4	5	24
135	2	4	2	3	5	16
136	5	5	2	4	5	21
137	4	4	4	4	4	20
138	4	4	2	2	5	17
139	3	4	4	4	4	19
140	5	5	4	2	4	20
141	5	5	4	4	4	22
142	4	4	5	5	5	23
143	5	5	4	3	5	22
144	5	4	3	2	4	18
145	5	5	5	4	4	23
146	4	4	2	2	5	17
147	4	4	4	5	4	21
148	4	4	3	3	5	19
149	4	4	4	4	4	20
150	5	5	4	2	5	21
151	5	5	5	4	5	24
152	4	4	4	4	4	20
153	4	4	4	4	4	20
154	5	5	4	4	5	23
155	5	4	4	5	4	22
156	5	5	5	3	5	23
157	3	3	4	3	4	17
158	5	5	4	4	4	22
159	5	5	5	5	5	25
160	4	4	4	2	5	19
161	4	4	3	3	4	18
162	5	5	4	3	5	22
163	4	4	4	4	4	20
164	5	5	5	4	5	24
165	4	4	4	4	5	21

166	3	4	2	4	5	18
167	3	3	5	1	5	17
168	5	5	4	4	5	23
169	4	4	2	2	4	16
170	5	5	4	4	5	23
171	5	5	5	5	5	25
172	5	5	5	5	5	25
173	4	4	3	3	5	19
174	4	5	4	4	5	22
175	4	4	3	2	4	17
176	5	5	5	5	4	24
177	4	4	5	5	4	22
178	5	5	5	5	5	25
179	5	5	4	2	5	21
180	5	5	4	4	5	23
181	5	5	4	4	5	23
182	5	4	4	4	5	22
183	5	5	4	4	5	23
184	5	5	5	5	5	25
185	5	5	5	3	5	23
186	5	5	5	4	5	24
187	4	4	4	4	4	20
188	4	4	3	3	4	18
189	4	4	4	4	4	20
190	5	5	5	4	5	24
191	4	4	4	2	4	18
192	4	5	3	3	5	20
193	5	5	5	4	5	24
194	4	4	4	2	4	18
195	5	5	5	5	5	25
196	4	4	4	4	4	20
197	5	5	5	4	5	24
198	5	5	5	5	5	25
199	4	4	4	3	5	20
200	4	4	2	2	5	17
201	5	5	5	5	5	25
202	4	4	4	4	5	21

203	4	4	3	3	4	18
204	5	5	5	5	5	25
205	5	5	5	5	5	25
206	4	4	4	3	4	19
207	4	4	3	3	4	18
208	4	4	2	4	3	17
209	4	4	4	4	4	20
210	4	4	4	4	4	20
211	1	5	5	5	5	21
212	5	5	5	5	5	25
213	4	5	4	4	4	21
214	5	5	2	4	5	21
215	4	3	2	4	4	17
216	5	5	4	3	5	22
217	4	3	3	3	4	17
218	4	4	4	4	4	20
219	4	4	3	4	4	19
220	5	5	4	4	4	22
221	4	4	2	3	5	18
222	5	5	5	5	5	25
223	4	4	5	4	5	22
224	5	5	2	1	4	17
225	4	5	4	4	4	21
226	5	5	4	3	5	22
227	4	4	3	2	4	17
228	4	4	4	4	4	20
229	4	4	2	4	4	18
230	5	5	3	3	5	21
231	3	4	3	2	4	16
232	3	4	2	2	4	15
233	5	4	4	4	4	21
234	5	5	5	4	5	24
235	2	4	2	3	5	16
236	5	5	2	4	5	21
237	4	4	4	4	4	20
238	4	4	2	2	5	17
239	3	4	4	4	4	19

240	5	5	4	2	4	20
241	5	5	4	4	4	22
242	4	4	5	5	5	23
243	5	5	4	3	5	22
244	5	4	3	2	4	18
245	5	5	5	4	4	23
246	4	4	2	2	5	17
247	4	4	4	5	4	21
248	4	4	3	3	5	19
249	4	4	4	4	4	20
250	5	5	4	2	5	21
251	5	5	5	4	5	24
252	4	4	4	4	4	20
253	4	4	4	4	4	20
254	5	5	4	4	5	23
255	5	4	4	5	4	22
256	5	5	5	3	5	23
257	3	3	4	3	4	17
258	5	5	4	4	4	22
259	5	5	5	5	5	25
260	4	4	4	2	5	19
261	4	4	3	3	4	18
262	5	5	4	3	5	22
263	4	4	4	4	4	20
264	5	5	5	4	5	24
265	4	4	4	4	5	21
266	3	4	2	4	5	18
267	3	3	5	1	5	17
268	5	5	4	4	5	23
269	4	4	2	2	4	16
270	5	5	4	4	5	23
271	5	5	5	5	5	25
272	5	5	5	5	5	25
273	4	4	3	3	5	19
274	4	5	4	4	5	22
275	4	4	3	2	4	17
276	5	5	5	5	4	24



277	4	4	5	5	4	22
278	5	5	5	5	5	25
279	5	5	4	2	5	21
280	5	5	4	4	5	23
281	5	5	4	4	5	23
282	5	4	4	4	5	22
283	5	5	4	4	5	23
284	5	5	5	5	5	25
285	5	5	5	3	5	23
286	5	5	5	4	5	24
287	4	4	4	4	4	20
288	4	4	3	3	4	18
289	4	4	4	4	4	20
290	5	5	5	4	5	24
291	4	4	4	2	4	18
292	4	5	3	3	5	20
293	5	5	5	4	5	24
294	4	4	4	2	4	18
295	5	5	5	5	5	25
296	4	4	4	4	4	20
297	5	5	5	4	5	24
298	5	5	5	5	5	25
299	4	4	4	3	5	20
300	4	4	2	2	5	17
301	5	5	5	5	5	25
302	4	4	4	4	5	21
303	4	4	3	3	4	18
304	5	5	5	5	5	25
305	5	5	5	5	5	25
306	4	4	4	3	4	19
307	4	4	3	3	4	18
308	4	4	2	4	3	17
309	4	4	4	4	4	20
310	4	4	4	4	4	20
311	1	5	5	5	5	21
312	5	5	5	5	5	25
313	4	5	4	4	4	21

314	5	5	2	4	5	21
315	4	3	2	4	4	17
316	5	5	4	3	5	22
317	4	3	3	3	4	17
318	4	4	4	4	4	20
319	4	4	3	4	4	19
320	5	5	4	4	4	22
321	4	4	2	3	5	18
322	5	5	5	5	5	25
323	4	4	5	4	5	22
324	5	5	2	1	4	17
325	4	5	4	4	4	21
326	5	5	4	3	5	22
327	4	4	3	2	4	17
328	4	4	4	4	4	20
329	4	4	2	4	4	18
330	5	5	3	3	5	21
331	3	4	3	2	4	16
332	3	4	2	2	4	15
333	5	4	4	4	4	21
334	5	5	5	4	5	24
335	2	4	2	3	5	16
336	5	5	2	4	5	21
337	4	4	4	4	4	20
338	4	4	2	2	5	17
339	3	4	4	4	4	19
340	5	5	4	2	4	20
341	5	5	4	4	4	22
342	4	4	5	5	5	23
343	5	5	4	3	5	22
344	5	4	3	2	4	18
345	5	5	5	4	4	23
346	4	4	2	2	5	17
347	4	4	4	5	4	21
348	4	4	3	3	5	19
349	4	4	4	4	4	20
350	5	5	4	2	5	21

351	5	5	5	4	5	24
352	4	4	4	4	4	20
353	4	4	4	4	4	20
354	5	5	4	4	5	23
355	5	4	4	5	4	22
356	5	5	5	3	5	23
357	3	3	4	3	4	17
358	5	5	4	4	4	22
359	5	5	5	5	5	25
360	4	4	4	2	5	19
361	4	4	3	3	4	18
362	5	5	4	3	5	22
363	4	4	4	4	4	20
364	5	5	5	4	5	24
365	4	4	4	4	5	21
366	3	4	2	4	5	18
367	3	3	5	1	5	17
368	5	5	4	4	5	23
369	4	4	2	2	4	16
370	5	5	4	4	5	23
371	5	5	5	5	5	25
372	5	5	5	5	5	25
373	4	4	3	3	5	19
374	4	5	4	4	5	22
375	4	4	3	2	4	17
376	5	5	5	5	4	24
377	4	4	5	5	4	22
378	5	5	5	5	5	25
379	5	5	4	2	5	21
380	5	5	4	4	5	23

### C. Kepuasan Pelanggan (Y)

No	Kepuasan Pelanggan (Y)						Total
	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	
1	5	5	5	5	5	5	30
2	4	4	3	4	3	3	21

3	5	5	5	5	5	5	30
4	5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	5	30
6	4	4	4	4	4	4	24
7	4	4	4	4	4	4	24
8	4	3	3	3	4	4	21
9	4	4	4	4	4	4	24
10	4	4	4	4	4	4	24
11	5	4	3	4	5	4	25
12	5	5	5	5	5	5	30
13	4	4	4	4	4	4	24
14	4	4	5	4	4	4	25
15	4	4	4	4	4	4	24
16	4	5	4	4	5	4	26
17	5	4	4	4	4	4	25
18	4	4	4	4	4	4	24
19	4	4	4	3	4	4	23
20	4	4	4	4	4	4	24
21	4	4	4	4	4	4	24
22	5	5	5	5	5	5	30
23	4	5	4	4	4	4	25
24	3	4	4	4	4	4	23
25	4	4	4	4	4	4	24
26	5	5	4	4	4	4	26
27	4	4	4	4	4	4	24
28	4	4	4	4	4	4	24
29	4	3	3	4	4	4	22
30	4	4	4	4	5	4	25
31	4	4	4	4	4	4	24
32	4	4	4	4	4	4	24
33	4	4	4	4	4	4	24
34	5	5	5	5	5	5	30
35	3	4	3	4	3	4	21
36	4	5	4	5	5	4	27
37	4	4	4	4	4	4	24
38	4	5	5	5	5	4	28
39	4	4	4	4	4	4	24

40	4	4	4	4	4	4	24
41	4	5	4	4	4	4	25
42	5	4	3	4	4	4	24
43	4	5	5	5	5	5	29
44	4	4	4	4	3	4	23
45	5	5	5	5	5	5	30
46	4	5	4	5	5	5	28
47	4	4	3	4	3	3	21
48	4	4	4	5	5	4	26
49	4	4	4	4	4	4	24
50	4	4	3	4	5	4	24
51	4	5	5	5	5	5	29
52	4	4	4	4	4	4	24
53	5	5	5	5	5	5	30
54	4	4	4	4	4	5	25
55	4	5	4	4	5	4	26
56	4	5	5	5	5	5	29
57	4	4	5	5	5	5	28
58	5	5	4	4	4	5	27
59	5	5	5	5	5	5	30
60	4	5	5	5	4	4	27
61	4	5	4	5	5	4	27
62	5	4	4	4	4	4	25
63	4	4	4	4	4	4	24
64	4	5	5	4	4	3	25
65	5	5	5	5	5	5	30
66	5	4	5	5	5	5	29
67	5	4	4	4	4	4	25
68	3	5	4	4	4	4	24
69	4	4	3	4	4	3	22
70	5	5	5	5	5	5	30
71	5	5	5	5	5	5	30
72	5	5	5	5	5	5	30
73	4	4	4	4	4	4	24
74	4	4	4	4	4	4	24
75	4	4	3	4	4	4	23
76	5	5	5	5	5	5	30

77	4	4	4	4	5	5	26
78	5	5	5	5	5	5	30
79	3	4	4	5	5	4	25
80	5	5	5	5	5	5	30
81	5	5	5	4	4	4	27
82	4	5	5	5	5	5	29
83	4	5	4	5	5	5	28
84	5	5	5	5	5	5	30
85	5	5	5	5	5	5	30
86	5	5	5	5	5	5	30
87	4	4	4	4	4	4	24
88	4	4	4	4	4	4	24
89	4	4	4	4	4	4	24
90	4	4	4	4	5	4	25
91	4	5	4	4	4	4	25
92	4	5	4	5	4	5	27
93	5	5	5	5	5	5	30
94	4	3	3	5	5	4	24
95	5	5	5	5	5	5	30
96	5	5	5	5	5	5	30
97	5	5	5	5	5	5	30
98	5	5	5	5	5	5	30
99	4	4	4	4	4	4	24
100	4	4	3	4	4	4	23
101	5	5	5	5	5	5	30
102	4	4	3	4	3	3	21
103	4	5	5	4	4	4	26
104	5	5	5	5	5	5	30
105	5	5	5	5	5	5	30
106	4	4	4	4	4	4	24
107	4	4	4	4	4	4	24
108	4	3	3	3	4	4	21
109	4	4	4	4	4	4	24
110	4	4	4	4	4	4	24
111	5	4	3	4	5	4	25
112	5	5	5	5	5	5	30
113	4	4	4	4	4	4	24

114	4	4	5	4	4	4	25
115	4	4	4	4	4	4	24
116	4	5	4	4	5	4	26
117	5	4	4	4	4	4	25
118	4	4	4	4	4	4	24
119	4	4	4	3	4	4	23
120	4	4	4	4	4	4	24
121	4	4	4	4	4	4	24
122	5	5	5	5	5	5	30
123	4	5	4	4	4	4	25
124	3	4	4	4	4	4	23
125	4	4	4	4	4	4	24
126	5	5	4	4	4	4	26
127	4	4	4	4	4	4	24
128	4	4	4	4	4	4	24
129	4	3	3	4	4	4	22
130	4	4	4	4	5	4	25
131	4	4	4	4	4	4	24
132	4	4	4	4	4	4	24
133	4	4	4	4	4	4	24
134	5	5	5	5	5	5	30
135	3	4	3	4	3	4	21
136	4	5	4	5	5	4	27
137	4	4	4	4	4	4	24
138	4	5	5	5	5	4	28
139	4	4	4	4	4	4	24
140	4	4	4	4	4	4	24
141	4	5	4	4	4	4	25
142	5	4	3	4	4	4	24
143	4	5	5	5	5	5	29
144	4	4	4	4	3	4	23
145	5	5	5	5	5	5	30
146	4	5	4	5	5	5	28
147	4	4	3	4	3	3	21
148	4	4	4	5	5	4	26
149	4	4	4	4	4	4	24
150	4	4	3	4	5	4	24

151	4	5	5	5	5	5	29
152	4	4	4	4	4	4	24
153	5	5	5	5	5	5	30
154	4	4	4	4	4	5	25
155	4	5	4	4	5	4	26
156	4	5	5	5	5	5	29
157	4	4	5	5	5	5	28
158	5	5	4	4	4	5	27
159	5	5	5	5	5	5	30
160	4	5	5	5	4	4	27
161	4	5	4	5	5	4	27
162	5	4	4	4	4	4	25
163	4	4	4	4	4	4	24
164	4	5	5	4	4	3	25
165	5	5	5	5	5	5	30
166	5	4	5	5	5	5	29
167	5	4	4	4	4	4	25
168	3	5	4	4	4	4	24
169	4	4	3	4	4	3	22
170	5	5	5	5	5	5	30
171	5	5	5	5	5	5	30
172	5	5	5	5	5	5	30
173	4	4	4	4	4	4	24
174	4	4	4	4	4	4	24
175	4	4	3	4	4	4	23
176	5	5	5	5	5	5	30
177	4	4	4	4	5	5	26
178	5	5	5	5	5	5	30
179	3	4	4	5	5	4	25
180	5	5	5	5	5	5	30
181	5	5	5	4	4	4	27
182	4	5	5	5	5	5	29
183	4	5	4	5	5	5	28
184	5	5	5	5	5	5	30
185	5	5	5	5	5	5	30
186	5	5	5	5	5	5	30
187	4	4	4	4	4	4	24



188	4	4	4	4	4	4	24
189	4	4	4	4	4	4	24
190	4	4	4	4	5	4	25
191	4	5	4	4	4	4	25
192	4	5	4	5	4	5	27
193	5	5	5	5	5	5	30
194	4	3	3	5	5	4	24
195	5	5	5	5	5	5	30
196	5	5	5	5	5	5	30
197	5	5	5	5	5	5	30
198	5	5	5	5	5	5	30
199	4	4	4	4	4	4	24
200	4	4	3	4	4	4	23
201	5	5	5	5	5	5	30
202	4	4	3	4	3	3	21
203	4	5	5	4	4	4	26
204	5	5	5	5	5	5	30
205	5	5	5	5	5	5	30
206	4	4	4	4	4	4	24
207	4	4	4	4	4	4	24
208	4	3	3	3	4	4	21
209	4	4	4	4	4	4	24
210	4	4	4	4	4	4	24
211	5	4	3	4	5	4	25
212	5	5	5	5	5	5	30
213	4	4	4	4	4	4	24
214	4	4	5	4	4	4	25
215	4	4	4	4	4	4	24
216	4	5	4	4	5	4	26
217	5	4	4	4	4	4	25
218	4	4	4	4	4	4	24
219	4	4	4	3	4	4	23
220	4	4	4	4	4	4	24
221	4	4	4	4	4	4	24
222	5	5	5	5	5	5	30
223	4	5	4	4	4	4	25
224	3	4	4	4	4	4	23

225	4	4	4	4	4	4	24
226	5	5	4	4	4	4	26
227	4	4	4	4	4	4	24
228	4	4	4	4	4	4	24
229	4	3	3	4	4	4	22
230	4	4	4	4	5	4	25
231	4	4	4	4	4	4	24
232	4	4	4	4	4	4	24
233	4	4	4	4	4	4	24
234	5	5	5	5	5	5	30
235	3	4	3	4	3	4	21
236	4	5	4	5	5	4	27
237	4	4	4	4	4	4	24
238	4	5	5	5	5	4	28
239	4	4	4	4	4	4	24
240	4	4	4	4	4	4	24
241	4	5	4	4	4	4	25
242	5	4	3	4	4	4	24
243	4	5	5	5	5	5	29
244	4	4	4	4	3	4	23
245	5	5	5	5	5	5	30
246	4	5	4	5	5	5	28
247	4	4	3	4	3	3	21
248	4	4	4	5	5	4	26
249	4	4	4	4	4	4	24
250	4	4	3	4	5	4	24
251	4	5	5	5	5	5	29
252	4	4	4	4	4	4	24
253	5	5	5	5	5	5	30
254	4	4	4	4	4	5	25
255	4	5	4	4	5	4	26
256	4	5	5	5	5	5	29
257	4	4	5	5	5	5	28
258	5	5	4	4	4	5	27
259	5	5	5	5	5	5	30
260	4	5	5	5	4	4	27
261	4	5	4	5	5	4	27

262	5	4	4	4	4	4	25
263	4	4	4	4	4	4	24
264	4	5	5	4	4	3	25
265	5	5	5	5	5	5	30
266	5	4	5	5	5	5	29
267	5	4	4	4	4	4	25
268	3	5	4	4	4	4	24
269	4	4	3	4	4	3	22
270	5	5	5	5	5	5	30
271	5	5	5	5	5	5	30
272	5	5	5	5	5	5	30
273	4	4	4	4	4	4	24
274	4	4	4	4	4	4	24
275	4	4	3	4	4	4	23
276	5	5	5	5	5	5	30
277	4	4	4	4	5	5	26
278	5	5	5	5	5	5	30
279	3	4	4	5	5	4	25
280	5	5	5	5	5	5	30
281	5	5	5	4	4	4	27
282	4	5	5	5	5	5	29
283	4	5	4	5	5	5	28
284	5	5	5	5	5	5	30
285	5	5	5	5	5	5	30
286	5	5	5	5	5	5	30
287	4	4	4	4	4	4	24
288	4	4	4	4	4	4	24
289	4	4	4	4	4	4	24
290	4	4	4	4	5	4	25
291	4	5	4	4	4	4	25
292	4	5	4	5	4	5	27
293	5	5	5	5	5	5	30
294	4	3	3	5	5	4	24
295	5	5	5	5	5	5	30
296	5	5	5	5	5	5	30
297	5	5	5	5	5	5	30
298	5	5	5	5	5	5	30

299	4	4	4	4	4	4	24
300	4	4	3	4	4	4	23
301	5	5	5	5	5	5	30
302	4	4	3	4	3	3	21
303	4	5	5	4	4	4	26
304	5	5	5	5	5	5	30
305	5	5	5	5	5	5	30
306	4	4	4	4	4	4	24
307	4	4	4	4	4	4	24
308	4	3	3	3	4	4	21
309	4	4	4	4	4	4	24
310	4	4	4	4	4	4	24
311	5	4	3	4	5	4	25
312	5	5	5	5	5	5	30
313	4	4	4	4	4	4	24
314	4	4	5	4	4	4	25
315	4	4	4	4	4	4	24
316	4	5	4	4	5	4	26
317	5	4	4	4	4	4	25
318	4	4	4	4	4	4	24
319	4	4	4	3	4	4	23
320	4	4	4	4	4	4	24
321	4	4	4	4	4	4	24
322	5	5	5	5	5	5	30
323	4	5	4	4	4	4	25
324	3	4	4	4	4	4	23
325	4	4	4	4	4	4	24
326	5	5	4	4	4	4	26
327	4	4	4	4	4	4	24
328	4	4	4	4	4	4	24
329	4	3	3	4	4	4	22
330	4	4	4	4	5	4	25
331	4	4	4	4	4	4	24
332	4	4	4	4	4	4	24
333	4	4	4	4	4	4	24
334	5	5	5	5	5	5	30
335	3	4	3	4	3	4	21

336	4	5	4	5	5	4	27
337	4	4	4	4	4	4	24
338	4	5	5	5	5	4	28
339	4	4	4	4	4	4	24
340	4	4	4	4	4	4	24
341	4	5	4	4	4	4	25
342	5	4	3	4	4	4	24
343	4	5	5	5	5	5	29
344	4	4	4	4	3	4	23
345	5	5	5	5	5	5	30
346	4	5	4	5	5	5	28
347	4	4	3	4	3	3	21
348	4	4	4	5	5	4	26
349	4	4	4	4	4	4	24
350	4	4	3	4	5	4	24
351	4	5	5	5	5	5	29
352	4	4	4	4	4	4	24
353	5	5	5	5	5	5	30
354	4	4	4	4	4	5	25
355	4	5	4	4	5	4	26
356	4	5	5	5	5	5	29
357	4	4	5	5	5	5	28
358	5	5	4	4	4	5	27
359	5	5	5	5	5	5	30
360	4	5	5	5	4	4	27
361	4	5	4	5	5	4	27
362	5	4	4	4	4	4	25
363	5	5	5	5	5	5	30
364	4	5	5	4	4	3	25
365	5	5	5	5	5	5	30
366	5	4	5	5	5	5	29
367	5	4	4	4	4	4	25
368	3	5	4	4	4	4	24
369	4	4	3	4	4	3	22
370	5	5	5	5	5	5	30
371	5	5	5	5	5	5	30
372	5	5	5	5	5	5	30

373	4	4	4	4	4	4	24
374	4	4	4	4	4	4	24
375	4	4	3	4	4	4	23
376	5	5	5	5	5	5	30
377	4	4	4	4	5	5	26
378	5	5	5	5	5	5	30
379	3	4	4	5	5	4	25
380	5	5	5	5	5	5	30



### Lampiran 3 Hasil Uji Validitas

#### A. Variabel Kualitas Pelayanan (X1)

		Correlations							
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	Total
X1.1	Pearson Correlation	1	,819**	,482**	,534**	,552**	,581**	,603**	,819**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	380	380	380	380	380	380	380	380
X1.2	Pearson Correlation	,819**	1	,588**	,602**	,642**	,613**	,509**	,854**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	380	380	380	380	380	380	380	380
X1.3	Pearson Correlation	,482**	,588**	1	,639**	,554**	,484**	,466**	,762**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000
	N	380	380	380	380	380	380	380	380
X1.4	Pearson Correlation	,534**	,602**	,639**	1	,668**	,413**	,492**	,795**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000
	N	380	380	380	380	380	380	380	380
X1.5	Pearson Correlation	,552**	,642**	,554**	,668**	1	,586**	,598**	,818**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000
	N	380	380	380	380	380	380	380	380
X1.6	Pearson Correlation	,581**	,613**	,484**	,413**	,586**	1	,614**	,747**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000
	N	380	380	380	380	380	380	380	380
X1.7	Pearson Correlation	,603**	,509**	,466**	,492**	,598**	,614**	1	,759**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000
	N	380	380	380	380	380	380	380	380
Total	Pearson Correlation	,819**	,854**	,762**	,795**	,818**	,747**	,759**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	380	380	380	380	380	380	380	380

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

#### B. Variabel Kepercayaan (X2)

		Correlations					
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	Total
X2.1	Pearson Correlation	1	,623**	,337**	,214**	,263**	,660**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000
	N	380	380	380	380	380	380
X2.2	Pearson Correlation	,623**	1	,424**	,317**	,470**	,747**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000
	N	380	380	380	380	380	380
X2.3	Pearson Correlation	,337**	,424**	1	,531**	,282**	,801**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000
	N	380	380	380	380	380	380
X2.4	Pearson Correlation	,214**	,317**	,531**	1	,115*	,717**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,024	,000
	N	380	380	380	380	380	380
X2.5	Pearson Correlation	,263**	,470**	,282**	,115*	1	,511**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,024		,000
	N	380	380	380	380	380	380
Total	Pearson Correlation	,660**	,747**	,801**	,717**	,511**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	380	380	380	380	380	380

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

\* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

#### C. Kepuasan Pelanggan (Y)

### Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Total
Y1	Pearson Correlation	1	,453**	,509**	,459**	,462**	,572**	,699**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	380	380	380	380	380	380	380
Y2	Pearson Correlation	,453**	1	,710**	,655**	,535**	,565**	,799**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000	,000
	N	380	380	380	380	380	380	380
Y3	Pearson Correlation	,509**	,710**	1	,685**	,582**	,690**	,860**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000	,000
	N	380	380	380	380	380	380	380
Y4	Pearson Correlation	,459**	,655**	,685**	1	,750**	,719**	,866**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000	,000
	N	380	380	380	380	380	380	380
Y5	Pearson Correlation	,462**	,535**	,582**	,750**	1	,707**	,820**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000	,000
	N	380	380	380	380	380	380	380
Y6	Pearson Correlation	,572**	,565**	,690**	,719**	,707**	1	,864**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000		,000
	N	380	380	380	380	380	380	380
Total	Pearson Correlation	,699**	,799**	,860**	,866**	,820**	,864**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	380	380	380	380	380	380	380

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

## Lampiran 4 Hasil Uji Reabilitas

### A. Kualitas Pelayanan (X1)

#### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	380	100,0
	Excluded <sup>a</sup>	0	,0
	Total	380	100,0

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

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,901	,904	7



### Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
X1.1	4,33	,637	380
X1.2	4,34	,601	380
X1.3	4,23	,642	380
X1.4	4,03	,722	380
X1.5	4,24	,559	380
X1.6	4,46	,499	380
X1.7	4,27	,600	380

### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	25,58	8,376	,742	,725	,882
X1.2	25,57	8,388	,796	,764	,877
X1.3	25,67	8,600	,666	,499	,892
X1.4	25,88	8,130	,696	,580	,890
X1.5	25,66	8,720	,754	,612	,882
X1.6	25,44	9,229	,673	,530	,891
X1.7	25,64	8,775	,670	,544	,891

## B. Kepercayaan (X2)

### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	380	100,0
	Excluded <sup>a</sup>	0	,0
	Total	380	100,0

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

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,711	,736	5

### Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
X2.1	4,35	,738	380
X2.2	4,43	,575	380
X2.3	3,84	,986	380
X2.4	3,62	1,014	380
X2.5	4,53	,520	380

### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	16,43	5,206	,458	,397	,667
X2.2	16,34	5,302	,627	,525	,625
X2.3	16,93	3,998	,589	,374	,608
X2.4	17,16	4,392	,441	,300	,690
X2.5	16,24	6,127	,347	,239	,707

### C. Kepuasan Pelanggan (Y)

#### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	380	100,0
	Excluded <sup>a</sup>	0	,0
	Total	380	100,0

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

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,901	,901	6

### Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Y1	4,29	,538	380
Y2	4,42	,550	380
Y3	4,23	,650	380
Y4	4,37	,526	380
Y5	4,41	,571	380
Y6	4,31	,548	380

### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1	21,75	5,892	,576	,362	,905
Y2	21,61	5,552	,707	,563	,886
Y3	21,80	5,008	,775	,644	,877
Y4	21,66	5,438	,804	,696	,873
Y5	21,63	5,415	,732	,623	,883
Y6	21,72	5,361	,799	,665	,873

Lampiran 5 Analisis Korelasi Rank Spearman

#### a. Hasil Uji Rank Spearman Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Correlations			Kualitas Pelayanan	Kepuasan Pelanggan
Kendall's tau_b	Kualitas Pelayanan	Correlation Coefficient	1,000	,681**
		Sig. (2-tailed)	.	,000
		N	380	380
	Kepuasan Pelanggan	Correlation Coefficient	,681**	1,000
		Sig. (2-tailed)	,000	.
		N	380	380

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

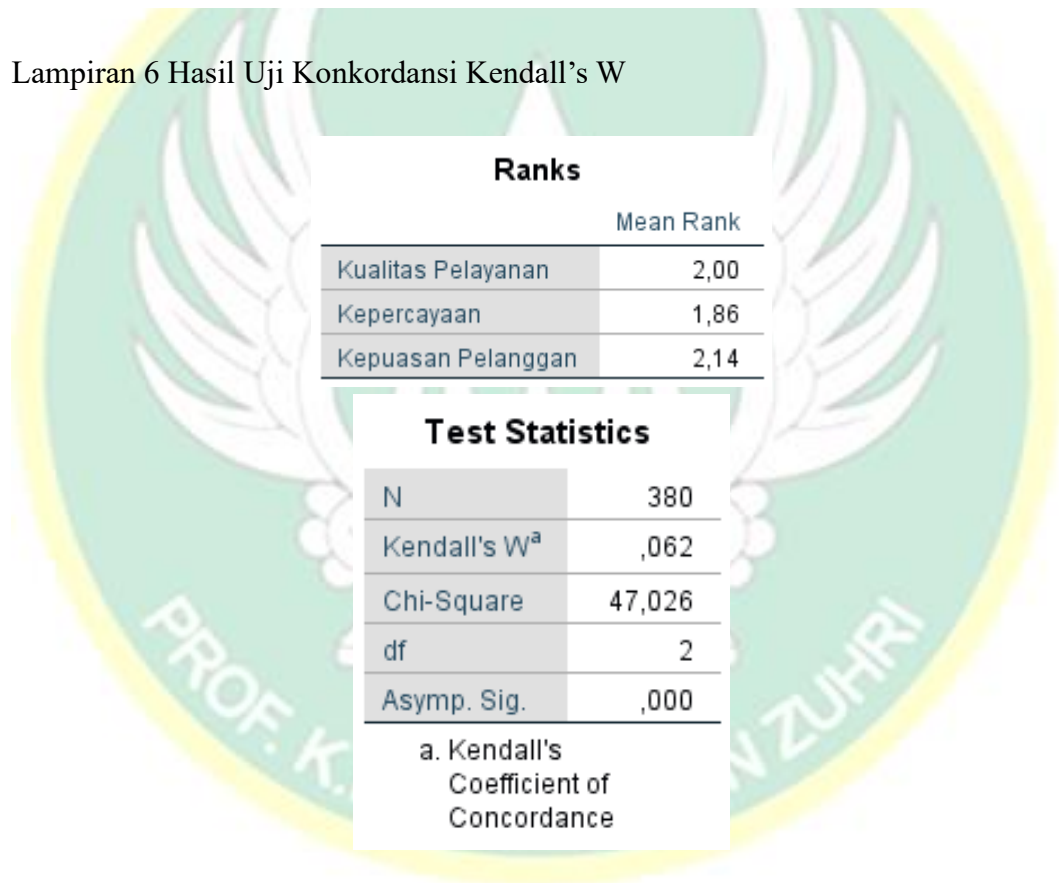
**b. Hasil Uji Rank Spearman Kepercayaan terhadap Kepuasan Pelanggan**

**Correlations**

			Kepercayaan	Kepuasan Pelanggan
Kendall's tau_b	Kepercayaan	Correlation Coefficient	1,000	,617**
		Sig. (2-tailed)	.	,000
		N	380	380
	Kepuasan Pelanggan	Correlation Coefficient	,617**	1,000
		Sig. (2-tailed)	,000	.
		N	380	380

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

Lampiran 6 Hasil Uji Konkordansi Kendall's W



<b>Ranks</b>	
	Mean Rank
Kualitas Pelayanan	2,00
Kepercayaan	1,86
Kepuasan Pelanggan	2,14

<b>Test Statistics</b>	
N	380
Kendall's W <sup>a</sup>	,062
Chi-Square	47,026
df	2
Asymp. Sig.	,000

a. Kendall's Coefficient of Concordance

Lampiran 7 Analisis Regresi Ordinal

**a. Hasil SPSS regresi ordinal parsial 1**

### Case Processing Summary

		N	Marginal Percentage
Kepuasan Pelanggan	Rendah	43	11,3%
	Sedang	247	65,0%
	Tinggi	90	23,7%
Kualitas Pelayanan	Rendah	66	17,4%
	Sedang	236	62,1%
	Tinggi	78	20,5%
Valid		380	100,0%
Missing		0	
Total		380	

### Model Fitting Information

Model	-2 Log Likelihood	Chi-Square	df	Sig.
Intercept Only	267,310			
Final	18,707	248,603	2	,000

Link function: Logit.

### Goodness-of-Fit

	Chi-Square	df	Sig.
Pearson	,374	2	,830
Deviance	,721	2	,697

Link function: Logit.

### Pseudo R-Square

Cox and Snell	,480
Nagelkerke	,583
McFadden	,377

Link function: Logit.

### Parameter Estimates

		Estimate	Std. Error	Wald	df	Sig.	95% Confidence Interval	
							Lower Bound	Upper Bound
Threshold	[Y = 1]	-6,768	,485	194,883	1	,000	-7,719	-5,818
	[Y = 2]	-1,356	,280	23,371	1	,000	-1,906	-,806
Location	[X1=1]	-6,897	,542	162,109	1	,000	-7,959	-5,835
	[X1=2]	-3,374	,345	95,604	1	,000	-4,050	-2,698
	[X1=3]	0 <sup>a</sup>	.	.	0	.	.	.

Link function: Logit.

a. This parameter is set to zero because it is redundant.

## b. Hasil Output analisis Regresi Ordinal Parsial 2

### Case Processing Summary

		N	Marginal Percentage
Kepuasan Pelanggan	Rendah	43	11,3%
	Sedang	247	65,0%
	Tinggi	90	23,7%
Kepercayaan	Rendah	96	25,3%
	Sedang	211	55,5%
	Tinggi	73	19,2%
Valid		380	100,0%
Missing		0	
Total		380	

### Model Fitting Information

Model	-2 Log Likelihood	Chi-Square	df	Sig.
Intercept Only	236,564			
Final	20,768	215,796	2	,000

Link function: Logit.

### Goodness-of-Fit

	Chi-Square	df	Sig.
Pearson	,399	2	,819
Deviance	,535	2	,765

Link function: Logit.

### Pseudo R-Square

Cox and Snell	,433
Nagelkerke	,526
McFadden	,327

Link function: Logit.

### Parameter Estimates

		Estimate	Std. Error	Wald	df	Sig.	95% Confidence Interval	
							Lower Bound	Upper Bound
Threshold	[Y = 1]	-6,544	,459	203,203	1	,000	-7,444	-5,644
	[Y = 2]	-1,731	,327	27,965	1	,000	-2,372	-1,089
Location	[X2=1]	-5,822	,497	137,321	1	,000	-6,796	-4,849
	[X2=2]	-3,676	,385	91,039	1	,000	-4,431	-2,921
	[X2=3]	0 <sup>a</sup>	.	.	0	.	.	.

Link function: Logit.

a. This parameter is set to zero because it is redundant.

### c. Hasil Output Analisis Regresi Ordinal Simultan

#### Case Processing Summary

		N	Marginal Percentage
Kepuasan Pelanggan	Rendah	43	11,3%
	Sedang	247	65,0%
	Tinggi	90	23,7%
Kualitas Pelayanan	Rendah	66	17,4%
	Sedang	236	62,1%
	Tinggi	78	20,5%
Kepercayaan	Rendah	96	25,3%
	Sedang	211	55,5%
	Tinggi	73	19,2%
Valid		380	100,0%
Missing		0	
Total		380	

#### Model Fitting Information

Model	-2 Log Likelihood	Chi-Square	df	Sig.
Intercept Only	333,879			
Final	32,142	301,737	4	,000

Link function: Logit.

### Goodness-of-Fit

	Chi-Square	df	Sig.
Pearson	1,119	8	,997
Deviance	1,440	8	,994

Link function: Logit.

### Pseudo R-Square

Cox and Snell	,548
Nagelkerke	,665
McFadden	,458

Link function: Logit.

### Parameter Estimates

		Estimate	Std. Error	Wald	df	Sig.	95% Confidence Interval	
							Lower Bound	Upper Bound
Threshold	[Y = 1]	-8,460	,629	181,046	1	,000	-9,693	-7,228
	[Y = 2]	-2,522	,412	37,506	1	,000	-3,329	-1,715
Location	[X1=1]	-5,162	,607	72,362	1	,000	-6,351	-3,972
	[X1=2]	-2,122	,406	27,297	1	,000	-2,918	-1,326
	[X1=3]	0 <sup>a</sup>	.	.	0	.	.	.
	[X2=1]	-3,754	,564	44,365	1	,000	-4,859	-2,649
	[X2=2]	-2,667	,426	39,191	1	,000	-3,502	-1,832
	[X2=3]	0 <sup>a</sup>	.	.	0	.	.	.

Link function: Logit.

a. This parameter is set to zero because it is redundant.

### Lampiran 8 Uji Chi Square

#### Kepuasan Pelanggan

	Observed N	Expected N	Residual
Rendah	43	126,7	-83,7
Sedang	247	126,7	120,3
Tinggi	90	126,7	-36,7
Total	380		



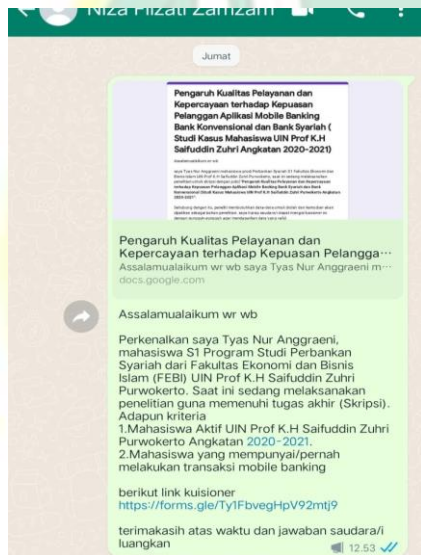
### Test Statistics

	Kepuasan Pelanggan
Chi-Square	180,195 <sup>a</sup>
df	2
Asymp. Sig.	,000

a. 0 cells (.0%) have expected frequencies less than 5. The minimum expected cell frequency is 126,7.



## Lampiran 9 Dokumentasi



## Lampiran 10 Surat Izin riset Individual



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126  
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553, Website: febi.uinsaiizu.ac.id

Nomor : 5/U.n.19/FEBI.J.PS/PP.009/1/2024  
Lamp. :-  
Hal : **Permohonan Izin Observasi Pendahuluan**

Purwokerto, 02 Januari 2024

Kepada Yth.  
Kabag Umum dan Akademik UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri  
Di  
Kampus UIN K.H Saifuddin Zuhri

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Dalam rangka pengumpulan data guna penyusunan Proposal Skripsi yang berjudul Pengaruh Kepercayaan dan Kemudahan Mahasiswa terhadap Kualitas Pelayanan Penggunaan Aplikasi Mobile Banking pada Bank Syariah dan Bank Konvensional (Studi Mahasiswa UIN K.H Saifuddin Zuhri).

Maka kami mohon Bapak/Ibu berkenan memberikan izin observasi kepada mahasiswa kami:

1. Nama : Tyas Nur Anggraeni
2. NIM : 2017202158
3. Semester / Program Studi : 7 / Perbankan Syariah
4. Tahun Akademik : 2023 / 2024
5. Alamat : Banjarnyar RT 02 RW 08 Kec. Sokaraja Kab. Banyumas

Adapun observasi tersebut akan dilaksanakan dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Obyek yang diobservasi : Data Jumlah Mahasiswa Aktif di UIN K.H Saifuddin Zuhri Angkatan 2020-2021
2. Tempat/ Lokasi : Kampus UIN K.H Saifuddin Zuhri
3. Waktu Observasi : 02 Januari 2024

Demikian permohonan ini kami buat, atas izin dan perkenan Bapak/Ibu kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*



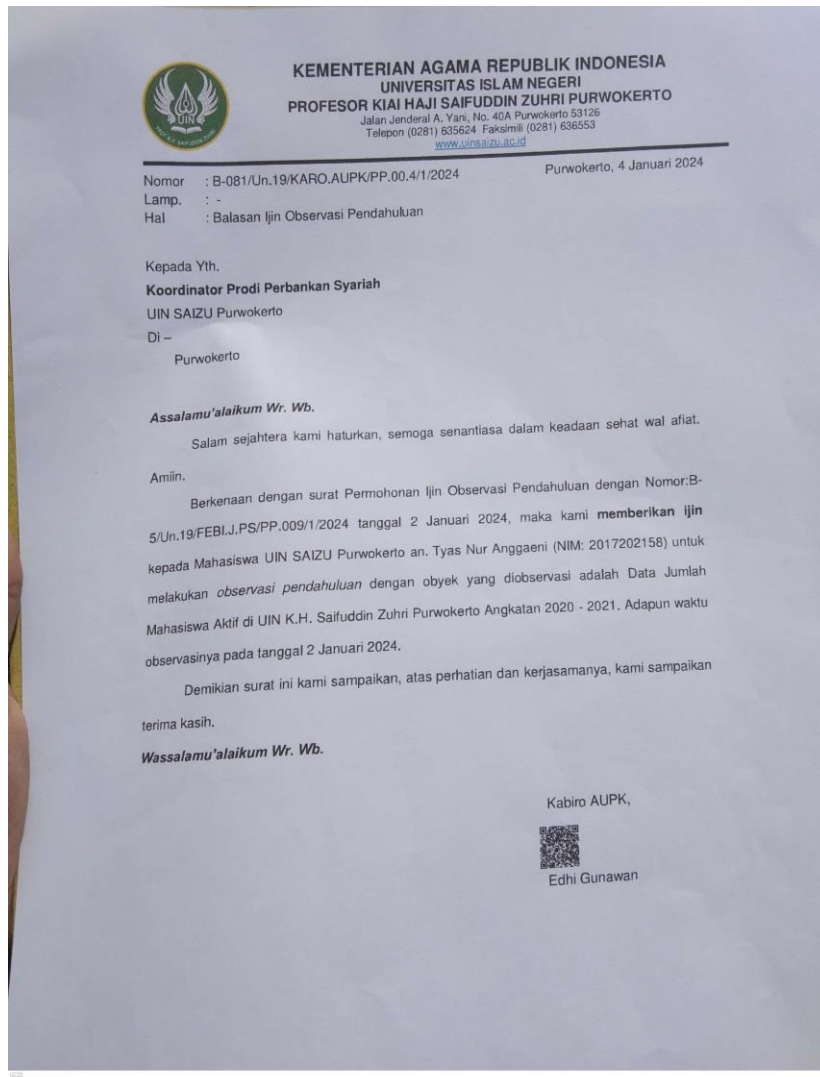
Kard. Prodi Perbankan Syariah

*Hastyl*  
Hastyl Utami, S.E., M. Si., AK.  
NIP. 19920613 201801 2 001

Tembusan Yth.  
1. Wakil Dekan I  
2. Kasubbag Akademik  
3. Arsip



## Lampiran 11 Balasan Surat Riset Individu



## Lampiran 12 ACC Judul



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
Jl. Jend. Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126  
Telp. 0281-635624 Fax. 0281-636553; febi.uinsaizu.ac.id

### SURAT KETERANGAN

Nomor: 787/Un.19/FEBLJ.PS/PP.009/3/2023

Yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : Hastin Tri Utami, S.E., M.Si.,Ak.  
NIP : 19920613 201801 2 001  
Jabatan : Koordinator Prodi Perbankan Syariah

Menerangkan bahwa mahasiswa atas nama:

Nama : Tyas Nur Anggraeni  
NIM : 2017202158  
Semester/ SKS : VI/ 106 SKS  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Tahun Akademik : 2022/2023

Menerangkan bahwa mahasiswa tersebut sudah berhak mengajukan judul proposal skripsi. Sebagai bukti berikut ini disertakan transkrip nilai sementara.

Demikian surat keterangan ini dibuat sebagai salah satu persyaratan untuk mengajukan judul proposal skripsi dan digunakan sebagaimana mestinya.

Dibuat di Purwokerto  
Tanggal 2 Maret 2023  
Koord. Prodi Perbankan Syariah



**Hastin Tri Utami, S.E., M.Si.,Ak.**  
NIP. 19920613 201801 2 001



## Lampiran 13 SKL Sempro



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126  
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553, Website: febi.uinsaizu.ac.id

### SURAT KETERANGAN LULUS SEMINAR PROPOSAL

Nomor: 135/Un.19/FEBI.J.PS/PP.009/1/2023

Yang bertanda tangan dibawah ini Koordinator Prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Profesor Kiai Haji Saifuddin Zuhri Purwokerto menerangkan bahwa mahasiswa atas nama :

Nama : Tyas Nur Anggraeni  
NIM : 2017202158  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Pembimbing Skripsi : Rahmini Hadi, S.E., M.Si.  
Judul : Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Pelanggan Aplikasi Mobile Banking Bank Konvensional dan Bank Syariah (Studi Kasus Mahasiswa UIN Prof K.H Saifuddin Zuhri Angkatan 2020-2021)

Pada tanggal 29 Februari 2024 telah melaksanaan seminar proposal dan dinyatakan **LULUS**, dengan perubahan proposal/ hasil proposal sebagaimana tercantum pada berita acara seminar.

Demikian surat keterangan ini dibuat dan dapat digunakan sebagai syarat untuk melakukan riset penulisan skripsi.

Purwokerto, 29 Januari 2024  
Koord. Prodi Perbankan Syariah



Hastin Tri Utami, S.E., M.Si, Ak.  
NIP. 19920613 201801 2 001



## Lampiran 14 SKL Kompre



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126  
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553, Website: febi.uinsaizu.ac.id

**SURAT KETERANGAN LULUS UJIAN KOMPREHENSIF**  
Nomor: 972/Un.19/FEBI.J.PS/PP.009/5/2023

Yang bertanda tangan dibawah ini Koordinator Prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Profesor Kiai Haji Saifuddin Zuhri Purwokerto menerangkan bahwa mahasiswa atas nama :

Nama : Tyas Nur Anggraeni  
NIM : 2017202158  
Program Studi : Perbankan Syariah

Pada tanggal 27 Mei 2024 telah melaksanakan ujian komprehensif dan dinyatakan **LULUS** dengan nilai **68 / B+**.

Demikian surat keterangan ini dibuat dan dapat digunakan sebagai syarat untuk mendaftar ujian munaqasyah.

Purwokerto, 27 Mei 2024  
Koord. Prodi Perbankan Syariah



Hastin Tri Utami, S.E., M.Si., Ak.  
NIP. 19920613 201801 2 001



Lampiran 15 CV

**A. Identitas Diri**

- 1 Nama Lengkap : Tyas Nur Anggraeni
- 2 NIM : 2017202158
- 3 Jurusan/ Fakultas : Perbankan Syariah/ FEBI
- 4 Tempat tanggal lahir : Purbalingga, 05 Mei 2002
- 5 Alamat Rumah : Jalan Brawijaya RT 02 RW 08 Desa  
Banjaranyar, Kecamatan Sokaraja,  
Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah
- 6 Nama orang Tua :  
Nama Ayah : Endri Subagyo  
Nama Ibu : Sri Rahayu

**B. Riwayat Pendidikan**

- 1 Pendidikan Formal  
SD : SDN 1 Banjaranyar  
SMP : SMP Negeri 3 Sokaraja  
SMA : SMA Negeri 1 Padamara  
S1 : UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri  
Purwokerto
- 2 Pendidikan Non-Formal : Pondok Pesantren Zam-Zam  
Purwokerto

**C. Pengalaman Organisasi**

HMI Komisariat FEBI

Purwokerto, 24 Juni 2024

Tyas Nur Anggraeni