

## **PENGARUH *MOBILE BANKING* TERHADAP KEPUASAN NASABAH DALAM MELAKUKAN TRANSAKSI PADA BANK MANDIRI SYARIAH KCP SIAK**

**Yessy Septrimadona, S.P, M.E**

STAI Sulthan Syarif Hasyim Siak Sri Indrapura Riau  
yessyseptrimadona@gmail.com

**Dessi Lestari, S.E**

STAI Sulthan Syarif Hasyim Siak Sri Indrapura Riau  
dessi1287@gmail.com

**Irwan Tutrisno. SE. ME**

Institut Agama Islam Diniyyah Pekanbaru  
Irwan@diniyah.ac.id

### **Abstrak**

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dengan melakukan survey kepada nasabah di Bank Mandiri Syariah KCP Siak mengenai Pengaruh Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Melakukan Transaksi. Untuk membuktikan dan menganalisis penelitian tersebut, maka digunakan analisis regresi linier berganda dengan uji f dan uji t. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 98 nasabah, penentuan sampel menggunakan teknik purposive sampling bagi nasabah yang menggunakan Mobile Banking.

Teknik pengumpulan data dengan memberi kuesioner pada nasabah dan dokumentasi. Penelitian ini merupakan variable  $X_1$ ,  $X_2$ ,  $X_3$  dan  $X_4$  merupakan variable Independen (variabel bebas) sedangkan variable Y adalah variable dependen (terikat) dengan pengolahan data menggunakan regresi ganda.

Hasil analisis regresi linier berganda dengan program SPSS versi 25 menunjukkan bahwa : (1) Kecepatan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah ( $0,000 < 0,1$ ) pengaruhnya sebesar 4,103, (2) keamanan tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah ( $0,382 > 0,1$ ) besarnya 0.878, (3) akurasi berpengaruh terhadap kepuasan nasabah ( $0,000 < 0,1$ ) signifikan sebesar 6.549, (4) kepercayaan signifikan terhadap kepuasan nasabah ( $0,002 < 0,1$ ) dengan pengaruh negative (-) sebesar -3.173.

Ditinjau dari keempat unsur layanan Mobile Banking dengan menggunakan pengolahan SPSS 25 for windows yaitu: kecepatan, keamanan, akurasi dan kepercayaan; maka dapat disimpulkan bahwa pengaruh layanan Mobile Banking terhadap kepuasan nasabah di Bank Mandiri Syariah KCP Siak 51.5% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar variabel penelitian.

*Kata Kunci : Mobile Banking, Kepuasan Nasabah, Transaksi, Bank Mandiri Syariah.*

## *Abstract*

*This research uses quantitative research by conducting surveys to customers at Bank Mandiri Syariah KCP Siak regarding the Effect of Mobile Banking on Customer Satisfaction in Making Transactions. To prove and analyze the research, multiple linear regression analysis was used with the  $f$  test and  $t$  test. The number of samples in this study were 98 customers, the sample determination used purposive sampling techniques for customers who used Mobile Banking.*

*Data collection techniques by giving questionnaires to customers and documentation. This study is variable  $X_1$ ,  $X_2$ ,  $X_3$  and  $X_4$  are independent variables (independent variables) while variable  $Y$  is the dependent variable (bound) with data processing using multiple regression.*

*The results of multiple linear regression analysis with the SPSS version 25 program show that: (1) Speed has an effect on customer satisfaction ( $0.000 < 0.1$ ) the effect is 4.103, (2) security is not significant to customer satisfaction ( $0.382 > 0.1$ ) the amount is 0.878, (3) accuracy has an effect on customer satisfaction ( $0.000 < 0.1$ ) significant at 6.549, (4) trust is significant to customer satisfaction ( $0.002 < 0.1$ ) with a negative (-) effect of -3.173.*

*Judging from the four elements of Mobile Banking services using SPSS 25 for windows processing, namely: speed, security, accuracy and trust; it can be concluded that the effect of Mobile Banking services on customer satisfaction at Bank Mandiri Syariah KCP Siak is 51.5% and the rest is influenced by other variables outside the research variables.*

*Keywords: Mobile Banking, Customer Satisfaction, Transactions, Bank Mandiri Syariah.*

## **A. PENDAHULUAN**

Teknologi informasi begitu penting dalam dunia bisnis. Hal ini dapat dilihat dari perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang semakin maju. Tidak terkecuali sector perbankan di seluruh dunia yang mulai merasakan dampak *e-Business* ini. Dalam dunia perbankan saat ini telah di ramaikan dengan adanya fasilitas kemudahan bertransaksi secara *mobile*, hal tersebut terjadi seiring terjadi tuntutan terhadap tersedianya kemudahan dan kesederhanaan prosedur yang semakin lama semakin meningkat.

Banyak cara yang dapat di lakukan Bank dalam memenuhi kebutuhan, keinginan dan kepuasan nasabah, salah satunya yaitu dengan memberikan kesan dan citra yang baik dalam hal produk maupun pelayanan kepada nasabah. Dengan pelayanan yang baik, diharapkan nasabah akan merasa di hargai dan tidak merasa diabaikan haknya dan akhirnya nasabah

sebagai pengguna atau pelanggan dari jasa yang di tawarkan oleh Bank tersebut akan merasa puas. Bank telah memanfaatkan perkembangan teknologi informasi dalam layanan perbankannya dengan meluncurkan media layanan transaksi perbankan berbasis teknologi informasi yaitu *Mobile Banking*.

*Mobile Banking* merupakan salah satu produk setiap bank yang mengandalkan kecanggihan teknologi GPRS (General Package Radio Service) untuk memudahkan nasabahnya dalam melakukan transaksi perbankan. Layanan *Mobile Banking* membuka kesempatan bagi nasabah untuk melakukan transaksi perbankan melalui perangkat handphone. Transaksi *Mobile Banking* dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja selama 24 jam tanpa nasabah datang ke Bank atau Anjungan Tunai Mandiri (ATM), kecuali transaksi setoran dan tarik tunai.<sup>1</sup>

Gummesson dan Lovelock (2004) mengungkapkan bahwa kualitas layanan *Mobile Banking* (*Mbanking*) menjadi empat bagian yaitu :

1. *Speed*, yaitu kecepatan dan kemudahan nasabah dalam melakukan layanan *Mobile Banking*.
2. *Security*, keamanan/Jaminan kerahasiaan dalam setiap layanan *Mobile Banking*.
3. *Acuracy*, yaitu ketepatan dan keakuratan dalam memperoleh informasi mengenai *Mobile Banking*.
4. *Trust*, yaitu kepercayaan nasabah terhadap bank dimana dilakukannya layanan *Mobile Banking*.

Bank Mandiri Syariah KCP Siak merupakan salah satu bagian dari perbankan syariah yang menyediakan layanan *Mobile Banking*. Dimana layanan *Mobile Banking* yang ditawarkan oleh Bank mandiri Syariah KCP Siak memiliki berbagai fitur yang menarik seperti cek saldo, transfer, pembayaran tagihan, pembelian pulsa dan lainnya yang mampu memudahkan nasabah dalam bertransaksi. Berdasarkan hasil pra survey bahwa jumlah nasabah Bank Mandiri Syariah KCP Siak pada tahun 2020 yang telah menggunakan layanan *Mobile Banking* adalah sebanyak 4950 orang. Bagi Bank sangat penting sekali untuk mengetahui sejauh mana persepsi nasabah terhadap layanan *Mobile Banking* dan apakah dengan adanya layanan ini akan mendatangkan keuntungan dan kepuasan bagi nasabah. Karena hal terpenting bagi nasabah adalah kemudahan-kemudahan memperoleh informasi keuangan dan bertransaksi secara online, tanpa harus mengunjungi bank tempat mereka menjadi nasabah.

---

<sup>1</sup> Maryanto Supriyono, *Buku Pintar Perbankan*, (Yogyakarta : Andi, 2011),hal 65

## KAJIAN TEORI

### 1. Teori Pelayanan *Mobile Banking*

Layanan adalah kegiatan yang ditawarkan oleh organisasi atau perorangan kepada konsumen, yang bersifat tidak berwujud dan tidak dapat dimilik<sup>2</sup>dalam interaksi langsung antara seseorang dengan orang lainnya atau mesin secara fisik, dan menyediakan kepuasan pelanggan. Pelayanan merupakan perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi tercapainya kepuasan pada konsumen itu sendiri<sup>3</sup> Dalam praktiknya, planggan/nasabah yang membutuhkan sesuatu yang perlu pelayanan sesuai dengan keinginannya dibagi empat macam yaitu sebagai berikut:<sup>4</sup>

- 1) Pelanggan sangat perlu bantuan seseorang (customer service, pramuniaga atau kasir) untuk menuntun atau memperoleh informasi tentang segala sesuatu yang berhubungan dengan produk mulai dari mencari dari produk yang diinginkan, memilih produk, meminta penjelasan tentang produk sampai dengan pembayaran dikasir.
- 2) Pelanggan memerlukan bantuan hanya seperlunya saja, artinya nasabah datang kemudian mencari sendiri, memilih sendiri baru terakhir berhubungan dengan petugas pada saat membayar. Kalaupun memerlukan bantuan hanya sekedar bertanya singkat seperti tempat barangdijual.
- 3) Pelanggan membutuhkan bantuan tetapi melalui telepon, jadi dalam hal ini pelanggan tidak berhadapan langsung secara fisik dengan kita, akan tetapi hanya melaluisuara. Pelanggan/nasabah tidak perlu meminta bantuan petugas jika tidak dalam keadaan darurat, artinya yang dihadapi nasabah dalam hal ini adalah mesin seperti mesin Anjungan Tunai Mandiri (ATM).

### 2. Teori Kepuasan Nasabah

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan.<sup>5</sup>Oleh karena itu, setiap transaksi akan memberikan pengaruh terhadap kepuasan nasabah. Dengan demikian, kepuasan nasabah mempunyai dimensi waktu karena hasil akumulasi. Oleh karena itu, suatu perusahaan perlu mengutamakan kepuasan nasabah,

---

<sup>2</sup>Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah* (Bandung:Alfabeta. 2010), hal. 211

<sup>3</sup>Philip khotler, *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan dan Implementasi dan Kontrol, Jilid 1* (Jakarta: Erlangga, 2001), h. 83

<sup>4</sup>RambatLupiyoadi, *ManajemenPemasaranJasa*(Jakarta : Salemba Empat, 2001), h. 148.

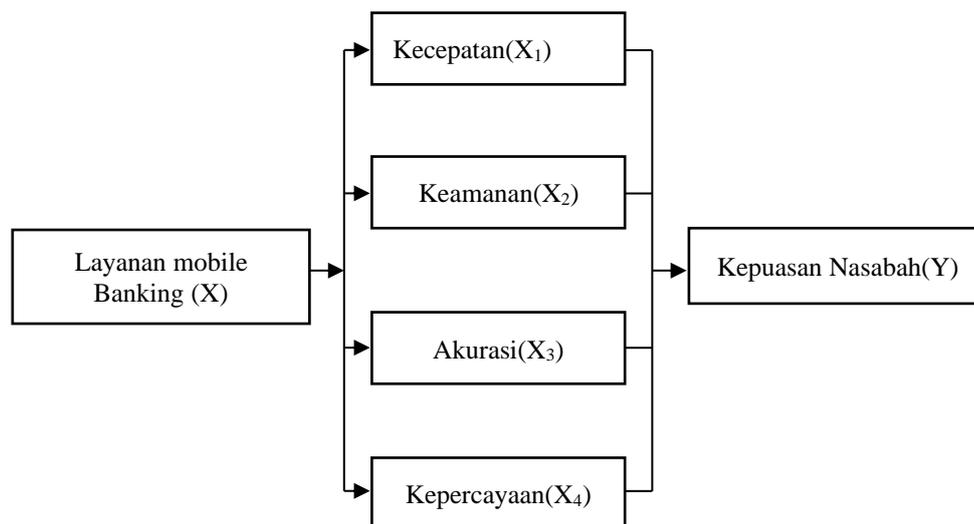
<sup>5</sup>Philip Khotler, *Manajemen Pemasaran* edisi kedua belas jilid 1, h 177

karena mempertahankan pelanggan adalah lebih penting daripada menarik pelanggan. Pelanggan yang sangat puas umumnya lebih lama setia, membeli lebih banyak ketika perusahaan memperkenalkan produk baru dan meningkatkan produksi yang ada.<sup>6</sup>

## KERANGKA PEMIKIRAN

Dalam rangka menjawab rumusan masalah, tujuan penelitian, dan menguji hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini, maka penelitian ini akan dilakukan untuk melakukan analisis terhadap kepuasan nasabah.

**Gambar2.1**  
**Kerangka Pemikiran**



Berdasarkan gambar di atas, maka dapat digambarkan sebuah model penelitian sebagai berikut :

1.  $X_1$ , menjelaskan pengaruh tentang kecepatan layanan *Mobile Banking* terhadap kepuasan nasabah.
2.  $X_2$ , menjelaskan pengaruh keamanan layanan *Mobile Banking* terhadap kepuasan nasabah.
3.  $X_3$ , menjelaskan pengaruh akurasi layanan terhadap kepuasan nasabah.
4.  $X_4$ , menjelaskan pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan nasabah.
5.  $Y$ , kepuasan nasabah yang dipengaruhi oleh  $X$

Variabel  $X_1$ ,  $X_2$ ,  $X_3$  dan  $X_4$  merupakan variabel independen (variable bebas) sedangkan variable  $Y$  adalah variable dependen (terikat)

---

<sup>6</sup>*Ibid*, h. 179

## B. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah suatu proses penelitian yang menggunakan data berupa angka sebagai alat dalam meneliti sebuah obyek. Metode yang digunakan adalah metode survey, yaitu penelitian yang mengambil sampel dari suatu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpul data yang utama<sup>7</sup>.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah yang terdaftar sebagai pengguna *Mobile Banking* pada Mandiri Syariah KCP Siak dengan jumlah 4950 nasabah. Untuk menentukan besarnya sampel, peneliti menggunakan Rumus dengan Metode Slovin. Rumus Metode Slovin adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + (N \times e^2)}$$

Dimana:

N = Ukuran sampel.

N = Populasi.

E = Error Level (tingkat kesalahan), pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir atau yang diinginkan adalah 10%.

Hasil perhitungan menunjukkan jumlah sampelyang diambil dalam penelitian ini sebanyak 98 orang nasabah yang menggunakan *Mobile Banking*. Teknik pengambilan sampelyang di gunakan dalam penelitian ini adalah *Purposive Sampling*. Artinya setiap individu yang digunakan sebagai sampel dipilih dengan sengaja berdasarkan pertimbangan tertentu, misalnya karakteristik dari responden itu sendiri.

## C. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

#### a) Profil Bank Mandiri Syariah

PT. Bank Mandiri Syariah didirikan pada tanggal 25 Oktober 1999 dan mulai beroperasi pada tanggal 1 November 1999. Modal dasar pendirian Bank Mandiri Syariah sebesar Rp 2,5triliun rupiah dengan modal disetor sebesar Rp1.489.021.935.000,-(satu

---

<sup>7</sup>Ibid, h 147.

triliun empat ratus delapan puluh sembilan miliar dua puluh satu juta sembilan ratus tiga puluh lima ribu). Dengan modal sebesar itu sampai Desember 2015 aset Bank Mandiri Syariah mencapai Rp. 70,37 triliun.

Bank Mandiri Syariah telah memiliki total kantor cabang mencapai 773 kantor yang semuanya tersebar di 33 provinsi di Indonesia. Selain itu Bank Mandiri Syariah juga memiliki jaringan ATM sejumlah 182.156 ATM Bank Mandiri Syariah, ATM Mandiri, ATM Bersama termasuk ATM Mandiri dan ATM Bank Mandiri Syariah, ATM Prima dan MEPS.

Sampai saat ini, hampir 100 persen Bank Mandiri Syariah masih milik Bank Mandiri. Hanya satu lembar saham yang dimiliki oleh Mandiri Sekuritas. Ini membuktikan bahwa Bank Mandiri Syariah merupakan salah satu bank dengan prinsip syariah terbesar di Indonesia.

#### **b) Visi dan Misi Bank Mandiri Syariah**

Visi dari Bank Mandiri Syariah adalah “Bank Syariah Terdepan dan Modern”, menjadi bank syariah yang selalu unggul di antara pelaku industri perbankan syariah di Indonesia pada segmen consumer, mikro, Small Medium Enterprise (SME), commercial, dan corporate dengan sistem layanan dan teknologi mutakhir yang melampaui harapan nasabah.

Adapun misi untuk mencapai visi tersebut, sebagai berikut:

- a. Mewujudkan pertumbuhan dan keuntungan di atas rata-rata industri yang berkesinambungan.
- b. Meningkatkan kualitas produk dan layanan berbasis teknologi yang melampaui harapan nasabah.
- c. Mengutamakan penghimpunan dana murah dan penyaluran pembiayaan pada segmen ritel.
- d. Mengembangkan bisnis atas dasar nilai-nilai syariah universal.
- e. Mengembangkan manajemen talenta dan lingkungan kerja yang sehat.
- f. Meningkatkan kepedulian terhadap masyarakat dan lingkungan

#### **c) Sekilas Tentang Mandiri Syariah *Mobile Banking* (MSM)**

Mandiri Syariah Mobile (MSM) adalah layanan melalui saluran distribusi elektronik Bank untuk mengakses rekening yang dimiliki nasabah di Bank melalui jaringan komunikasi dengan sarana telepon seluler atau komputer tablet

#### Karakteristik Layanan MSM:

- a. Layanan MSM diperuntukkan bagi nasabah perorangan
- b. Fasilitas layanan MSM antara lain: informasi dan fitur tambahan, transfer dana, pembayaran, pembelian Bank Mandiri Syariah call, Buka Rekening untuk nasabah existing, e-money, QR Pay
- c. Pendaftaran dapat dilakukan melalui Outlet Bank atau mesin ATM Bank Mandiri Syariah

#### Jenis Layanan Mandiri Syariah Mobile:

- a. Informasi rekening, portofolio, saldo e-Money dan kurs, daftar mutasi, dan tanggal mutasi
- b. Transaksi transfer (antar rekening Bank Mandiri Syariah, Non Bank Mandiri Syariah, QRIS, tarik tunai).
- c. Transaksi pembayaran (Tagihan PLN, Telepon/HP, Institusi Pendidikan, Tiket, Asuransi, e-commerce, Internet/TV Cable, zakat/infaq, wakaf, BPJS, PDAM, Haji dan Umrah, Penerimaan Negara (MPN), Multi Payment).
- d. Transaksi pembelian (Voucher HP, Token PLN, Top up dan Update saldo e-money, paket data).
- e. Ziswaf (zakat, infaq, qakaf, donasi, jadi berkah, kalkulator zakat)
- f. Buka rekening (tabungan mabrur, tabungan mudharabah, tabungan wadiah)
- g. Tarik tunai
- h. Layanan islami (juz amma, juz amma per ayat, asmaul husna, hikmah)
- i. Fitur Islami (Jadwal Sholat, Lokasi Masjid, arah Kiblat dan Hikmah)
- j. Lokasi kantor cabang dan ATM Bank Mandiri Syariah/Mandiri terdekat.
- k. Bagikan bukti transaksi ke media sosial.
- l. Simpan transaksi menjadi menu favorit
- m. Pengaturan akun *Mobile Banking*: Perubahan PIN/Bahasa, menu favorit. (Transaksi juga dapat dilakukan langsung dari menu favorit) dan Pendaftaran Alamat Email Notifikasi Transaksi

Layanan transaksi perbankan melalui jaringan internet dengan alamat "<https://BankMandiriSyariahnet.syariahmandiri.co.id>" yang dapat digunakan oleh nasabah

## 2. DISTRIBUSI TANGGAPAN RESPONDEN

Pengaruh kepercayaan dan kualitas layanan pada *Mobile Banking* terhadap kepuasan nasabah akan dilihat dari masing-masing variable.

a. Variabel Kecepatan (X1)

Merupakan kecepatan dan kemudahan nasabah dalam melakukan layanan *Mobile Banking*. Dapat dilihat pada table di bawah ini :

**Tabel 1**  
**Tanggapan Responden Pernyataan Persepsi Kemudahan (Kecepatan) X<sub>1</sub>**

No	Pernyataan	SS		S		RR		TS		STS		Total
		Res	%	Res	%	Res	%	Res	%	Res	%	
<b>Kecepatan akses layanan M-Banking</b>												
1	Menggunakan <i>Mobile Banking</i> karena menu <i>Mobile Banking</i> mudah dipelajari dan mudah dimengerti.	43	43.88	55	56.12							100
2	<i>Mobile Banking</i> sangat mudah untuk dioperasikan karena saya merasa mampu menggunakan internet untuk bertransaksi.	21	21.43	73	74.49	4	4.08					100
<b>Kecepatan penerimaan informasi terbaru dengan Mobile Banking</b>												
3	Melalui <i>Mobile Banking</i> saya mendapatkan informasi yang di butuhkan.	15	15.31	83	84.69							100
4	Dengan menggunakan layanan <i>Mobile Banking</i> dapat melakukan transaksi dengan praktis.	20	20.41	66	67.35			12	12.24			100
Rata - Rata		25	25.26	69	70.66	4	4.08	12	12.24			28

Sumber: Data diolah, 2020.

Distribusi jawaban responden berdasarkan tabel 1, dapat terlihat rata-rata tanggapan responden pada dimensi kecepatan layanan, rata-rata jawaban responden menunjukkan; sangat setuju (25,26%), setuju (70,66%), ragu-ragu (4,08%), tidak setuju (12,24%) dan sangat tidak setuju (0%).

b. Variabel Keamanan (X2)

Merupakan jaminan kerahsiaan dalam setiap layanan *M-Banking*. Seperti kita lihat pada table di bawah ini :

**Tabel 2**  
**Distribusi Jawaban Responden Pernyataan Persepsi Sikap (Keamanan) X<sub>2</sub>**

No	Pernyataan	SS		S		RR		TS		STS		Total
		Res	%									
<b>Keamanan dalam menggunakan layanan M-Banking</b>												

5	Saya menerima otorisasi akses login pada layanan <i>Mobile Banking</i> untuk keamanan account saya	29	29.59	62	63.27	7	7.14					100
6	Saya menerima model penyandian (PIN) pada layanan <i>Mobile Banking</i> untuk keamanan account saya	15	15.31	83	84.69							100
<b>Ketiadaan manipulasi informasi yang di terima nasabah.</b>												
7	Saya menolak ditampilkannya jika tidak ditampilkannya bukti transaksi pada layanan <i>Mobile Banking</i>			79	80.61	15	15.31	4	4.08			100
8	Saya menolak pembatasan hak atas mengakses layanan <i>Mobile Banking</i>	8	8.16	60	61.22	26	26.53	4	4.08			100
Rata - Rata		17	17.69	71	72.45	16	16.33	4	4.08			28

Sumber: Data diolah, 2020.

Distribusi jawaban responden berdasarkan tabel 2 dapat terlihat rata-rata tanggapan responden pada dimensi keamanan layanan, rata-rata jawaban responden menunjukkan; sangat setuju (17,69%), setuju (72,45%), ragu-ragu (16,33%), tidak setuju (4,08%) dan sangat tidak setuju (0%).

c. Variabel Keakurasian (X3)

Merupakan ketepatan dan keakuratan dalam memperoleh informasi mengenai *M-Banking*. Dapat kita lihat seperti tabel di bawah ini :

**Tabel 3**  
**Distribusi Jawaban Respon Pernyataan Persepsi Kemudahan Penggunaan (Keakurasian) X<sub>3</sub>**

No	Pernyataan	SS		S		RR		TS		STS		Total
		Res	%	Res	%	Res	%	Res	%	Res	%	
<b>ketepatan pesan konfirmasi yang di terima nasabah</b>												
9	Ketepatan transaksi menggunakan <i>Mobile Banking</i> sangat baik.	46	46.94	52	53.06							100
10	<i>Mobile banking</i> menjaga kerahasiaan data nasabah.	32	32.65	56	57.14	10	10.20					100
<b>Kejelasan informasi yang di terima.</b>												
11	<i>Mobile Banking</i> menyediakan informasi yang cukup jelas.	35	35.71	30	30.61	29	29.59	4	4.08			100
12	<i>Mobile Banking</i> dapat digunakan dengan mudah diakses dibandingkan internet <i>Banking</i>	16	16.33	59	60.20	19	19.39	4	4.08			100
Rata - Rata		32	32.91	49	50.26	19	19.73	4	4.08			27

Sumber: Data diolah, 2020.

Distribusi jawaban responden disajikan berdasarkan tabel 3, dapat terlihat rata-rata tanggapan responden pada dimensi keakurasian layanan, rata-rata jawaban responden menunjukkan; sangat setuju (32,91%), setuju (50,26%), ragu-ragu (19,73%), tidak setuju (4,08%) dan sangat tidak setuju (0%).

d. Variabel Kepercayaan (X4)

Merupakan kepercayaan nasabah terhadap bank dimana dilakukannya

Dapat kita lihat seperti tabel di bawah ini :

**Tabel 4**  
**Distribusi Jawaban Responden Pernyataan Persepsi Penggunaan (Kepercayaan) X4**

No	Pernyataan	SS		S		RR		TS		STS		Total
		Res	%	Res	%	Res	%	Res	%	Res	%	
<b>Kepercayaan terhadap kredibilitas Bank</b>												
13	<i>Mobile Banking</i> tidak mengandung unsur <i>penipuan</i> dalam melakukan transaksi.	24	24.49	68	69.39	6	6.12					100
14	<i>Mobile Banking</i> memberikan keamanan data transaksi yang dilakukan.	14	14.29	65	66.33	18	18.37	1	1.02			100
15	Saya menggunakan layanan <i>Mobile Banking</i> hampir setiap hari	7	7.14	33	33.67	34	34.69	8	8.16	16	16.33	100
16	Menanggung dan merespon kerugian nasabah apabila terjadi kesalahan pada layanan <i>Mobile Banking</i> .			54	55.10	36	36.73	3	3.06	5	5.10	100
Rata - Rata		15	15.31	55	56.12	24	23.98	4	4.08	11	10.71	25

Sumber: Data diolah, 2020.

Distribusi jawaban responden berdasarkan tabel 4, dapat terlihat rata-rata tanggapan responden pada dimensi kepercayaan, rata-rata jawaban responden menunjukkan; sangat setuju (15,31%), setuju (56,12%), ragu-ragu (23,98%), tidak setuju (4,08%) dan sangat tidak setuju (10,71%).

e. Variabel Kepuasan Nasabah

**Tabel 5**  
**Distribusi Jawaban Responden Pernyataan Persepsi Kepuasan (Nasabah) Y**

No	Pernyataan	SS		S		RR		TS		STS		Total
		Res	%	Res	%	Res	%	Res	%	Res	%	
17	Dengan menggunakan <i>Mobile Banking</i> memudahkan proses transaksi	46	46.94	34	34.69	18	18.37					100
18	Menggunakan <i>Mobie Banking</i> sangat flaksibel karena dapat di lakukan dimana saja.	8	8.16	50	51.02	34	34.69	6	6.12			100
19	Menggunakan <i>Mobile Banking</i> dapat menghemat waktu transaksi.	8	8.16	61	62.24	24	24.49	5	5.10			100
20	<i>Mobile Banking</i> menguntungkan bagi nasabah.			13	13.27	55	56.12	8	8.16	22	22.45	100
Rata - Rata		21	21.09	40	40.31	33	33.42	6	6.46	22	22.45	25

Sumber: Data diolah, 2020.

Distribusi jawaban responden berdasarkan tabel 5, dapat terlihat rata-rata tanggapan responden pada dimensi kepercayaan, rata-rata jawaban responden menunjukkan; sangat setuju (21,09%), setuju (40,31%), ragu-ragu (33,42%), tidak setuju (6,46%) dan sangat tidak setuju (22,45%).

Berdasarkan jawaban responden tersebut, responden lebih dominan memberikan penilaian baik terhadap dimensi pengaruh pelayanan yang terdapat pada *Mobile Banking* Bank Mandiri Syariah sebesar 51,4% walaupun masih ada responden yang memberikan penilaian yang kurang baik tapi tidak terlalu tinggi sebesar 14,5%, sementara sisanya masih menjawab dengan keragu-raguan sebesar 19.5%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden setuju bahwa dimensi kualitas pelayanan yang terdapat padanb *Mobile Banking* Bank Mandiri Syariah dinilai cukup baik.

#### d) Deskripsi Hasil Uji Kualitas Data

Berdasarkan analisa regresi linear berganda yang di gunakan dengan memasukkan unsur variable kecepatan,keamanan,akurasi,kepercayaan menunjukkan adanya pengaruh terhadap kepuasan nasabah.Hasil analisis data selengkapnya di sajikan sebagai berikut:

$$Y = -3.403 + 0.560X_1 + 0.120X_2 + 0.693X_3 - 0.349X_4 + e$$

Konstanta (*a*) sebesar -3.403; artinya apabila kepercayaan nasabah dan kualitas layanan *Mobile Banking* tidak atau nilainya adalah 0, maka kepuasan nasabah terhadap *Mobile Banking* Bank Mandiri Syariah nilainya sebesar -3.403.

##### 1. Hasil Uji Validitas

Validitas adalah pengukuran yang menunjukkan tingkat ketepatan (kesahihan) ukuran suatu instrumen terhadap konsep yang diteliti (Suharso,2009). . Pada penelitian ini, peneliti menggunakan rumus  $df = n - 2$ , jadi  $98 - 2 = 96$  dan didapati nilai 0,1671 sebagai r tabel. Berikut ini adalah hasil uji validitas pada variabel penelitian.

##### 1) Hasil Pelayanan Kecepatan ( $X_1$ )

**Tabel 6**  
**Hasil Pelayanan Kecepatan ( $X_1$ )**  
Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	TOTAL_X1
X1.1	Pearson Correlation	1	.153	.367**	.365**	.645**
	Sig. (2-tailed)		.131	.000	.000	.000
	N	98	98	98	98	98

X1.2	Pearson Correlation	.153	1	.621**	.225*	.617**
	Sig. (2-tailed)	.131		.000	.026	.000
	N	98	98	98	98	98
X1.3	Pearson Correlation	.367**	.621**	1	.396**	.749**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	98	98	98	98	98
X1.4	Pearson Correlation	.365**	.225*	.396**	1	.811**
	Sig. (2-tailed)	.000	.026	.000		.000
	N	98	98	98	98	98
TOTAL_X1	Pearson Correlation	.645**	.617**	.749**	.811**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	98	98	98	98	98

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

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

Pada tabel 6 dapat dilihat bahwa dari 20 butir pertanyaan yang diberikan kepada 98 responden memiliki nilai r hitung yang lebih besar dari r tabel sebesar 0,1671 yang berarti semua item pertanyaan dinyatakan valid.

## 2) Hasil Pelayanan Keamanan (X<sub>2</sub>)

**Tabel 7**  
**Hasil Pelayanan Keamanan (X<sub>2</sub>)**  
Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	TOTAL_X2
X2.1	Pearson Correlation	1	.183	.112	.351**	.662**
	Sig. (2-tailed)		.071	.271	.000	.000
	N	98	98	98	98	98
X2.2	Pearson Correlation	.183	1	.195	-.086	.364**
	Sig. (2-tailed)	.071		.054	.398	.000
	N	98	98	98	98	98
X2.3	Pearson Correlation	.112	.195	1	.509**	.708**
	Sig. (2-tailed)	.271	.054		.000	.000
	N	98	98	98	98	98
X2.4	Pearson Correlation	.351**	-.086	.509**	1	.786**
	Sig. (2-tailed)	.000	.398	.000		.000
	N	98	98	98	98	98
TOTAL_X2	Pearson Correlation	.662**	.364**	.708**	.786**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	98	98	98	98	98

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

Pada tabel 7 dapat dilihat bahwa dari 20 butir pertanyaan yang diberikan kepada 98 responden memiliki nilai r hitung yang lebih besar dari r tabel sebesar 0,1671 yang berarti semua item pertanyaan dinyatakan valid.

### 3) Hasil Pelayanan Akurasi (X<sub>3</sub>)

**Tabel 8**  
**Hasil Pelayanan Akurasi (X<sub>3</sub>)**  
Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	TOTAL_X3
X3.1	Pearson Correlation	1	.455**	-.228*	-.024	.336**
	Sig. (2-tailed)		.000	.024	.814	.001
	N	98	98	98	98	98
X3.2	Pearson Correlation	.455**	1	.284**	.104	.709**
	Sig. (2-tailed)	.000		.005	.308	.000
	N	98	98	98	98	98
X3.3	Pearson Correlation	-.228*	.284**	1	.250*	.691**
	Sig. (2-tailed)	.024	.005		.013	.000
	N	98	98	98	98	98
X3.4	Pearson Correlation	-.024	.104	.250*	1	.599**
	Sig. (2-tailed)	.814	.308	.013		.000
	N	98	98	98	98	98
TOTAL_X3	Pearson Correlation	.336**	.709**	.691**	.599**	1
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.000	
	N	98	98	98	98	98

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

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

Pada tabel 8 dapat dilihat bahwa dari 20 butir pertanyaan yang diberikan kepada 98 responden memiliki nilai r hitung yang lebih besar dari r tabel sebesar 0,1671 yang berarti semua item pertanyaan dinyatakan valid.

### 4) Hasil Pelayanan Kepercayaan (X<sub>4</sub>)

**Tabel 9**  
**Hasil Pelayanan Kepercayaan (X<sub>4</sub>)**  
Correlations

		X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	TOTAL_X4
X4.1	Pearson Correlation	1	.230*	-.038	-.063	.305**
	Sig. (2-tailed)		.023	.707	.536	.002
	N	98	98	98	98	98
X4.2	Pearson Correlation	.230*	1	.399**	-.162	.572**
	Sig. (2-tailed)	.023		.000	.111	.000
	N	98	98	98	98	98
X4.3	Pearson Correlation	-.038	.399**	1	.214*	.836**
	Sig. (2-tailed)	.707	.000		.034	.000
	N	98	98	98	98	98
X4.4	Pearson Correlation	-.063	-.162	.214*	1	.485**
	Sig. (2-tailed)	.536	.111	.034		.000
	N	98	98	98	98	98
TOTAL_X4	Pearson Correlation	.305**	.572**	.836**	.485**	1
	Sig. (2-tailed)	.002	.000	.000	.000	
	N	98	98	98	98	98

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

Pada tabel 9 dapat dilihat bahwa dari 20 butir pertanyaan yang diberikan kepada 98 responden memiliki nilai r hitung yang lebih besar dari r tabel sebesar 0,1671 yang berarti semua item pertanyaan dinyatakan valid.

## 5) Hasil Kepuasan Nasabah (Y)

**Table 10**  
**Hasil Kepuasan Nasabah (Y)**  
Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	TOTAL_Y
Y1	Pearson Correlation	1	.147	-.210*	.057	.362**
	Sig. (2-tailed)		.150	.038	.575	.000
	N	98	98	98	98	98
Y2	Pearson Correlation	.147	1	.539**	.619**	.843**
	Sig. (2-tailed)	.150		.000	.000	.000
	N	98	98	98	98	98
Y3	Pearson Correlation	-.210*	.539**	1	.487**	.647**
	Sig. (2-tailed)	.038	.000		.000	.000
	N	98	98	98	98	98
Y4	Pearson Correlation	.057	.619**	.487**	1	.840**
	Sig. (2-tailed)	.575	.000	.000		.000
	N	98	98	98	98	98
TOTAL_Y	Pearson Correlation	.362**	.843**	.647**	.840**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	98	98	98	98	98

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

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

Pada tabel 10 dapat dilihat bahwa dari 20 butir pertanyaan yang diberikan kepada 98 responden memiliki nilai r hitung yang lebih besar dari r tabel sebesar 0,1671 yang berarti semua item pertanyaan dinyatakan valid

## 2. Hasil Uji Asumsi Klasik

### a) Uji Autokorelasi

Pengujian ini dilakukan untuk menguji suatu model apakah antara variabel pengganggu masing-masing variabel bebas saling mempengaruhi. Adapun hasil pengujian autokorelasi adalah sebagai berikut:

**Tabel 11**  
**Hasil Uji Autokorelasi**  
**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.717 <sup>a</sup>	.515	.494	1.532	1.624

a. Predictors: (Constant), Kepercayaan\_X4, Keamanan\_X2, Akurasi\_X3, Kecepatan\_X1

b. Dependent Variable: Nasabah\_Y

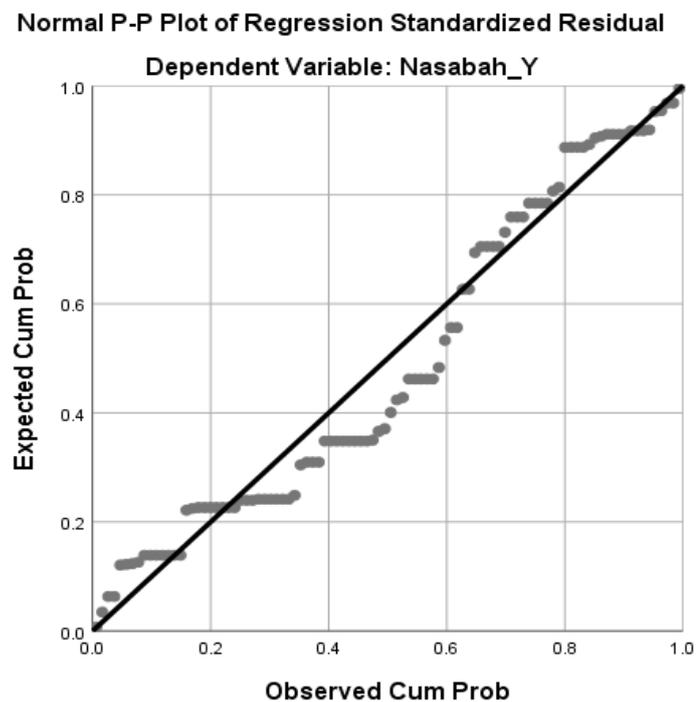
Berdasarkan tabel 11 dari hasil pengujian dengan menggunakan uji durbin watson di atas, residual persamaan regresi diperoleh angka d-hitung sebesar 1.624. Jadi berdasarkan nilai uji statistik durbin watson dalam penelitian ini berada di atas satu dan di bawah tiga (1.624) sehingga tidak terjadi autocorrelation.

b) Hasil Uji Normalitas

Tujuan uji normalitas adalah untuk mengetahui apakah distribusi sebuah data mengikuti atau mendekati distribusi normal. Uji normalitas data dengan menggunakan pengolahan SPSS 25 for windows menghasilkan grafik sebagai berikut:

**Gambar 1**

**Hasil Uji Normalitas**



Sumber: Data diolah, 2020

Dari grafik P-P Plot pada gambar 1 di atas terlihat bahwa sebaran data memusat pada nilai rata-rata dan median atau nilai P-P Plot terletak di garis diagonal, maka dapat dikatakan bahwa data penelitian ini memiliki penyebaran dan terdistribusi normal. Adapun hasil perhitungan normalitas secara statistik yang dilihat berdasarkan uji Kolmogorov-Smirnov adalah sebagai berikut:

**Tabel 12**  
**Hasil Uji Normalitas**  
**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		98
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.19882613
Most Extreme Differences	Absolute	.130
	Positive	.130
	Negative	-.089
Test Statistic		.130
Asymp. Sig. (2-tailed)		.000 <sup>c</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Pada tabel 12, diperoleh hasil pengolahan SPSS uji normalitas didapat nilai Kolmogorov-Smirnov test sebesar 0.130 dengan nilai signifikansi 0,000 di atas 0.1 dan mendekati 0, maka nilai residual terdistribusi secara normal atau memenuhi asumsi klasik.

c) Hasil Uji Multikolinearitas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen) (Ghozali, 2013:105). Untuk melihat hasil uji multikolinieritas, berikut peneliti sajikan dalam tabel 4.19:

**Tabel 13**  
**Hasil Uji Multikolinearitas**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-3.403	2.321		-1.466	.146		
	Kecepatan_X1	.560	.136	.407	4.103	.000	.530	1.886
	Keamanan_X2	.120	.137	.078	.878	.382	.667	1.499
	Akurasi_X3	.693	.106	.535	6.549	.000	.782	1.279
	Kepercayaan_X4	-.349	.110	-.303	-3.173	.002	.574	1.744

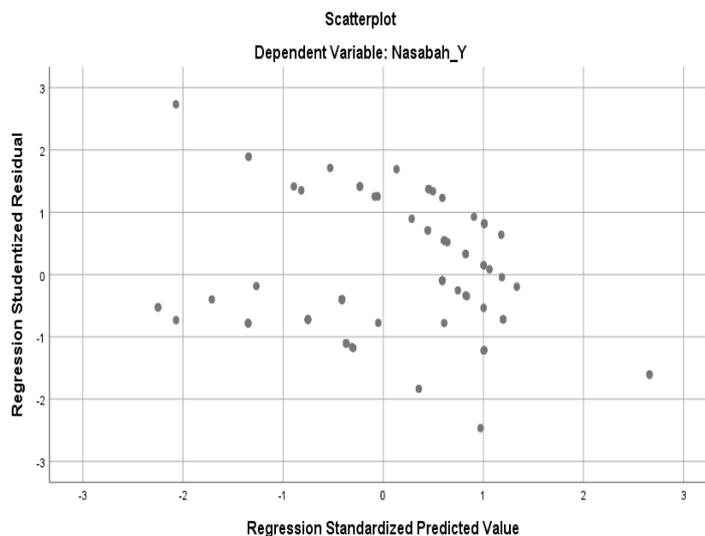
a. Dependent Variable: Nasabah\_Y

Dapat dilihat dari tabel 13 di atas, nilai tolerance Kecepatan ( $X_1$ ) sebesar 0,530, ) Keamanan ( $X_2$ ) sebesar 0,667, Akurasi ( $X_3$ ) sebesar 0,782 dan Kepercayaan ( $X_4$ ) sebesar 0,574. Hasil perhitungan nilai toleransi menunjukkan tidak adanya variable independen yang memiliki nilai toleransi  $< 0,10$ , yang berarti tidak korelasi antara variable independen. Kemudian nilai VIF Kecepatan ( $X_1$ ) sebesar 1,886, Keamanan ( $X_2$ ) sebesar 1,499, Akurasi ( $X_3$ ) sebesar 1,279 dan Kepercayaan ( $X_4$ ) sebesar 1,744 seluruhnya kurang dari nilai VIF 10,0. Maka dapat disimpulkan bahwa model persamaan regresi tidak terdapat masalah multikolinearitas dan dapat digunakan dalam penelitian ini.

d) Hasil Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain (Ghozali, 2013:139). Untuk melihat hasil uji heterokedastisitas penelitian ini, berikut peneliti sajikan gambar 2 di bawah ini :

**Gambar 2**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas**



Sumber: Data diolah, 2020.

Berdasarkan gambar 2, grafik scatterplot menunjukkan bahwa data tersebar di atas dan di bawah angka 0 (nol) pada sumbu Y dan tidak terdapat suatu pola yang jelas pada penyebaran data tersebut. Hal ini berarti tidak terjadi heteroskedastisitas pada model persamaan.

### 3. Hasil Uji Hipotesis

a) Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan analisis regresi linier berganda. Untuk mempermudah dalam menganalisis data, semua pengolahan data akan dilakukan dengan menggunakan program SPSS (Statistical Package for Sosial Science) for windows version 25. Hasil Uji Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependen.

Hasil uji pengaruh variabel kepercayaan nasabah dan kualitas layanan secara parsial terhadap kepuasan nasabah *Mobile Banking* Bank Mandiri Syariah dapat dilihat pada tabel 4.21 berikut:

**Tabel 14**  
**Uji Parsial**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-3.403	2.321		-1.466	.146
	Kecepatan_X1	.560	.136	.407	4.103	.000
	Keamanan_X2	.120	.137	.078	.878	.382
	Akurasi_X3	.693	.106	.535	6.549	.000
	Kepercayaan_X4	-.349	.110	-.303	-3.173	.002

a. Dependent Variable: Nasabah\_Y

Berdasarkan tabel 14 di atas dapat diketahui nilai t hitung dari setiap variabel.

1) Pengaruh kecepatan layanan terhadap kepuasan nasabah

Berdasarkan tabel dapat diperoleh nilai t hitung sebesar 4,103 dengan nilai Sig. sebesar 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa nilai t hitung lebih besar dari pada nilai t tabel 1,661 dan nilai Sig. lebih kecil dari pada 0,1, dengan demikian  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya variabel kepercayaan nasabah berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

2) Pengaruh keamanan layanan terhadap kepuasan nasabah

Berdasarkan tabel dapat diperoleh nilai t hitung sebesar 0.878 dengan nilai Sig. sebesar 0,382. Hal ini menunjukkan bahwa nilai t hitung lebih kecil dari pada nilai t tabel 1,661 dan nilai Sig. lebih besar daripada 0,01, dengan demikian  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Artinya variabel keamanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

3) Pengaruh akurasi layanan terhadap kepuasan nasabah

Berdasarkan tabel dapat diperoleh nilai t hitung sebesar 6.549 dengan nilai Sig. sebesar 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa nilai t hitung lebih besar dari pada nilai t tabel 1,661 dan nilai Sig. lebih kecil daripada 0,1, dengan demikian  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya variabel keamanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

4) Pengaruh kepercayaan nasabah terhadap kepuasan nasabah

Berdasarkan tabel dapat diperoleh nilai t hitung sebesar -3.173 dengan nilai Sig. sebesar 0,002. Hal ini menunjukkan bahwa nilai t hitung lebih kecil dari pada nilai t tabel 1,661 dan nilai Sig. lebih kecil daripada 0,1, dengan demikian  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Artinya variabel keamanan berpengaruh negative terhadap kepuasan nasabah.

b) Hasil Uji Koefisien Determinasi (Uji  $R^2$ )

Koefisien Determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Untuk lebih jelas, peneliti telah sajikan dalam tabel 4.23 berikut:

**Tabel 15**  
**Hasil Uji Koefisien Determinasi**  
**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.717 <sup>a</sup>	.515	.494	1.532

a. Predictors: (Constant), Kepercayaan\_X4, Keamanan\_X2, Akurasi\_X3, Kecepatan\_X1

Berdasarkan tabel 15 diatas diperoleh angka  $R^2$  (R Square) sebesar 0,515 atau (51,5%). Hal ini menunjukkan bahwa persentase sumbangan pengaruh variable kecepatan ( $X_1$ ), keamanan ( $X_2$ ), akurasi ( $X_3$ ) dan kepercayaan ( $X_4$ ) secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah terhadap variabel kepuasan nasabah sebesar 51,5%. Atau variasi variabel independen yang digunakan dalam model mampu menjelaskan sebesar 51,5%% variasi variabel dependen. Sedangkan

sisanya sebesar 45,5% dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini

## **D. KESIMPULAN**

### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan rumusan masalah dan hasil uji hipotesis yang telah diajukan dengan model analisis regresi linier berganda maka dapat ditarik disimpulkan sebagai berikut:

1. Kecepatan ( $X_1$ ) layanan nasabah sebesar 4,103 yang berarti berpengaruh terhadap variabel kepuasan nasabah.
2. Keamanan ( $X_2$ ) layanan, diketahui nilai t hitung sebesar 0.878 sehingga variabel ini tidak pengaruh terhadap variabel kepuasan nasabah.
3. Akurasi ( $X_3$ ) layanan, diketahui nilai t hitung sebesar 6.549 sehingga variabel ini berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.
4. Kepercayaan ( $X_4$ ) nasabah, diketahui nilai t hitung sebesar -3.173 sehingga variabel ini pengaruh negative yang terhadap kepuasan nasabah.

### **B. Saran**

Saran yang dapat disampaikan adalah sebagai berikut:

- a. Menyampaikan informasi yang jelas, akurat dan terpercaya terkait penggunaan *Mobile Banking* yang ditawarkan oleh pihak bank dan disertai dengan produk layanan *Mobile Banking* yang cepat, aman, akurat dan terpercaya kepada nasabahnya.
- b. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi dan dokumentasi bagi pihak kampus sebagai bahan acuan penelitian selanjutnya dalam melakukan penelitian yang berkaitan dengan kepuasan nasabah pada perusahaan perbankan, meskipun penelitian ini jauh dari kesempurnaan dan banyak kekurangannya.

## **REFERENSI**

Al Arif, Nur Rianto. 2010. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, Bandung :Alfabeta.

*Al Qur'an dan Terjemahannya*. 1998. Semarang: Asy Syifa.

Anantadjaya, S. P., Nawangwulan, I. M., Candra, E., Widyaswati, R., & Choerudin, A. (2023).

Pengaruh Financial Capabilities, Networking Terhadap Kinerja Usaha UMKM di Kota

- Sukabumi Melalui Intellectual Capital. *Jurnal Bisnisan: Riset Bisnis dan Manajemen*, 5(1), 16-32.
- Antonio M Syafe'i. 2001. *Bank Syariah dan Teori Kepraktek*, Jakarta: Gema Insani Press.
- Burhan, Bugin. 2005. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana.
- Candra, E. (2021). Pengaruh Good Corporate Governance Terhadap Kinerja Keuangan Bank Syariah. *Jurnal Ar-Ribhu*, 4(1), 169-194.
- Haryadi, Sarjono dan Winda Julianita. 2011. *SPSSVS LISREL sebuah pengantar, aplikasi untuk riset*, Jakarta: Salemba empat.
- Heri Sudarsono. 2005. *Bank dan lembaga keuangan Syariah Deskripsi dan Ilustrasi* edisi 3, Yogyakarta: Ekonisia.
- Irwan. 2004. *Indonesia Customer Satisfaction* Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Kasmir, 2004 *Pemasaran Bank*, edisi pertama cetakan kedua, Jakarta : Kencana.
- Maryanto Supriyono, *Buku Pintar Perbankan*, (Yogyakarta : Andi, 2011), hal 65
- Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah* (Bandung: Alfabeta. 2010), hal. 211
- Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan dan Implementasi dan Kontrol*, Jilid 1 (Jakarta: Erlangga, 2001),
- Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa* (Jakarta : Salemba Empat, 2001), h. 148.
- Ratnawita, R., Aprila, B. N., Candra, E., & Kespandiar, T. (2023). The Influence of Service Quality, Customer Value and Customer Expectations on Customer Satisfaction of Commuter Line Train Services. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi)*, 9(2), 322-326.
- Ratnawita, R., Aprila, B. N., Candra, E., & Kespandiar, T. (2023). The Influence of Service Quality, Customer Value and Customer Expectations on Customer Satisfaction of Commuter Line Train Services. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi)*, 9(2), 322-326.
- Septimadona, Y. (2023). Perilaku Konsumen Berdasarkan Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Warga Komplek Perumahan Pemda Kelurahan Kampung Rempak Kecamatan Siak Kabupaten Siak). *Al-Hasyimiyah: Jurnal Ekonomi Syariah*, 2(01).
- Suharyat, Y., Risdwiyanto, A., Hertini, E. S., Candra, E., & Hadi, A. J. Pengenalan Produk UMKM Melalui Program Pendidikan dan Pelatihan untuk Masyarakat Sekitar.
- Supriatna, D., Candra, E., Adinugroho, I., Nasution, M. A., & Yanti, N. (2023). Pengaruh Kinerja UMKM Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Sukabumi. *Sanskara Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 1(02), 43-53.

- Wardana, A., & Setyawan, R. (2022). Peran Dagang Untuk Mengentaskan Masalah Ekonomi Dalam Kacamata Islam. *Jurnal Ar-Ribhu*, 5(2), 403-412.
- Yanti, N. (2021). Analisa Swot Terhadap Strategi Pengembangan Usaha Pada Raja Katering Pekanbaru Dan Ditinjau Dari Segi Bisnis Islam. *Jurnal Ar-Ribhu*, 4(2), 293-300.
- Yessy Septrimadona, S. P. (2022). Implementasi Program Pemberdayaan Peternak Mustahik Melalui Balai Ternak Baznas Kabupaten Siak Tahun 2021. *Al-Hasyimiyah: Jurnal Ekonomi Syariah*, 1(2).
- Yessy Septrimadona, S. P., & Nurul Aries Safitri, S. E. (2022). Transaksi Jual Beli Ampah Dengan Sistem Menabung Dalam Perspektif Islam (Studi Pada Bank Sampah Induk Pelangi Di Kelurahan Kampung Rempak Kecamatan Siak Kabupaten Siak). *Al-Hasyimiyah: Jurnal Ekonomi Syariah*, 1(1), 1-27.