

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Deskripsi Teori

1. *Mobile Banking*

Mobile banking merupakan sebuah fasilitas dari bank dalam era modern ini yang mengikuti perkembangan teknologi dan komunikasi. Layanan perbankan ini dapat diakses langsung melalui jaringan seluler/*handphone* GSM (*Global for Mobile Communication*) atau CDMA dengan menggunakan layanan data yang sudah disediakan oleh operator telepon seluler yang digunakan oleh nasabah melalui SMS (*Short Message Service*).¹¹

Penggunaan layanan *mobile banking* pada telepon seluler memungkinkan para nasabah dapat lebih mudah untuk menjalankan aktivitas perbankannya tanpa batas ruang dan waktu. Dengan adanya layanan *mobile banking* diharapkan dapat memberikan kemudahan dan manfaat bagi para nasabah dalam melakukan akses ke bank tanpa harus datang langsung ke bank.¹²

Mobile banking merupakan salah satu hasil layanan bank yang banyak diminati oleh para nasabah karena layanan ini membuat nasabah suatu bank mampu melakukan transaksi perbankan serta melihat

¹¹ Maryanto Supriyono, *Buku Pintar Perbankan*, (Yogyakarta: ANDI, 2011), hal. 67

¹² Wahyu Agus Winarno, *Analisis Minat Penggunaan Mobile Banking Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) Yang Telah Dimodifikasi (Analysis Behavioral Intention to Uses of Mobile Banking Technology Acceptance Model (TAM) Approach Modified)*, e-Journal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi, 2017, Volume IV (1) : 24-29

informasi tentang rekeningnya dengan menggunakan handphone jenis apapun.¹³

Mobile banking merupakan salah satu hasil pengembangan teknologi mobile yang digunakan dalam domain komersial. *Mobile banking* ini mengkombinasikan teknologi informasi dan aplikasi bisnis secara bersama. Berkat *mobile banking*, nasabah dapat menggunakannya untuk mendapatkan layanan 24 jam sehari tanpa harus mendatangi kantor cabang bank untuk transaksi personal. *Mobile Banking* merupakan layanan relatif baru yang ditawarkan oleh perbankan terhadap pelanggannya dan karena kenyamanannya.

Nasabah sekarang menginginkan sesuatu yang lebih dari sekedar layanan perbankan. Nasabah menginginkan kenyamanan dan fleksibilitas pada produk dan jasa yang sesuai kebutuhan mereka serta mudah digunakan yang tidak bisa ditawarkan oleh perbankan tradisional.

Mobile Banking menawarkan beberapa jasa yang cukup menarik, dan berdasarkan jenisnya, jasa biasanya dibagi menjadi dua, yakni jasa *pull-based* dan jasa *push-based*. Jasa *pull-based* merupakan jasa yang ditawarkan, sedangkan *push-based* adalah jasa yang ditawarkan berdasarkan persetujuan pihak nasabah dan bank dimana bank akan mengirimkan informasi-informasi yang dibutuhkan nasabah secara berkala atau berdasarkan aturan tertentu.

¹³ Wiji Nurastuti, *Teknologi Perbankan*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011), hal.130

Contoh jasa *pull-based* yang diterapkan bank-bank di Indonesia antara lain adalah transfer dana, pembayaran tagihan (listrik, telepon, air, dan lain-lain), pembelian voucher, ataupun perdagangan saham. Selain jasa-jasa berdasarkan transaksi di atas, jasa *pull-based* juga mencakup permintaan akan informasi saldo dan catatan transaksi, sedangkan untuk jasa *push-based* biasanya berupa notifikasi-notifikasi yang secara otomatis akan langsung diterima ponsel nasabah apabila terjadi aktivitas pada rekening yang bersangkutan, yakni notifikasi deposit/penarikan dalam jumlah minimum tertentu, notifikasi saldo minimum, dan notifikasi pembayaran tagihan, jasa ini sangat berguna. Misalnya seorang nasabah kehilangan kartu ATM tanpa sadar dan disalahgunakan oleh orang lain. Dengan menerima notifikasi, maka nasabah dapat mengetahui telah terjadi penarikan uang tanpa otoritasnya dan dapat memblokir kartu ATM sebelum tabungannya dibobol habis.

Cara kerja fasilitas ini pada hakikatnya sedikit berbeda atau hampir sama dengan SMS biasa kita dilakukan. Yakni nasabah mengirimkan SMS kepada nomor yang telah disediakan oleh pihak bank dengan isi pesan berupa kode tertentu. Selain itu, setiap kali mengirimkan sebuah SMS, di dalam pesan yang dikirimkan ikut serta di dalamnya adalah PIN untuk mengakses fasilitas elektronik tersebut. Apabila kode dan PIN yang dimasukkan benar maka permintaan transaksi akan diterima. Dan sebaliknya, apabila salah satu isi pesan,

baik kode pesan maupun PIN tidak sesuai maka permintaan transaksi akan ditolak.¹⁴

Selain dari segi kemudahan yang ditawarkan oleh *mobile banking* seperti halnya mudah dalam melakukan transaksi isi ulang pulsa, transfer, hingga pembayaran tagihan kartu kredit, ada juga kelemahan yang dimiliki oleh *mobile banking*, salah satunya adanya *hacker* yang berusaha meretas informasi *account* atau debit dan informasi kartu kredit dari nasabah. Ada beberapa kelemahan lainnya selain yang disebutkan diatas, yaitu :

- a. Notifikasi yang terlambat diterima oleh nasabah
- b. Kesalahan pengiriman ke nomor lain
- c. Tidak ada notifikasi atau pemberitahuan dari pihak bank, meskipun nasabah sudah melakukan suatu transaksi
- d. Pengiriman SMS sering tertunda atau pending, sehingga transaksi yang harusnya *real time* menjadi tidak *real time* lagi

Jenis transaksi yang bisa dilayani melalui fasilitas *mobile banking* sebagai berikut :

- a. Transfer dana
- b. Informasi saldo, mutasi rekening, dan informasi nilai tukar
- c. Pembayaran untuk tagihan kartu kredit, listrik, telepon, *handphone*, serta asuransi

¹⁴ Vyctoria, *Bongkar Rahasia E-Banking Security dengan Teknik Hacking dan Carding*, (Yogyakarta: ANDI, 2013), hal.102

d. Pembelian isi ulang pulsa dan juga saham

Beberapa hal yang harus diperhatikan untuk menjaga keamanan dalam bertransaksi menggunakan *mobile banking* adalah sebagai berikut¹⁵ :

- a. Nasabah wajib mengamankan PIN *mobile banking*
- b. Bebas membuat PIN sendiri, namun apabila dirasa PIN kita sudah diketahui orang lain, hendaknya segera melakukan penggantian PIN
- c. Jika SIM *card* GSM kita hilang, dicuri, atau dipindahtanganan kepada pihak lain, maka harus segera telepon ke provider yang berkaitan dengan SIM card nasabah dan lapor *call center* bank tersebut agar segera dilakukan penanganan.

Transaksi yang didukung oleh fasilitas *mobile banking* yaitu¹⁶ : a) Informasi Saldo, b) Pembayaran PLN, telepon, tiket, asuransi, internet, BPJS, PDAM, Penerimaan Negara, Zakat/Infaq, *Multi Payment*, e-Commerce, c) Pembelian Voucher HP, PLN Prepaid, *e-money*, paket data, TopUp (*Link Aja, Gopay, Paytren, OVO*) d) Zakat/Infaq, Wakaf, Donasi 20.000 manfaat, Kalkulator Zakat, e) Pembukaan Rekening Tabungan Mabrur, Mudharabah, Wadiah, f) Transfer ke BSM, Non BSM, QRIS, Tarik Tunai, g) Pembelian, Pembayaran, Transfer Favorit, h) Blokir Kartu, i) Layanan Islami, j) TopUp eWallet

¹⁵ Murni Anugrah L, *Layanan Jasa Perbankan*, (Yogyakarta:KTSP, 2018), hal.33

¹⁶ Kuncoro, *Cara Daftar Mobile Banking Bank Syariah Mandiri (BSM)*, diakses melalui <https://www.matsansaga.com/2020/06/cara-daftar-mobile-banking-bank-mandiri-syariah.html?m=1> pada 30 Maret 2021 pukul 11.28 WIB

2. *Internet Banking*

Internet Banking telah hadir sebelum adanya *mobile banking*, dan merupakan salah satu layanan unggulan yang ditawarkan oleh perbankan untuk memudahkan nasabah bertransaksi. *Internet Banking* adalah kegiatan transaksi, pembayaran, dan transaksi lain melalui internet dengan *website* milik bank yang dilengkapi system keamanan.

Internet Banking merupakan bagian dari program *elektronik banking*. Aplikasi teknologi informasi dalam *internet banking* akan meningkatkan efisiensi, efektifitas, serta produktivitas bagi pengguna. Secara umum, dalam penyediaan layanan *internet banking*, bank memberikan informasi mengenai produk dan jasanya via portal di internet yang memberikan akses kepada nasabah untuk bertransaksi dan mengupdate data pribadinya secara mandiri.

Dari waktu ke waktu semakin banyak bank yang menyediakan layanan atau jasa *internet banking* yang diatur melalui Peraturan Bank Indonesia No.9/15/PBI/2007 Tahun 2007 tentang Penerapan Manajemen Resiko dalam Penggunaan Teknologi Informasi oleh Bank Umum, yaitu :

1. Penyelenggaraan *internet banking* merupakan aplikasi teknologi informasi yang terus berkembang dan dimanfaatkan untuk menjawab keinginan nasabah perbankan yang menginginkan servis cepat, aman, nyaman, murah dan tersedia setiap saat (24 jam/hari,

7 hari/minggu) dan dapat diakses dari mana saja baik itu dari HP, computer, *laptop/notebook*, PDA, dan sebagainya

2. Aplikasi teknologi informasi dalam *internet banking* akan meningkatkan efisiensi, efektivitas, dan produktivitas sekaligus meningkatkan pendapatan melalui sistem penjualan yang jauh lebih efektif daripada bank konvensional.

Fitur layanan *internet banking* yang dapat dilakukan melalui layanan ini antara lain¹⁷ :

- a. Informasi cek saldo
- b. Transfer dana antar Bank
- c. Transfer dana antar Bank lain
- d. Pembarayaan telepon pasca bayar
- e. Pembayaran internet berlangganan
- f. Pembayaran tagihan listrik
- g. Pembayaran tagihan PAM & PDAM
- h. Pembayaran asuransi
- i. Pembayaran zakat
- j. Pembelian isi ulang pulsa.

Menurut hasil penelitian yang dilakukan oleh Mei Sadatul Chusna¹⁸ menjelaskan bahwasanya adanya *internet banking*

¹⁷ Budi Agus Riswandi, *Aspek Hukum Internet Banking*, (Jakarta: Raja Grafindo, 2005) hal.83

¹⁸ Mei Sadatul Chusna, *Pengaruh Layanan Elektronik Banking (E-Banking) Terhadap Kepuasan Nasabah di BNI Syariah Kantor Cabang Pembantu Tulungagung*, (Tulungagung: Skripsi tidak diterbitkan, 2014)

berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Sehingga *internet banking* merupakan faktor yang tidak terpisahkan dari kepuasan nasabah, karena besar kecilnya *internet banking* akan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Hal ini didukung dengan teori yang menyatakan bahwa *internet banking* memberikan beberapa keuntungan kepada nasabah, diantaranya¹⁹ :

- a. Penggunaanya mudah
- b. Responnya *real time*, transaksinya tercatat secara *real time*
- c. Terjaminnya keamanan, menggunakan keamanan berlapis, menggunakan *User ID, password, dan dynamic password*
- d. Memiliki fleksibilitas yang tinggi, karena level otoritas dapat diubah sesuai keperluan dan otorisasi dapat dilakukan secara remote.

Keuntungan pihak bank dengan adanya *Internet Banking* yaitu :

- a. *Business Expansion*

Nasabah tidak lagi harus datang ke kantor cabang terdekat untuk melakukan transaksi, hal ini dipermudah dengan adanya peletakan mesin ATM di tempat-tempat umum yang bisa dijangkau oleh banyak orang, terlebih lagi nasabah dapat menggunakan handphone untuk melakukan aktivitas perbankanya, dan juga adanya *internet banking* semakin

¹⁹ Ahmad Ifham, *Ini Lho Bank Syariah! : Memahami Bank Syariah dengan Mudah*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2015), hal.31

mempermudah nasabah untuk kapan saja dan dimana saja dalam melakukan kegiatan transaksi

b. *Customer Loyalty*

Nasabah akan merasa lebih nyaman melakukan aktivitas perbankannya tanpa harus membuka *account di* bank yang berbeda-beda di berbagai tempat, namun cukup menggunakan satu bank saja

c. *Revenue and Cost Improvement*

Bagi pihak perbankan bisa menghemat dalam memberikan layanan perbankan dikarenakan melalui *internet banking* ini jauh lebih murah daripada harus membuka kantor cabang di tempat-tempat baru maupun membuat mesin ATM

d. *Competitive Advantage*

Akan lebih unggul dibandingkan dengan bank yang tidak mempunyai fasilitas layanan *internet banking*, karena semakin hari para nasabah akan semakin memilih yang lebih efektif dan efisien dalam melakukan transaksi perbankannya

e. *New Business Model*

Dengan adanya fasilitas tersebut, maka pihak perbankan akan jauh lebih mudah meluncurkan layanan baru dengan melalui *web* secara cepat

3. *Automatic Teller Machine (ATM)*

Automatic Teller Machine atau mesin Anjungan Tunai Mandiri (ATM) merupakan *Self Service Terminal* yang dibuat khusus untuk melayani nasabah dalam melakukan transaksi perbankan yang dapat dilakukan setiap saat, merupakan salah satu layanan bank yang berbasis *electronic channel* dengan tujuan agar nasabah dapat bertransaksi layaknya di kantor cabang dengan menggunakan mesin.

ATM merupakan salah satu teknologi sistem informasi yang digunakan oleh bank. Bank Indonesia sendiri lebih sering menggunakan istilah Teknologi Sistem Informasi (TSI). Kartu ATM adalah APMK yang dapat digunakan untuk melakukan penarikan tunai atau pemindahan dana dimana kewajiban pemegang kartu dipenuhi seketika dengan mengurangi secara langsung simpanan pemegang kartu pada bank atau lembaga selain bank yang berwenang untuk menghimpun dana.²⁰

Pengertian ATM menurut Lipis yaitu alat kasir otomatis tanpa orang, ditempatkan di dalam atau di luar pekarangan bank, yang bisa untuk mengeluarkan uang tunai dan menangani transaksi-transaksi perbankan yang rutin. Sedangkan menurut Ellen Florian, ATM merupakan alat telekomunikasi berbasis komputer yang menyediakan tempat bagi nasabah dalam melakukan transaksi keuangan tanpa

²⁰ Tri Hendro dan Conny Tjandra Rahardja, *Bank & Institusi Keuangan Non Bank di Indonesia*, (Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2014), hal.4

memerlukan teller bank. Menurut Kasmir, ATM adalah mesin yang memberikan kemudahan kepada nasabah dalam melakukan transaksi perbankan secara otomatis selama 24 jam dalam 7 hari termasuk hari libur.

Kartu ATM yang dikeluarkan pihak bank menetapkan batas jumlah penarikan atau transaksi tunai maksimum per hari. Batas penarikan ATM ditetapkan untuk mengantisipasi kemungkinan adanya kerusakan pada perangkat ATM. Selain itu batas jumlah penarikan ditetapkan untuk antisipasi kelebihan penyediaan uang tunai dalam ATM.

Ada lima kepuasan yang bisa dirasakan nasabah apabila bertransaksi melalui ATM, yaitu kemudahan penggunaan jasa perbankan, keleluasaan waktu pelayanan, kecepatan juga ketepatan pelayanan, keamanan dalam pelayanan, dan keragaman jenis pelayanan.

Manfaat yang dirasakan nasabah ketika menggunakan pelayanan ATM²¹ :

- a. Melakukan transaksi perbankan dalam bentuk tunai maupun non tunai tanpa harus mendatangi kantor cabang
- b. Transaksi tidak dibatasi waktu dan tempat karena layanan ATM online selama 24 jam

²¹ Dadang Husen Sobana, *Sistem Informasi Manajemen Perbankan*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2019), hal.139

- c. Tidak perlu menyimpan uang kertas dalam jumlah banyak, karena dengan menggunakan ATM bisa melakukan tarik tunai sesuai dengan yang diperlukan
- d. Menghemat waktu, mudah, fleksibel
- e. Aman

Manfaat bagi pihak perbankan²² :

- a. Kemampuan dalam menarik nasabah baru lebih banyak untuk menabung dan meningkatkan pendapatan
- b. Mendorong nasabah agar lebih aktif menggunakan jasa perbankan
- c. Mengurangi antrian nasabah di kantor cabang
- d. Membuka peluang munculnya produk dan jasa baru
- e. Media promosi
- f. Mengoptimalkan jaringan komunikasi yang ada

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Satria Hendra Sahputra, menyatakan bahwa penggunaan ATM dapat memberikan kepuasan kepada nasabah perbankan dalam hal pelayanan, jaminan kepastian, pemahaman kebutuhan serta kondisi. Hal ini juga didukung dengan beberapa layanan dan manfaat yang diberikan dari penggunaan ATM.

²² Sambiaga Roni, *Sistem Keamanan ATM (Automated Teller Machine/Anjungan Tunai Mandiri)*, (Bandung: Fakultas Teknik Informatika ITB, 2009)

Pelayanan ATM yang diberikan antara lain :

- a. Penarikan uang tunai. Dalam hal ini nasabah bisa menarik uang tunai di berbagai ATM yang memiliki hubungan dengan bank penerbit. Besarnya jumlah penarikan tergantung dari limit yang diberikan atau dari sisa saldo yang tersedia dalam ATM yang bersangkutan.
- b. Dapat digunakan sebagai tempat untuk melihat atau mengecek saldo rekening nasabah
- c. Dapat digunakan sebagai tempat untuk pembayaran listrik, telepon, dan pembayaran lainnya.²³

Pada kartu ATM pasti ditemui logo. Logo yang tertera pada kartu menunjukkan bahwa kartu tersebut memiliki akses pada jaringan yang kertunya mencantumkan logo yang sama. Jaringan tersebut, antara lain :

- a. Jaringan lokal, meliputi : Link, ALTO, ATM Bersama, dan PRIMA
- b. Jaringan Internasional meliputi : CIRRUS, MAESTRO, Mastercar Electronic, VISA Plus, dan Visa Electron.

Secara umum, bank akan memberlakukan biaya atau tarif untuk penggunaan kartu, seperti biaya administrasi bulanan dan biaya transaksi, khususnya transaksi yang menggunakan jaringan lain. Biaya transaksi yang dikenakan oleh pihak bank penerbit berbeda untuk transaksi yang dilakukan di jaringan lokal dan jaringan internasional.

²³ Kasmir, *Dasar-Dasar Perbankan*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2015) hal.207

Ada beberapa hal yang harus diperhatikan dalam menggunakan kartu ATM, yaitu sebagai berikut²⁴ :

- a. Jika kartu hilang atau rusak harus segera melaporkan kehilangan atau kerusakan kartu tersebut ke *call center* bank penerbit
- b. Pastikan kartu ATM selalu ada dibawah pengawasan, karena sifatnya *privacy* sama halnya seperti uang tunai ataupun dompet pribadi
- c. Jauhkan kartu dari benda yang mengandung elektromagnetik atau di atas benda panas
- d. Jangan memberitahukan PIN kepada orang lain
- e. Apabila salah dalam memasukkan PIN sebanyak 3x secara berulang, maka akibatnya kartu ATM akan tertelan mesin atau terblokir
- f. Jangan segan untuk menanyakan kepada pihak bank mengenai biaya-biaya dan batasan (*limit*) dalam transaksi
- g. Selalu simpan slip transaksi sampai benar-benar yakin bahwa transaksi yang sudah dilakukan tidak bermasalah.

4. Kepuasan Nasabah

a) Pengertian Kepuasan Nasabah

Seseorang atau badan hukum yang memiliki rekening pada bank yang dapat berurusan dengan bank dan menjadi konsumen bank

²⁴ Murni Anugrah L, *Layanan Jasa Perbankan.....*, hal.38

dinamakan dengan nasabah.²⁵ Atau bisa dikatakan bahwa nasabah adalah pihak atau orang yang menggunakan dan secara sengaja menjadi langganan bank yang dipercainya. Salah satu tujuan utama lembaga perbankan dalam hal ini adalah meningkatkan jumlah nasabahnya baik secara kuantitas maupun kualitas. Artinya bahwa secara kuantitas jumlah nasabah bertambah cukup signifikan dari waktu ke waktu, sedangkan secara kualitas berarti nasabah yang didapat adalah nasabah yang produktif dan mampu memberikan laba rugi bank tersebut. Dan untuk mencapai hal tersebut, maka bisa dilakukan dengan memberikan kepuasan pelayanan terhadap nasabah. Hasil penilaian nasabah terhadap apa yang telah didapat dari membeli dan mengkonsumsi suatu produk atau jasa yang kemudian dari hal tersebut dibandingkan dengan kinerja yang sudah diterimanya disebut sebagai kepuasan nasabah.²⁶

Kepuasan atau *satisfaction* berasal dari bahasa latin “*satis*” yang artinya cukup baik atau memadai dan “*facto*” yang artinya melakukan atau membuat. Dalam hal ini dapat ditarik kesimpulan secara sederhana bahwa kepuasan adalah upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu menjadi memadai.²⁷

²⁵Fauziah, Peranan Teknologi Informasi dalam Bisnis Reengineering, 1998 (Dalam skripsi Mei Sadatul Chusna: 2014)

²⁶ Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2010), hal.192

²⁷ Fandi Tjiptono, *Pemasaran Jasa*, (Malang: Bayu Media, 2005), hal.349

Kepuasan merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja produk atau jasa yang sudah ia rasakan sudahkan sesuai dengan yang diharapkan atau belum.²⁸

Engel mengatakan bahwa : Kepuasan nasabah merupakan evaluasi purnabeli dimana alternative yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil (*outcome*) sama atau melampaui harapan nasabah, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan nasabah.²⁹

Sedangkan Philip Kotler mengatakan bahwa : Kepuasan merupakan tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan antara hasil kerja produk/jasa yang diterima dengan apa yang diharapkan.³⁰

Kepuasan dan ketidakpuasan adalah respon nasabah terhadap evaluasi kesesuaian yang dirasakan, antara harapan sebelumnya dengan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya. Dimensi keinginan nasabah diaplikasikan oleh perusahaan dalam bentuk strategi bauran pemasaran, bahwa nilai nasabah dapat diciptakan melalui³¹:

- a. Dimensi produk (meliputi *care product*, *basic produc*, *expected product*, *augmented product*, dan *potential product*).

²⁸ Herry Sutanto, dan Khaerul Umam, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Pustaka Setia, 2013), hal.39

²⁹ James F. Engel, et.al, *Perilaku Konsumen*, alih bahasa FX Budiyo, (Jakarta: Binarupa Aksara, 1992), hal.11

³⁰ Philip Kotler, *Marketing Manajemen*, (New Jersey: Prantice Hall, 2000), hal.36

³¹ *Ibid*, hal.195

- b. Layanan penjualan (meliputi kecepatan dan ketepatan proses transaksi, kecepatan dan ketepatan produk yang diterima, kemudahan mengakses jaringan perbankan, kesederhanaan dalam birokrasi dan prosedur transaksi, atmosfer pelayanan yang hangat dan bersahabat, proaktif terhadap kebutuhan dan keinginan nasabah).
- c. Layanan purna jual dan keluhan (meliputi *costumer service*, petugas *call center*)

Kepuasan nasabah secara umum tergambar pada dua bentuk pelayanan, yaitu³² :

- 1.) Material, meliputi : Gedung yang megah, layout ruangan yang tertata rapi, ruang tunggu yang bersih dan nyaman, ruang toilet yang bersih, ruang mushola yang bersih dan nyaman, penampilan pegawai yang baik, mesin ATM yang selalu online dan rapi, sarana dan prasarana yang lengkap.
- 2.) Immaterial, meliputi : Ramah, sopan, tanggap dan akrab, pelayanan yang hangat, merasa dihormati dan dihargai, merasa senang dan puas.

Dari pemaparan diatas, dapat diambil kesimpulan bahwa kepuasan nasabah tergantung dengan persepsi yang dirasakan oleh setiap individu. Sehingga menyebabkan kepuasan antara satu individu

³² Herry Buchory dan Djasmin Saladin, Dasar-Dasar Pemasaran Bank, (Bandung: Linda Karya, 2006), hal. 115-116

dengan individu yang lainnya tidak sama. Akan tetapi secara umum, kepuasan konsumen atau nasabah timbul dari produk yang berkualitas, harga yang tidak terlalu tinggi, pelayanan yang berkualitas, serta kemudahan dalam mendapatkan produk.

Agar kepuasan pelanggan bisa tercipta maka manajemen perusahaan harus mengetahui hal-hal yang menyebabkan terciptanya kepuasan pelanggan.³³ Karena dengan terciptanya kepuasan nasabah, dapat meningkatkan hubungan kemitraan antara lembaga keuangan dengan nasabah yang pada akhirnya bisa menciptakan loyalitas nasabah, sehingga nantinya mampu meningkatkan reputasi lembaga keuangan syariah.

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah atau pelanggan menurut Kotler dan Kevin Lane Keller, berdasarkan literatur terdapat lima *driver* utama kepuasan pelanggan atau nasabah, yaitu:

a. Kualitas produk.

Pelanggan akan merasa puas apabila hasil mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.

b. Harga.

Untuk pelanggan yang sensitive, harga murah adalah sumber kepuasan penting karena produk yang mempunyai kualitas yang

³³ A. Usmara, *Strategi Baru Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta: Amara Books, 2003), hal.94

sama tetapi menetapkan harga yang relative murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggan.

c. Kualitas pelayanan (*service quality*).

Pelanggan akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan

d. Faktor emosional.

Pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merk tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan diperoleh bukan karena kualitas dari produk tetapi sosial atau selfesteem yang membuat pelanggan merasa puas terhadap merek tertentu.

e. Biaya dan kemudahan.

Pelanggan yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung merasa puas terhadap suatu produk atau jasa tersebut.³⁴

b) Teknik Pengukuran Kepuasan Nasabah/Pelanggan

Menurut Kotler, untuk mengukur kepuasan nasabah/pelanggan dapat dilakukan dengan empat sarana, diantaranya :

³⁴ Zuliatin, *Pengaruh Personal Selling, Direct Selling dan Hubungan Masyarakat Terhadap Kepuasan Nasabah: Studi Kasus BMT UGT Sidogiri KCP Kanigoro Blitar*, Jurnal Ekonomi Syariah AN-NISBAH, Vol. 03, No. 01, Oktober, 2016, hal.97

- 1) Sistem keluhan dan usulan, artinya seberapa banyak keluhan atau complain yang dilakukan nasabah dalam suatu periode
- 2) Dalam hal ini bank perlu secara berkala perlu melakukan survei, baik melalui wawancara maupun kuesioner tentang segala sesuatu yang berhubungan dengan bank tempat nasabah melakukan transaksi selama ini.
- 3) Konsumen samaran
Bank dapat mengirim karyawannya atau melalui orang lain untuk berpura-pura menjadi nasabah guna melihat pelayanan yang diberikan karyawan bank secara langsung sehingga terlihat jelas bagaimana karyawan melayani nasabah sesungguhnya.
- 4) Analisis mantan pelanggan dengan melihat catatan nasabah yang pernah menjadi nasabah bank guna mengetahui sebab-sebab mereka tidak lagi menjadi nasabah bank kita.³⁵

Metode yang paling banyak digunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan adalah metode survey. Metode survey kepuasan pelanggan dapat menggunakan cara sebagai berikut untuk mengukurnya³⁶:

- 1.) Pengukuran bisa dilakukan secara langsung dengan mengajukan pertanyaan seperti “Ungkapan seberapa puas saudara terhadap pelayanan Bank Syariah Indonesia pada skala berikut; sangat

³⁵ Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada, 2010), hal.240

³⁶ Fandi Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: ANDI, 1997), hal.35-36

tidak puas, tidak puas, netral, puas, sangat puas” (*directly reported satisfaction*).

- 2.) Memberikan pertanyaan kepada responden mengenai seberapa besar mereka mengharapkan suatu atribut tertentu dan seberapa besar yang mereka rasakan (*derived dissatisfaction*).
- 3.) Meminta responden untuk menuliskan masalah-masalah yang mereka hadapi berkaitan dengan penawaran dari perusahaan dan juga diminta untuk menuliskan perbaikan-perbaikan yang mereka sarankan (*problem analysis*).
- 4.) Meminta responden untuk merangking berbagai elemen (atribut) dari penawaran berdasarkan derajat pentingnya setiap elemen dan seberapa baik kinerja perusahaan dalam masing-masing elemen (*importance/performance ratings*).

c) Cara Mengevaluasi Kepuasan Nasabah

Untuk mengevaluasi jasa yang bersifat *intangibile*, ada beberapa acuan yang dijadikan konsumen maupun nasabah, menurut Pasuraman dalam Fandy Tjiptono antara lain :

- 1) Bukti langsung (*tangible*), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi.
- 2) Keandalan (*reability*), yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera dan bersifat memuaskan.

- 3) Daya tanggap (*responsiveness*), adalah keinginan para staf dan karyawan untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap.
- 4) Jaminan (*assurance*), meliputi kemampuan, kesopanan, dan sifat bisa dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, risiko dan keragu-raguan.
- 5) Empati (*emphaty*), yakni kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, dan memahami kebutuhan para pelanggan.

B. Kajian Penelitian Terdahulu

Pembahasan mengenai *Mobile Banking*, *Internet Banking*, serta *Automatic Teller Machine* (ATM) telah dilakukan pada penelitian sebelumnya, diantaranya :

1. Mei Sadatul Chusnia (2014) mengenai pengaruh *Internet Banking* dan *SMS Banking*, variabel tersebut ternyata berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah di BNI Syariah Kantor Cabang Pembantu Tulungagung.³⁷ Semakin baik *internet banking* yang diberikan maka semakin banyak pula nasabah yang akan memutuskan untuk menggunakan produk *elektronik banking* di BNI Syariah Kantor Cabang Pembantu Tulungagung. Begitu juga *SMS Banking* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah di BNI Syariah Kantor Cabang Pembantu Tulungagung. Penelitian yang dilakukan Mei Sadatul Chusnia menunjukkan bahwa perbedaan yang ada

³⁷Mei Sadatul Chusnia, Skripsi, IAIN Tulungagung, "*Pengaruh Layanan Elektronik Banking (E-Banking) Terhadap Kepuasan Nasabah Di BNI Syariah Kantor Cabang Pembantu Tulungagung*", 2014

pada penelitian ini terletak pada variabel independen yang digunakan yaitu hanya menggunakan *internet banking*, dan *SMS banking*, dan persamaannya yaitu variabel dependen kepuasan nasabah. Serta berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah di BNI Syariah Kantor Cabang Pembantu Tulungagung.

2. Hal serupa juga sama dengan penelitian Yogi Uliansyah (2017) dengan judul Analisis Pengaruh Layanan *Mobile Banking* terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Kaliurang Yogyakarta. Variable Layanan *m-banking* terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Kaliurang Yogyakarta.³⁸ Variabel keamanan layanan secara statistik berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Kaliurang Yogyakarta. Variabel tambahan biaya layanan *m-banking* secara statistik berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Kaliurang Yogyakarta. Variabel kemampuan akses layanan *m-banking* secara statistik berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Kaliurang Yogyakarta. Variabel kondisi fasilitas layanan *m-banking* secara statistik berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Kaliurang Yogyakarta. Penelitian yang dilakukan Yogi Uliansyah menunjukkan bahwa perbedaan

³⁸Yogi Uliansyah, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, "*Analisis Pengaruh Layanan Mobile Banking terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Kaliurang Yogyakarta*", 2017

yang ada pada penelitian ini terletak pada variabel independen yang hanya berfokus pada layanan *m-banking*, dan persamaannya yaitu variabel dependen kepuasan nasabah.

3. Pratiwi Kusumaningrum (2014) dengan judul Pengaruh Kualitas Jasa “*Mobile Banking*” terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Mandiri (Persero) TBK Cabang Makasar.³⁹ Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh kualitas jasa *mobile banking* terhadap kepuasan nasabah pengguna jasa *mobile banking*. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode kuesioner, studi kepustakaan, dan wawancara dengan menggunakan *skala likert*, serta menggunakan metode analisis regresi linier berganda. Objek dari penelitian ini adalah nasabah pengguna *mobile banking* dan pimpinan perusahaan serta staf PT. Bank Mandiri (Persero) TBK Cabang Makasar. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas jasa *mobile banking* memberikan pengaruh positif signifikan dimana jika terjadi kenaikan pada kualitas jasa *mobile banking*, maka kepuasan nasabah juga akan meningkat. Perbedaan penelitian Kusumaningrum dengan penelitian ini terdapat pada perubahan variabel yang digunakan dan juga objek penelitian. Pada penelitian ini yaitu dengan menambahkan variabel bebas *internet banking dan automatic teller machine* (ATM). Persamaan penelitian ini dengan penelitian

³⁹Pratiwi Kusumaningrum, Universitas Hassanudin, *Pengaruh Kualitas Jasa “Mobile Banking” terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Mandiri (Persero)TBK Cabang Makasar*”, 2014

Kusamaningrum yaitu terletak pada variabel *mobile banking* dan kepuasan nasabah.

4. Penelitian Muammar Arif Setyawan (2015) dengan judul Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk *Internet Banking* terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank BRI Pandanaran Semarang.⁴⁰ Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa dan memperoleh bukti atas pengaruh kualitas layanan dan kualitas produk *internet banking* terhadap kepuasan nasabah. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan analisis deskriptif persentase dan analisis regresi berganda. Objek dari penelitian ini adalah nasabah *internet banking* BRI Pandanaran. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan memberikan pengaruh secara parsial dan simultan terhadap kepuasan konsumen, variabel kualitas produk memberikan pengaruh secara parsial terhadap kepuasan nasabah. Perbedaan penelitian Setyawan dengan penelitian ini terdapat pada perubahan variabel yang digunakan dan juga objek penelitian. Pada penelitian ini yaitu dengan menambahkan variabel bebas *mobile banking dan automatic teller machine (ATM)*. Persamaan penelitian ini dengan penelitian Setyawan yaitu terletak pada variabel *internet banking* dan kepuasan nasabah.

⁴⁰Muammar Arif Setyawan, Universitas Negeri Semarang, “*Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Internet Banking terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank BRI Pandanaran Semarang*”, 2015

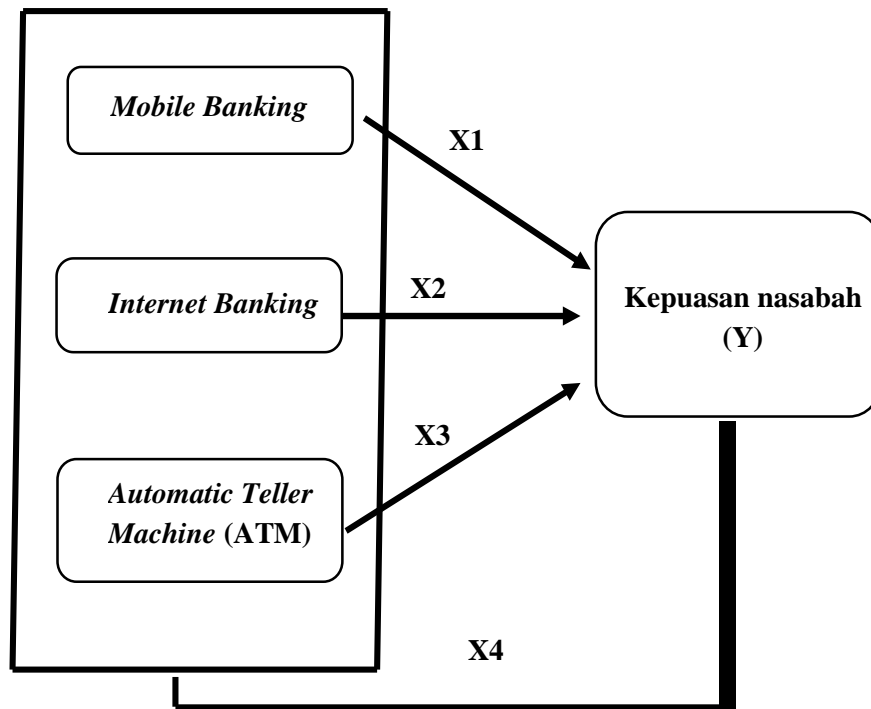
5. Tri Yulianto (2015) dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan ATM dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah”.⁴¹ Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif. Hasil penelitian dengan metode uji analisis regresi linier berganda membuktikan bahwa kualitas layanan dan kepercayaan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Sedangkan hasil uji F menunjukkan bahwa secara bersama-sama variabel kualitas pelayanan dan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang saya lakukan terletak pada variabel bebas (X). Variabel bebas dari penelitian yang saya lakukan adalah produk (*internet banking, mobile banking* dan *Automatic Teller Machine/ATM*), sedangkan penelitian terdahulu hanya menggunakan variabel bebas ATM.

C. Kerangka Konseptual

Berdasarkan landasan teori dan penelitian terdahulu yang telah dipaparkan sebelumnya mengenai pengaruh antara variabel independen (*Mobile Banking, Internet Banking, dan Automatic Teller Machine/ATM*) dengan variabel dependen (Kepuasan Nasabah) di atas, maka kerangka konseptual penelitian ini adalah sebagai berikut:

⁴¹Tri Yulianto, Universitas Muhammadiyah Semarang, “*Pengaruh Kualitas Peayanan ATM dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah*”, 2015

Gambar 2.1
Kerangka Konseptual



Dari kerangka berfikir diatas, dapat dilihat bahwa variabel (X1) *Mobile Banking*, (X2) *Internet Banking*, dan (X3) *Automatic Teller Machine (ATM)* memiliki keterkaitan secara parsial dengan variabel (Y) kepuasan nasabah, serta variabel (X4) *Mobile Banking*, *Internet Banking*, dan *Automatic Teller Machine/ATM* memiliki keterkaitan dengan variabel (Y) kepuasan nasabah.

D. Hipotesis Penelitian

Berdasarkan kajian yang sudah dipaparkan di atas, dapat dirumuskan beberapa hipotesis terkait penelitian ini, yaitu sebagai berikut :

1. Hipotesis 1

Layanan *Mobile Banking* berpengaruh terhadap tingkat kepuasan nasabah di PT. Bank Syariah Indonesia Tbk. KCP Tulungagung Sudirman

2. Hipotesis 2

Layanan *Internet Banking* berpengaruh terhadap tingkat kepuasan nasabah di PT. Bank Syariah Indonesia Tbk. KCP Tulungagung Sudirman

3. Hipotesis 3

Layanan *Automatic Teller Machine/ATM* berpengaruh terhadap tingkat kepuasan nasabah di PT. Bank Syariah Indonesia Tbk. KCP Tulungagung Sudirman

4. Hipotesis 4

Layanan *Mobile Banking*, *Internet Banking*, dan *Automatic Teller Machine/ATM* secara bersama-sama berpengaruh terhadap tingkat kepuasan nasabah di PT. Bank Syariah Indonesia Tbk. KCP Tulungagung Sudirman