

**ANALISIS KUALITAS PELAYANAN DIGITAL APLIKASI BSI *MOBILE*  
DENGAN PENDEKATAN *IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS*  
(IPA) DAN *CUSTOMER SATISFACTION INDEX* (CSI)**

**SKRIPSI**

**Diajukan Kepada  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta  
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna  
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi**



**Oleh:**

**AHMAD ZAINAL ARIFIN  
NIM. 18.52.31.270**

**PROGRAM STUDY PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN MAS SAID SURAKARTA  
2023**

ANALISIS KUALITAS PELAYANAN DIGITAL APLIKASI BSI *MOBILE*  
DENGAN PENDEKATAN *IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS* (IPA)  
DAN *CUSTOMER SATISFACTION INDEX* (CSI)

SKRIPSI

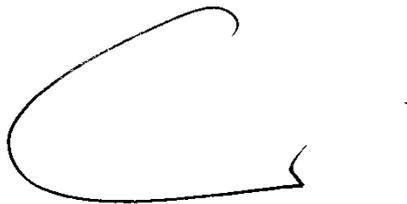
Diajukan Kepada  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta  
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna  
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

Oleh:

Ahmad Zainal Arifin  
NIM. 18.52.31.270

Surakarta, 06 Januari 2023

Disetujui dan disahkan oleh:  
Dosen Pembimbing Skripsi



Fuad Hasyim, M.E.K  
NIP. 19890316 201801 1 003

## **SURAT PERNYATAAN BUKAN PLAGIASI**

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Yang bertanda tangan di bawah ini:

NAMA : AHMAD ZAINAL ARIFIN  
NIM : 18.52.31.270  
JURUSAN : PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Menyatakan bahwa penelitian skripsi berjudul “ANALISIS KUALITAS PELAYANAN DIGITAL APLIKASI BSI *MOBILE* DENGAN PENDEKATAN *IMPORTANCE PERFORMANCCE ANALYSIS (IPA)* DAN *CUSTOMER SATISFACTION INDEX (CSI)*”

Benar-benar bukan merupakan plagiasi dan belum pernah diteliti sebelumnya. Apabila di kemudian hari diketahui bahwa skripsi ini merupakan plagiasi, saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian surat ini dibuat dengan sesungguhnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

*Wassalamu'alaikum Wr.Wb.*

Surakarta 06 Januari 2023



Ahmad Zainal Arifin

## **SURAT PERNYATAAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN**

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Yang bertanda tangan di bawah ini:

NAMA : AHMAD ZAINAL ARIFIN  
NIM : 18.52.31.270  
JURUSAN : PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Menyatakan bahwa penelitian skripsi berjudul “ANALISIS KUALITAS PELAYANAN DIGITAL APLIKASI BSI *MOBILE* DENGAN PENDEKATAN *IMPORTANCE PERFORMANCCE ANALYSIS* (IPA) DAN *CUSTOMER SATISFACTION INDEX* (CSI)”

Dengan ini saya menyatakan bahwa saya benar-benar telah melakukan penelitian dan mengambil data. Apabila dikemudian hari diketahui skripsi ini menggunakan data yang tidak sesuai dengan data sebenarnya, saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian surat ini dibuat dengan sesungguhnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

*Wassalamu'alaikum Wr.Wb.*

Surakarta, 06 Januari 2023



Ahmad Zainal Arifin

Fuad Hasyim, M.E.K.  
Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta

NOTA DINAS

Hal : Skripsi  
Sdr : Ahmad Zainal Arifin

Kepada Yang Terhormat  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Mas  
Said Surakarta Di Surakarta

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Dengan hormat, bersama ini kami sampaikan bahwa setelah menelaah dan mengadakan perbaikan seperlunya, kami memutuskan bahwa skripsi saudara Ahmad Zainal Arifin NIM: 18.52.31.270 yang berjudul:

“ANALISIS KUALITAS PELAYANAN DIGITAL APLIKASI BSI *MOBILE* DENGAN PENDEKATAN *IMPORTANCE PERFORMANCCE ANALYSIS* (IPA) DAN *CUSTOMER SATISFACTION INDEX* (CSI)”

Sudah dapat dimunaqasahkan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) dalam bidang ilmu Perbankan Syariah.  
Oleh karena itu kami mohon agar skripsi tersebut segera dimunaqasahkan dalam waktu dekat.

Demikian, atas dikabulkannya permohonan ini disampaikan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Surakarta, 06 Januari 2023

Dosen Pembimbing Skripsi



Fuad Hasyim, M.E.K.

---

NIP. 19890316 201801 1 003

## PENGESAHAN

### **ANALISIS KUALITAS PELAYANAN DIGITAL APLIKASI BSI *MOBILE* DENGAN PENDEKATAN *IMPORTANCE PERFORMANCCE ANALYSIS* (IPA) DAN *CUSTOMER SATISFACTION INDEX* (CSI)**

Oleh:

**AHMAD ZAINAL ARIFIN**  
**NIM. 18.52.31.270**

Telah dinyatakan lulus dalam ujian munaqosah  
pada hari Selasa tanggal 01 Maret 2023 M / 08 Sya'ban 1444 H dan dinyatakan  
telah memenuhi persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Dewan Penguji :

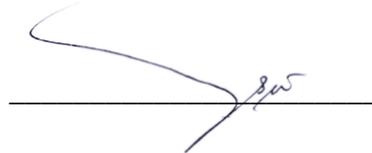
Penguji I (Merangkap Ketua Sidang)  
Melia Kusuma, MM  
NIK. 19810608 201701 2 147



Penguji II  
Alvin Yahya, MH  
NIK. 19821113 201701 1 109



Penguji III  
Supriyanto, S.Ud., M.Ud.  
NIP. 19860306 201503 1 005



Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta



M. Rahmawan Arifin, M.Si. ✓  
NIP. 19720304 200112 1 004

## **MOTTO**



“Saya tidak menyukai bahkan membenci untuk bergantung pada orang lain”

Ada yang bilang “Ketika dunia ternyata jahat kepadamu, maka kau harus menghadapinya. Karena tidak seorangpun yang akan menolongmu jika kau tidak berusaha”.



## **PERSEMBAHAN**

Kupersembahkan dengan segenap cinta dan doa

Karya yang sederhana ini untuk:

Bapak dan Almarhum Ibu tercinta,

Saudara-saudara dan seluruh teman-temanku,

yang selalu memberikan doa, semangat dan kasih sayang

yang tulus dan tiada ternilai besarnya

Terimakasih ...

## KATA PENGANTAR

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Segala puji dan syukur bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, karunia dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “ANALISIS KUALITAS PELAYANAN DIGITAL APLIKASI BSI *MOBILE* DENGAN PENDEKATAN *IMPORTANCE PERFORMANCCE ANALYSIS* (IPA) DAN *CUSTOMER SATISFACTION INDEX* (CSI)”. Skripsi ini disusun untuk menyelesaikan Studi Jenjang Strata 1 (S1) Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta.

Penulis menyadari sepenuhnya, telah banyak mendapatkan dukungan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak yang telah menyumbangkan pikiran, waktu, tenaga dan sebagainya. Oleh karena itu, pada kesempatan ini dengan setulus hati penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Mudhofir, S.Ag.,M.Pd, selaku Rektor Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta.
2. Dr. M. Rahmawan Arifin, SE, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Budi Sukardi, S.E.I., M.S.I., selaku Ketua Jurusan Ekonomi dan Keuangan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
4. M. Zainal Anwar, S.H.I., M.S.I., selaku Dosen Pembimbing Akademik Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

5. Fuad Hasyim, M.E.K., selaku dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan banyak perhatian dan bimbingan selama penulis menyelesaikan skripsi.
6. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Mas Said Surakarta yang telah memberikan bekal ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
7. Bapakku dan Alm. Ibu, terimakasih atas doa, cinta dan pengorbanan yang tak pernah ada habisnya, kasih sayangmu tak akan pernah kulupakan.
8. Sahabat-sahabatku yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.
9. Seluruh teman-temaku dan saudara-saudara ku yang selalu memberikan hiburan kepada penulis sehingga penulis tidak merasa kejenuhan.
10. Teman-teman lain tidak bisa saya sebutkan satu-persatu yang telah memberikan keceriaan dan semangat kepada penulis selama penulis menempuh studi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Surakarta.

Terhadap semuanya tiada kiranya penulis dapat membalasnya, hanya doa serta puji syukur kepada Allah SWT, semoga untuk kedepan diberikan kelancaran segala urusannya. Aamiin.

*Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.*

## **ABSTRACT**

Currently, the number of people using the internet is increasing every year. There are many uses and benefits taken from the internet, one of which is in the Financial Technology sector, namely mobile banking. Mobile banking is one type of fintech used as a payment transaction tool. One of Bank Syariah Indonesia's products is the BSI Mobile application, which continues to increase in users. However, recently there have been several complaints from customers submitted directly through the BSI bank social media account. These complaints can become a severe problem and harm BSI Mobile if not addressed. This study aims to determine the service quality attributes that are considered necessary based on customer perceptions and determine the level of satisfaction with the digital service quality of the BSI Mobile app.

The method used is descriptive quantitative. The data comes from the respondents of Bank Syariah Indonesia customers who use the BSI Mobile application domiciled in Solo Raya, totaling 116 respondents. Measurement using the Importance Performance Analysis (IPA) determines the level of importance and performance level of the digital service quality of the BSI Mobile application. The Customer Satisfaction Index (CSI) method determines the overall customer satisfaction using the BSI Mobile application. Data is processed using validity and reliability tests with IBM SPSS 25 and Microsoft Excel 2019 software test tools.

Based on the IPA analysis, the results showed that the prioritized attributes in quadrant I were not in this calculation. In quadrant II, the attributes that enter include attributes 1, 2, 5, 6, 7, 9, 15, 17, 19, 20, and 21, which must maintain the quality of service. In quadrant III, the attributes that enter include attributes 3, 4, 8, 10, 11, 16, 22, and 23, which customers consider less important and excessive attributes, but their performance is not too special. Attributes that enter quadrant IV include attributes 12, 13, 14, 18, and 24, where customers consider the service performance too excessive. Meanwhile, based on calculations using the Customer Satisfaction Index (CSI), the value of customer satisfaction with the digital service quality of the BSI Mobile application is 77.24%, which means that the customers are satisfied with the digital service quality of the BSI Mobile application.

**Keywords: IPA, CSI, Digital Service Quality, Customer Satisfaction**

## ABSTRAK

Saat ini jumlah penggunaan internet semakin meningkat setiap tahunnya. Banyak kegunaan dan manfaat yang diambil dari internet, salah satunya di sektor *Financial Technology* yaitu mobile banking. Mobile banking merupakan salah satu jenis fintech yang digunakan sebagai alat transaksi pembayaran. Salah satu produk Bank Syariah Indonesia yaitu aplikasi BSI Mobile, yang terus mengalami peningkatan jumlah penggunanya. Akan tetapi belakangan ini ada beberapa komplain dari nasabah yang disampaikan langsung lewat akun sosial media bank BSI. Keluhan tersebut dapat menjadi masalah yang serius dan berdampak buruk bagi BSI Mobile apabila tidak diperhatikan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui atribut-atribut dari kualitas pelayanan yang dianggap penting berdasarkan persepsi nasabah dan mengetahui tingkat kepuasan terhadap kualitas pelayanan digital aplikasi BSI mobile.

Metode yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif, Sumber data berasal dari responden nasabah Bank Syariah Indonesia pengguna aplikasi BSI Mobile yang berdomisili di Solo Raya sebanyak 116 responden. Pengukuran menggunakan pendekatan analisis *Importance Performance nalysis* (IPA) digunakan untuk menentukan tingkat kepentingan dan tingkat kinerja atribut kualitas pelayanan digital aplikasi BSI Mobile. Metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) digunakan untuk menentukan kepuasan nasabah secara menyeluruh pada penggunaan aplikasi BSI Mobile. Data diolah dengan menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas dengan alat uji software IBM SPSS 25 dan Microsoft Excel 2019.

Berdasarkan analisis IPA, diperoleh hasil bahwa atribut yang berada pada kuadran I yang menjadi prioritas tidak ditemukan dalam perhitungan ini. Pada kuadran II atribut yang masuk antara lain atribut 1, 2, 5, 6, 7, 9, 15, 17, 19, 20, dan 21 yang wajib di pertahankan kualitas pelayanannya. Atribut yang masuk dalam kuadran III antara lain atribut 3, 4, 8, 10, 11, 16, 22, dan 23 yang dianggap nasabah merupakan atribut yang kurang penting dan terlalu berlebihan, akan tetapi kinerjanya tidak terlalu istimewa. Atribut yang masuk kuadran IV antarlain atribut 12, 13, 14, 18, dan 24 dimana nasabah menganggap kinerja pelayanan terlalu berlebihan. Sedangkan berdasarkan perhitungan menggunakan *Customer Satisfaction Index* (CSI) nilai kepuasan nasabah terhadap kualitas pelayanan digital aplikasi BSI Mobile sebesar 77,24% yang artinya nasabah puas dengan kualitas pelayanan digital aplikasi BSI Mobile.

**Kata Kunci:** IPA, CSI , Kualitas Pelayanan Digital, Kepuasan Nasabah

## DAFTAR ISI

PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
SURAT PERNYATAAN BUKAN PLAGIASI .....	iii
SURAT PERNYATAAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN .....	iv
NOTA DINAS .....	v
PENGESAHAN .....	vi
MOTTO .....	vii
PERSEMBAHAN .....	viii
KATA PENGANTAR .....	ix
ABSTRAK .....	xii
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR .....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	10
1.3 Batasan Masalah.....	11
1.4 Rumusan Masalah .....	11
1.5 Tujuan Penelitian.....	12
1.6 Manfaat Penelitian.....	12
1.7 Sistematika Penulisan Skripsi .....	13

BAB II LANDASAN TEORI.....	14
2.1. Financial Technology ( <i>Fintech</i> ) .....	14
2.1.1. Pengertian Financial Technology ( <i>Fintech</i> ) .....	14
2.1.2. Jenis-jenis Financial Technology .....	15
2.1.3. Mobile Banking .....	18
2.2. <i>E-Service Quality</i> .....	23
2.2.1. Pengertian <i>E-Service Quality</i> .....	23
2.2.2. Karakteristik <i>E-Service Quality</i> .....	24
2.2.3. Indikator <i>E-Service Quality</i> .....	26
2.3. Kepuasan Nasabah .....	27
2.3.1. Pengertian Kepuasan .....	27
2.3.2. Pengukuran Kepuasan Nasabah.....	29
2.3.4. Faktor-faktor yang Menentukan Tingkat Kepuasan Nasabah .....	31
2.3.5. Manfaat Kepuasan Nasabah .....	32
2.4. <i>Importance Performance Analysis (IPA)</i> .....	33
2.5. <i>Customer Satisfaction Index (CSI)</i> .....	36
2.6. Hasil Penelitian Terdahulu Yang Relevan .....	38
2.7. Kerangka Berfikir.....	43
BAB III METODE PENELITIAN.....	44
3.1 Waktu dan Wilayah Penelitian .....	44
3.2 Jenis Penelitian .....	44
3.3 Populasi, Sampel, Teknik Pengambilan Sampel .....	45
3.3.1 Populasi.....	45

3.3.2 Sampel .....	45
3.3.3 Teknik Pengambilan Sampel .....	46
3.4 Data dan Sumber Data.....	46
3.5 Teknik Pengumpulan Data .....	47
3.6 Teknik Analisis Data .....	48
<b>BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>54</b>
4.1 Gambaran Umum Penelitian .....	54
4.2 Hasil Analisis Data dan Pembahasan .....	59
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>81</b>
5.1 Kesimpulan.....	81
5.2 Keterbatasan Penelitian .....	82
5.3 Saran–saran .....	82
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>84</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jenis-jenis Keluhan Nasabah .....	4
Tabel 2.1 Kriteria Nilai Customer Satisfaction Index (CSI).....	37
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu .....	38
Tabel 3. 1 Alternatif Jawaban Variabel.....	47
Tabel 3. 2 Kriteria Penilaian Customer Satisfaction Index (CSI).....	53
Tabel 4. 1 Hasil Uji Validitas Tingkat Kepentingan Dan Kinerja .....	60
Tabel 4. 2 Data Hasil Uji Reliabilitas Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kineja.	62
Tabel 4. 3 Hasil Perhitungan Importance Performance Analysis (IPA) .....	63
Tabel 4. 4 Kategori tingkat kesesuaian tabel .....	65
Tabel 4. 5 Hasil Perhitungan Customer Satisfaction Index (CSI) .....	77

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pertumbuhan Pengguna Internet di Indonesia.....	1
Gambar 1.2 Pertumbuhan Jumlah Pengguna BSI Mobile .....	3
Gambar 4. 1 Jenis Kelamin Responden .....	54
Gambar 4. 2 Usia Responden.....	55
Gambar 4. 3 Domisili Responden .....	56
Gambar 4. 4 Pekerjaan Responden .....	56
Gambar 4. 5 Gambar Diagram Kartesius.....	67

## DAFTAR LAMPIRAN

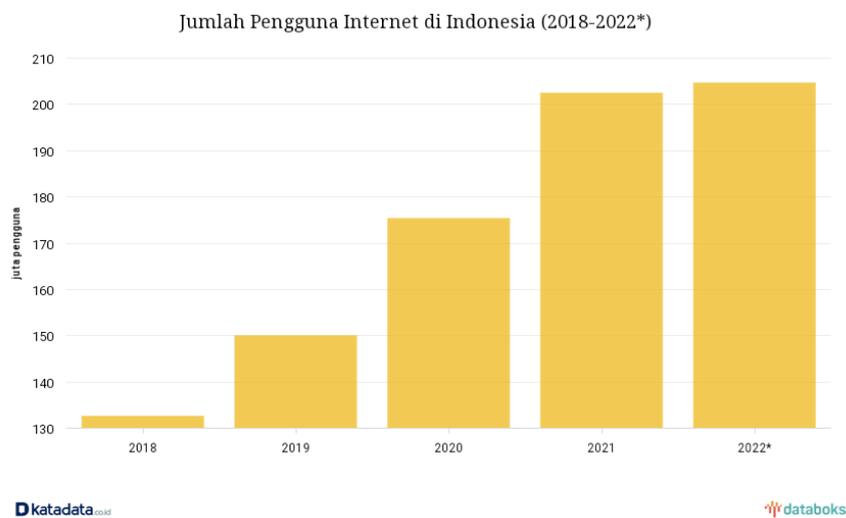
Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	87
Lampiran 2 Tabulasi Data.....	91
Lampiran 3 Hasil Instrumen Penelitian.....	97
Lampiran 4 Bukti Screenshot Komplain pada Sosial Media Bank Syariah Indonesia .....	113

## BAB I PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Sistem teknologi informasi dan komunikasi di Indonesia yang semakin canggih dan berkembang telah membawa manfaat bagi masyarakat luas. Dengan adanya teknologi merubah gaya hidup masyarakat, dimana segala sesuatu sekarang dilakukan melalui *internet*. Adanya peningkatan penggunaan *internet* ditengah masyarakat juga memicu semakin tingginya penggunaan *smartphone*. Teknologi digital yang semakin maju banyak memberikan kemudahan dalam melakukan segala aktivitas, salah satunya untuk pembayaran saat bertransaksi menggunakan perangkat seluler.

Gambar 1.1  
Pertumbuhan Pengguna Internet di Indonesia



Sumber: (Annur, 2022)

Salah satu inovasi di industri keuangan yang berkembang di Indonesia adalah *fintech* (*financial technology*). Diciptakanya *fintech* dengan maksud untuk meminimalisir transaksi secara tatap muka dan penggunaan uang tunai sehingga transaksi bisa dilakukan dimana saja dan kapan saja. Perkembangan *fintech* membuat pasar global berubah bergerak sangat cepat sehingga memicu perubahan dalam persaingan yang semakin ketat dalam bidang penyedia jasa layanan keuangan, baik perusahaan perbankan maupun non-bank.

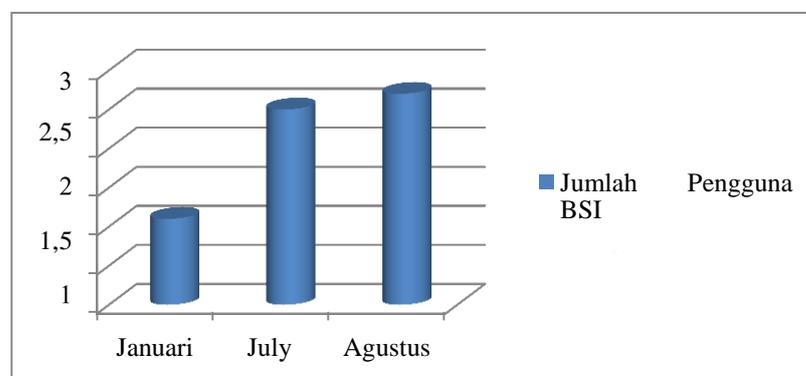
Dari sisi perbankan sendiri dengan adanya kemajuan teknologi juga memberi kesempatan bagi perbankan untuk mengembangkan layanannya melalui *internet* dan juga *smartphone*. Salah satu produk layanan yang dihasilkan adalah Mobile banking (M-banking). Layanan Mobile banking memberikan kesempatan pada masyarakat untuk memudahkan transaksi perbankan melalui *Personal Data Assistant* atau perangkat *smartphone* secara mudah, cepat dan realtime (Maulana et al., 2018).

Bank Syariah Indonesia (BSI) merupakan salah satu perusahaan yang menerapkan sistem mobile banking, dimana layanan tersebut merupakan cara penyesuaian terhadap pengoptimalkan pemanfaatan teknologi informasi. Alasan memilih mobile banking untuk diteliti karena mobile banking Bank Syariah Indonesia merupakan salah satu 5 perbankan terbesar di Indonesia (bankbsi.co.id, 2021). Aplikasi layanan pada Bank Syariah Indonesia (BSI) tersebut bernama BSI Mobile. Aplikasi ini terintegrasi dengan basis data yang dapat diakses oleh nasabah, basis data tersebut secara otomatis akan terkoneksi dengan berbagai aktivitas transaksi yang dilakukan oleh nasabah. BSI Mobile Banking juga menawarkan

berbagai fitur transaksi seperti mobile banking lainnya yaitu memudahkan nasabah melakukan pengecekan info rekening hingga melakukan transaksi-transaksi pembayaran dengan cepat dan mudah (Febria, 2020).

Aplikasi BSI Mobile memiliki banyak fitur dan banyak keunggulan, seperti dalam finansial kita dapat lebih mudah dan mengatur keuangan dengan bermacam fitur finansial BSI Mobile seperti transaksi terjadwal, manajemen kartu dan masih banyak lagi fitur menarik lainnya. Dalam aplikasi BSI Mobile juga ada fitur spiritual dan sosial yaitu fitur layanan islami seperti fitur lokasi masjid, waktu sholat, dan arah kiblat. Untuk fitur sosial yaitu fitur layanan yang mengatur mengenai layanan berbagi atau zakat (bankbsi.co.id)

Gambar 1.2  
Pertumbuhan Jumlah Pengguna BSI Mobile



Sumber : (Syahrizal, 2021)

Jumlah pengguna BSI Mobile sejak awal 2021 mengalami peningkatan. Data diatas menunjukkan pengguna BSI Mobile menunjukkan pertumbuhannya mencapai hingga lebih dari 1,1 juta nasabah atau meningkat sebanyak 92,5% (Syahrizal, 2021). Pada periode bulan juli pengguna BSI Mobile telah menembus 2,5 juta orang (Teguh, 2021). Pertumbuhan transaksi mobile banking mencapai

97,4% secara tahunan atau sebanyak 46,4 juta transaksi. Sampai tanggal 17 Agustus 2021 jumlah pengguna BSI Mobile meningkat 79,4% atau sekitar 2,7 juta pengguna (Syahrizal, 2021b).

Pengguna fitur dan layanan aplikasi BSI Mobile bertambah setiap bulanya dan tahunnya. Namun belakangan ini ada beberapa keluhan dari nasabah kepada aplikasi BSI Mobile melalui akun resmi sosial media Bank Syariah Indonesia melalui instagram dan twitter. Beberapa jenis keluhan yang sering diadukan melalui akun resmi sosial media Bank Syariah Indonesia adalah sebagai berikut :

Tabel 1.1  
Jenis-jenis Keluhan Nasabah

No	Jenis-jenis Keluhan Nasabah
1.	Nasabah kesulitan melakukan registrasi dan mau aktivasi tetapi sulitnya mendapatkam/meminta kode aktivasi
2.	Sulitnya menghubungi customer service ketika ada masalah dan ribetnya saat aktivasi lewat smartphone tapi gagal harus ke kantor cabang dan call cutomer service yang menghabiskan banyak pulsa
3.	Seringnya aplikasi mengalami gangguan jaringan seperti maintance, terjadi eror dll
4.	Tampilan fiturnya rumit dan kurang simpel terkesan menjebak, seperti pada fitur layanan tekan tombol donasi
5.	Seringnya permintaan waktu sudah habis ketika waktu membuka aplikasi (login) atau ketika melakukan transaksi

Sumber: Sosial Media Instagram, Twitter, Playstore

Bank Syariah Indonesia adalah salah satu lembaga perbankan yang giat melakukan peningkatan kualitas pelayanannya (Febrianti et al., 2021). Sebagai lembaga intermediasi, sudah seharusnya memberikan kualitas pelayanan yang lebih baik lagi kepada nasabahnya. Karena pada dasarnya kepuasan dan ketidakpuasan nasabah akan berdampak pada perilaku nasabah selanjutnya. Kualitas pelayanan sangat dinilai oleh nasbaah. Kemampuan bank dalam menangani keluhan atau

komplain dari nasabah juga dinilai, jika pihak bank lamban dalam penanganan maka nasabah cenderung akan berpindah ke bank lain (Fitri, 2022).

Dalam dunia perbankan, kepuasan dan ketidakpuasan nasabah adalah hasil penilaian nasabah terhadap apa yang diharapkan oleh nasabah dengan cara membeli atau menggunakan produk jasa bank. Harapan itu lantas dibandingkan dengan persesipnya terhadap kualitas pelayanan yang diterimanya. Jika harapannya lebih tinggi daripada kualitas pelayanan yang diterima maka nasabah tidak akan merasa puas. Sebaliknya jika harapannya sama atau bahkan melebihi ekpektasi nasabah daripada kualitas pelayanan yang diterima maka nasabah akan merasa puas (Febrianti et al., 2021).

Kualiatas pelayanan perbankan sangat bergantung pada evaluasi nasabah, sehingga kepuasan nasabah dapat dicapai dengan memberikan pelayanan yang berkualitas yang dapat diterima nasabah. Kepuasan nasabah meruapakan hal yang sangat penting bagi industri perbankan yang ditandai dengan nasabah yang puas akan mendorong publisitas kepada nasabah lain yang potensial (Umar, 2020).

Bank-bank syariah diharuskan memberikan kualitas pelayanan yang lebih tinggi dari pesaing secara konsisten dalam rangka menciptakan kepuasan nasabah. Tujuanya untuk mendapatkan nasabah yang loyal ditengah situasi persaingan antara perusahaan bank maupun non-bank. Semakin banyak pesaing membuat Bank Syariah Indonesia harus lebih meningkatkan lagi kualitas pelayanan nya terutama disektor pelayanan digital yaitu pada aplikasi BSI Mobile. Apalagi pada saat sekarang banyak sekali penyedia jasa layanan pembayaran digital seperti e-wallet, dimana penggunaanya yang sangat mudah dan tanpa ribet sama sekali. Dalam hasil

survei di Indonesia dalam melakukan pembayaran digital 94% memilih e-wallet sebagai alat pembayaran dan 54% memilih mobile banking dan 48% memilih menggunakan keduanya (Sadya, 2022). Semakin banyaknya pelanggan setia yang dimiliki oleh sebuah perusahaan maka dapat dipastikan perusahaan tersebut akan sukses dan bertahan lama.

Kepuasan nasabah sangat penting dalam sebuah bisnis perbankan. Secara sederhana, kepuasan artinya sebagai perasaan senang atau kecewa terhadap produk atau jasa yang digunakan. Kepuasan nasabah menjadi faktor penting dalam keberlangsungan dari suatu lembaga. Nasabah dapat dikatakan puas apabila mereka tidak meninggalkan lembaga perbankan tersebut dan akan terus menerus menggunakan produk yang ditawarkan oleh perbankan secara berulang-ulang.

Terdapat banyak manfaat yang diperoleh perbankan apabila nasabah merasa puas dengan seluruh layanan yang telah diberikan oleh perbankan yaitu bank memiliki nasabah loyal. Artinya secara tidak langsung nasabah semakin mendukung semua kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan, termasuk mempromosikan pengalaman baiknya kepada kerabat dan teman-temannya yang dapat menambah calon nasabah baru. Salah satu manfaat tersebut yaitu nasabah secara tidak langsung mempromosikan dan membantu lembaga perbankan yang bersangkutan. Maka dari itu perlu pengukuran tingkat kualitas pelayanan an tingkat kepuasan nasabah, supaya dapat mengidentifikasi apa saja yang perlu di evaluasi untuk kedepannya.

Pengukuran tingkat kualitas pelayanan aplikasi BSI Mobile dilakukan menggunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA). Menurut Supranto

(2006) metode IPA adalah suatu teknik untuk mengukur atribut dari tingkat kepentingan (*importance*) dan tingkat kinerja (*performance*) yang berguna untuk meningkatkan kinerja atau strategi pemasaran yang efektif. Fungsi utama metode IPA ini adalah untuk menampilkan informasi berkaitan dengan faktor-faktor pelayanan yang menurut konsumen sangat mempengaruhi kepuasan dan loyalitas mereka, dan faktor-faktor pelayanan yang menurut konsumen perlu ditingkatkan karena kondisi saat ini belum memuaskan (Febria, 2020)

Pengukuran dilanjutkan menggunakan dengan menggunakan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) untuk mengetahui tingkat kepuasan nasabah secara keseluruhan. Metode CSI merupakan indeks untuk menentukan tingkat kepuasan secara menyeluruh dengan mempertimbangkan tingkat kepentingan dari atribut-atribut produk atau jasa yang diukur. Salah satu kelebihan menggunakan metode CSI adalah dapat menggunakan data hasil IPA sebagai data awal dalam menganalisis sehingga dapat memperhitungkan atau mengetahui kepuasan konsumen secara variabel keseluruhan dengan sederhana dan lebih akurat (Ihsani, 2005).

Tanpa adanya IPA dan CSI manajer akan sulit dalam menentukan tingkat kepuasan konsumen. Hasil dari perhitungan IPA maupun CSI pada akhirnya dapat digunakan sebagai upaya manajer dalam menentukan pengutamaan perbaikan dan pengembangan terhadap dimensi kualitas pelayanan yang akan berdampak pada persaingan produk/jasa (Febria, 2020)

Indikator pengukuran variabel penelitian ini menggunakan *e-SERVQUAL*. Menurut Parasuraman & A. Zeithaml Arvind Malhotra (2005) mengidentifikasi

tujuh dimensi yaitu *Fulfillment* (pemenuhan), *Responsiveness* (tanggapan), *Compensation* (kompensasi), *Efficiency* (efisiensi), *System Availability* (ketersediaan sistem), *Privacy* (privasi), *Contact* (kontak). Terdapat empat dimensi utama yang merupakan skala inti *e-servqual* yaitu *efficiency*, *system availibility*, *fullfilment*, dan *privacy*. Empat dimensi utama ini berfungsi untuk mengukur persepsi konsumen terhadap pengalaman yang dimilikinya dalam menggunakan website/aplikasi. Sementara tiga dimensi lainnya menjadi skala *recovery e-servqual*.

Penelitian serupa juga dilakukan (El Aiyubbi et al., 2021) Analisis yang dilakukan menggunakan indeks kepuasan pelanggan CSI pengguna *e-banking* bank umum di wilayah Yogyakarta menunjukkan nilai indeks kepuasan sebesar 74,75 % yang berarti berada pada kriteria “puas”. Sementara itu, *Importance Performance Analysis* (IPA) menunjukkan tujuh item masuk dalam kategori yang perlu dipertahankan: Fitur lengkap, kepraktisan dan efektivitas, akurasi dan kecepatan, keamanan dan kenyamanan, jangkauan lokasi yang dalam, canggih, terkini, dan modern teknologi informasi, serta melaksanakan prosedur sesuai ketentuan Bank Indonesia dan Otoritas Jasa Keuangan. Kemudian tiga item termasuk dalam kategori prioritas rendah: kemudahan aktivasi, tampilan antarmuka, dan biaya transaksi rendah.

Menurut penelitian Rusianti et al., (2016) Hasil nilai presentase CSI dalam penelitian ini sebesar 61,57% yang menunjukan bahwa nasabah merasa “cukup puas” terhadap kualitas pelayanan secara keseluruhan. Hasil analisis IPA dalam diagram kartesius menunjukan bahwa 8 atribut pelayanan masuk dalam kuadarn I,

terdapat 5 atribut masuk ke kuadran II, terdapat 4 atribut masuk kedalam kuadran III, dan kuadran IV terdapat atribut pelayanan.

Berdasarkan penelitian terdahulu Sri, (2021) berdasarkan variabel *Importance Performance Analysis* hasil analisis tingkat kepuasan penggunaan BSI Mobile di Aceh hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat 5 atribut pelayanan yang harus di tingkatkan adalah atribut penggunaan aplikasi BSI Mobile, layanan notifikasi transaksi dengan cepat, layanan fitur pembayaran tagihan yang lengkap dan layanan informasi apabila ada penyusup, karena atribut tersebut memiliki kualitas pelayanan yang kurang memuaskan dan dianggap penting oleh nasabah.

Sedangkan berdasarkan penelitian Firmansyah et al., (2020) Hasil analisis kualitas mobile banking pada BSM menggunakan metode IPA terdapat 3 atribut yang harus diperbaiki antara lain atribut layanan e-banking dapat digunakan dimana saja, kepuasan pengalaman pengguna dan pengguna lain, bersedia merekomendasikan untuk orang lain. Terdapat 3 atribut yang diprioritaskan antara lain layanan biaya paket/pulsa terlalu mahal, perasaan aman dalam melakukan transaksi, fitur layanan yang jelas. Sedangkan berdasarkan metode CSI didapatkan nilai kepuasan nasabah secara keseluruhan sebesar 80,49% masuk dalam kategori “puas”.

Berdasarkan uraian diatas peneliti tertarik melakukan penelitian ini terkait pengukuran tingkat kinerja dan tingkat kepentingan pengguna menggunakan metode IPA dan CSI terhadap kepuasan nasabah pengguna BSI Mobile yang berdomisili di Solo Raya. Pemilihan sampel pengguna aplikasi BSI Mobile yang berdomisili di Solo Raya, karena banyak nya minat penggunaan mobile banking

dan juga Pemkot Solo mendukung adanya pembayaran non-tunai. Seperti wawancara pada Zamani, (2022) “Pemerintah Kota (Pemkot) Solo, Jawa Tengah menerapkan pembayaran non-tunai. Adanya pembayaran non tunai pembeli tidak perlu repot membawa uang tunai ke pasar. Begitu juga pedagang tidak perlu mencari uang kembalian”.

Pengukuran penting untuk dilakukan guna untuk mengetahui dan evaluasi apa saja atribut-atribut yang perlu ditingkatkan dan dipertahankan berdasarkan metode IPA dan untuk mengetahui secara keseluruhan tingkat kepuasan nasabah berdasarkan metode CSI dalam menggunakan BSI Moile. Oleh karena itu peneliti ingin mengetahui bagaimana kualitas pelayanan yang diberikan aplikasi BSI Mobile sehingga peneliti tertarik untuk mengangkat sebuah penelitian yang berjudul : **“Analisis Kualitas Pelayanan Digital Aplikas BSI *Mobile* Dengan Pendekatan *Importance Performance Analysis* (IPA) dan *Customer Satisfaction Index* (CSI)”**.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, maka identifikasi masalah yang muncul adalah sebagai berikut :

1. Adanya beberapa komplain pengguna pada aplikasi BSI *Mobile* yang disampaikan langsung melalui akun social media Bank Syariah Indonesia.
2. Pengguna BSI mobile terus meningkat, akan tetapi masih ada beberapa komplain dari nasabah Bank Syariah Indonesia.
3. Kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah merupakan faktor penting dalam kesuksesan dalam sebuah bisnis.

### 1.3 Batasan Masalah

Karena luasnya permasalahan mengenai Perbankan Syariah. Maka dalam skripsi ini penulis membatasi pembahasannya, yaitu:

1. Data yang digunakan berupa kuisisioner yang disebar dan di isi responden pada pengguna aplikasi *BSI Mobile*
2. Kriteria yang digunakan dalam penelitian terdiri *E-SERVQUAL*
3. Penilaian kuisisioner menggunakan perhitungan skala *likert 5* (lima) tingkatan yaitu, (5) Sangat Puas, (4) Puas, (3) Cukup Puas, (2) Kurang Puas, dan (1) Tidak Puas.
4. Melakukan uji validitas dan reliabilitas pada kuisisioner untuk mengukur valid dan reliabel atau tidak pada setiap dimensi yang digunakan.
5. Hasil akhir yang diperoleh dari analisis deskriptif kepuasan pelanggan menggunakan metode IPA dan CSI ini yaitu menentukan indeks kepuasan peleanggan dan menentukan atribut-atribut apa saja yang harus di tingkatkan , di pertahankan, dan diperbaiki oleh pelayanan aplikasi *BSI Mobile*.

### 1.4 Rumusan Masalah

Dari uraian latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apa saja atribut-atribut yang perlu ditingkatkan, dipertahankan, dan diperbaiki untuk meningkatkan kualitas pelayanan aplikasi *BSI Mobile* melalui analisis *Importance Performance Analys (IPA)* ?
2. Bagaimana tingkat kepuasan nasabah pengguna aplikasi *BSI Mobile* melalui analisis *Customer Satisfaction Index (CSI)* ?

### **1.5 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan permasalahan di atas, Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui apa saja atribut-atribut yang perlu ditingkatkan, dipertahankan, dan diperbaiki untuk meningkatkan kualitas pelayanan aplikasi *BSI Mobile* melalui analisis *Importance Performance Analys (IPA)*
2. Untuk mengetahui keseluruhan tingkat kepuasan nasabah pengguna aplikasi *BSI Mobile* melalui analisis *Customer Satisfaction Index (CSI)*

### **1.6 Manfaat Penelitian**

Adapun hasil penelitian ini secara umum diharapkan dapat memberikan kontribusi dan pengetahuan baru mengenai Perbankan Syariah bagi masyarakat luas, dan khususnya kepada :

1. Penulis.

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan ilmu pengetahuan, khususnya yang berkaitan dengan kualitas pelayanan digital dan mobile banking.

2. Peneliti Selanjutnya.

Hasil dari penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan referensi untuk peneliti selanjutnya. Sebagai perbandingan dan acuan bagi peneliti selanjutnya.

3. Bank Syariah Indonesia

Dengan penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk meningkatkan lagi kualitas pelayanan aplikasi *BSI Mobile* dan menjadi bahan masukan untuk Bank Syariah Indonesia.

## **1.7 Sistematika Penulisan Skripsi**

Penelitian ini disusun kedalam lima bab dengan sistematika pembahasan sebagai berikut :

### **BAB I. PENDAHULUAN**

Pendahuluan berisi uraian tentang latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, jadwal penelitian dan sistematika pembahasan penelitian.

### **BAB II. LANDASAN TEORI**

Landasan teori berisi uraian tentang teori teori tentang tema secara umum dan hasil penelitian terdahulu yang relevan.

### **BAB III. METODOLOGI PENELITIAN**

Metodologi penelitian berisi uraian tentang waktu dan wilayah penelitian, jenis penelitian, populasi, sampel, teknik pengumpulan sampel, data dan sumber data, teknik pengumpulan data dan teknik analisis data.

### **BAB IV. ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

Bab ini berisi pengujian data, hasil analisis data dan analisis deskriptif secara mendalam.

### **BAB V. PENUTUP**

Penutup berisi uraian tentang kesimpulan, keterbatasan penelitian dan saran-saran.

## **BAB II LANDASAN TEORI**

### **2.1. Financial Technology (*Fintech*)**

#### **2.1.1. Pengertian Financial Technology (*Fintech*)**

*Fintech* merupakan singkatan dari kata Financial Technology, yang dapat diartikan dalam bahasa Indonesia menjadi teknologi keuangan. Secara sederhana, *fintech* dapat diartikan sebagai pemanfaatan perkembangan teknologi informasi untuk meningkatkan layanan industri keuangan. Definisi lainya adalah variasi model bisnis dan perkembangan teknologi yang memiliki potensi untuk meningkatkan industri layanan keuangan.

Bank Indonesia juga memberikan definisi mengenai Financial Technology, diatur pada pasal 1 angka 1 Peraturan Bank Indonesia Nomor 19/12/PBI/2017 Tentang Penyelenggaraan Teknologi Finansial bahwa Teknologi Finansial adalah pengguna teknologi dalam sistem keuangan yang menghasilkan produk layanan, teknologi, dan/atau model bisnis baru serta dapat berdampak pada stabilitas moneter, stabilitas sistem keuangan dan/atau efisiensi, kelancaran, keamanan, dan kendala sistem pembayaran (ojk.com).

Menurut *National Digital Research Centre* (NDRC), istilah *Fintech* merupakan suatu inovasi menggunakan teknologi yang modern dalam bidang finansial. Pada hakikatnya, *Fintech* merupakan layanan keuangan berbasis teknologi, dimana *fintech* sebagai suatu layanan yang inovatif dibidang jasa keuangan yang menggunakan sistem secara online.

Berdasarkan pengertian diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa *fintech* adalah inovasi layanan jasa keuangan yang menggunakan dan memanfaatkan peran teknologi yaitu bertujuan agar pelayanan dan transaksi keuangan menjadi lebih efektif dan efisien. Perkembangan *fintech* telah memengaruhi berbagai sektor industri jasa finansial, yang meliputi perbankan, pasar modal, asuransi, dan lembaga keuangan lainnya. Dalam beberapa dekade terakhir, penerapan teknologi dan informasi untuk layanan keuangan berupaya untuk memberikan inovasi, tingkat efisiensi infrastruktur teknologi dan stabilitas sistem, ketahanan dan keamanan lebih tinggi. Dimana *fintech* yang hadir saat ini memberikan layanan baru yang inovatif dengan menggunakan seperangkat digital.

### **2.1.2. Jenis-jenis Financial Technology**

Terdapat beberapa jenis *fintech* di Indonesia, Bank Indonesia (BI) sendiri telah mengelompokkan *fintech* kedalam empat kategori diantaranya *Payment, Settlement and Clearing, Crowdfunding* dan P2P, *Market Agregator Risk*, dan *Invesment Management*. Berikut jenis-jenis *fintech* :

#### *a. Payment, Settlement and Clearing*

Jenis *fintech* ini memberikan sebuah layanan dari sistem pembayaran dengan online melalui sebuah dompet elektronik atau yang sering disebut uang digital. Uang elektronik atau *e-money* adalah alat pembayaran yang memenuhi unsur-unsur sebagai berikut :

- 1) Diterbitkan atas dasar uang yang disetor terlebih dahulu oleh pemegang kepada penerbit.

- 2) Nilai uang disimpan dalam suatu media elektronik tertentu seperti server atau chip.
- 3) Digunakan sebagai alat pembayaran kepada pedagang yang bukan merupakan penerbit uang elektronik.
- 4) Nilai uang yang disetor oleh pemegang dan dikelola oleh penerbit bukan merupakan simpanan sebagai mana yang diatur dalam undang undang perbankan.

Sistem tersebut diselenggarakan baik dari bank ataupun lembaga keuangan non-bank seperti, Doku, Sakuku BCA, BRI-mo, Go-Pay, T-cash, dan OVO yang merupakan beberapa contoh dari FinTech jenis ini. Adanya manfaat dari *fintech payment* ini adalah sebagai berikut :

- 1) Kenyamanan dan kemudahan dalam bertransaksi. Dengan adanya digital payments akan memberikan kemudahan bertransaksi bagi konsumen .
- 2) Pencatatan dan perencanaan keuangan yang mudah di record. Karena pada sistem semua akan tercatat history dari transaksi konsumen.

b. *Crowdfunding* dan P2P

*Crowdfunding* merupakan tipe *fintech* dimana sebuah konsep atau produk seperti desain, program, konten dan karya kreatif dipublikasikan secara umum dan bagi masyarakat yang tertarik dan ingin memberikan dukungan dapat menyalurkan dukungannya dalam bentuk finansial. *Crowdfunding* dapat digunakan untuk mengurangi kebutuhan finansial kewirausahaan dan memprediksi permintaan pasar. Contoh dari produk *crowdfunding* adalah kitabisa, Santara, Bizhare.

*Per-to-per Lending* merupakan (P2P) merupakan platform yang mempertemukan pemberi pinjaman dan peminjam melalui internet. P2P memberikan mekanisme kredit dan manajemen resiko. Platform ini membantu pemberi pinjaman dan peminjam memenuhi kebutuhan masing-masing dan menghasilkan penggunaan uang secara efisien. Pada perkembangannya perusahaan crowdfunding ada juga yang berkombinasi dengan P2P lending. Contoh dari jenis ini yaitu Kredivo, Akulaku, Modalku, Akseleran, Investree, dan juga Uang Teman.

c. *Market Agregator Risk*

Jenis *fintech* ini Agregator ini memiliki fungsi yaitu untuk mengumpulkan berbagai informasi dari pasar yang dapat dimanfaatkan dari konsumen sesuai dengan kebutuhan. Financial technology dari jenis ini dapat memberikan perbandingan dari produk mulai dari harganya, kemudian fitur sampai manfaatnya. Layanan ini memutahkan customer untuk dapat mengambil sebuah keputusan secara lebih efisien jika dibandingkan ketika harus jika harus mencari informasi satu per satu secara terpisah. Contoh dari FinTech ini misalnya Cekaja, KreditGogo, Cermati dan lain-lain.

d. *Investment management*

Layanan yang diberikan dari financial technology jenis ini dapat berupa sebuah perencanaan ataupun penasehat keuangan, asuransi atau platform perdagangan online. Apabila memiliki rencana keuangan layanan tersebut akan

menjadi sangat penting dimana sebagai sarana edukasi. Customer juga akan dijelaskan mengenai hal-hal yang perlu diperhatikan. Berkaitan dengan proses kemudian kelebihan dan juga keuangan, kualitas dan model investasi yang cocok dan tidak merugikan. Cara menggunakan layanan ini pun tergolong mudah, pengguna hanya perlu mengisi seluruh data yang diminta oleh aplikasi kemudian sistem pada aplikasi akan melakukan perhitungan dan memberikan perencanaan keuangan pada pengguna. Contoh dari financial technology jenis ini adalah Bareksa, Tanam Duit, Financialku, Cek Premi dan juga Raja Premi.

### **2.1.3. Mobile Banking**

#### **a. Pengertian Mobile Banking**

Salah satu jenis *fintech* adalah mobile banking, mobile banking merupakan suatu inovasi layanan dari bank untuk memenuhi kebutuhan nasabah dalam melakukan aktivitas transaksi perbankan melalui *smartphone* (Riswandi, 2005). Nasabah bisa menggunakan mobile banking dalam waktu 24 jam sehari, tanpa harus pergi ke kantor cabang terdekat atau ke ATM. Nasabah bisa menemukan beberapa fitur dalam layanan mobile banking yang semakin memudahkan mereka. Aplikasi mobile banking harus tersambung ke jaringan internet untuk mengakses rekening saldo, mentransfer uang, melakukan pembayaran dan jual beli saham dan lain-lain.

Menurut Bank Indonesia, *mobile banking* merupakan suatu layanan jasa bank yang memungkinkan nasabah untuk memperoleh informasi, melakukan komunikasi dan melakukan transaksi perbankan melalui jaringan internet. Mobile banking merupakan salah satu bentuk baru pengembangan *delivery*

*channel* pelayanan bank yang telah mengubah strategi bisnis perbankan yang semula lebih banyak mengandalkan pada teknologi manusia menjadi teknologi informasi (Khusna, 2020).

Mobile banking merupakan fasilitas dari bank dalam era modern ini yang mengikuti perkembangan teknologi dan komunikasi. Layanan jasa yang ada pada mobile banking meliputi pembayaran, transfer history, dan lain sebagainya. Penggunaan layanan mobile banking melalui telepon seluler memungkinkan para nasabah dapat mudah dalam menjalankan aktivitas perbankannya tanpa batas ruang dan waktu (Faturrozhiah & Hanifuddin, 2021).

#### b. Perkembangan Mobile Banking

Perkembangan Mobile Banking di Indonesia tidak dapat dilepaskan dari perkembangan bisnis telepon seluler atau *smartphone*. Perkembangan penggunaan *smartphone* meningkat setiap tahunnya. Pemanfaatan *smartphone* yang semakin canggih ternyata memberikan kemudahan dan manfaat dalam pelayanan perbankan. Nasabah tidak perlu lagi mengantri di kantor bank untuk melakukan transaksi. Cukup dengan menggunakan mobile banking nasabah sudah dapat melakukan transaksi dan dapat diakses darimana saja.

Baik nasabah maupun bank dapat merasakan manfaat dari layanan mobile banking seperti transfer uang online, pembayaran cek otomatis rencana tabungan pribadi, pembayaran tagihan, informasi yang dapat diakses kapan saja dan dimana saja (Malaquias & Hwang, 2019). Banyak fitur yang ditawarkan dalam mobile banking seperti transfer antar bank, pembayaran tagihan kartu kredit pembayaran kebutuhan pribadi seperti pulsa, token listrik, pembayaran

premi asuransi BPJS, pembelian dan top-up diaplikasi lain seperti e-wallet, e-commerce, dan e-money.

Mobile banking merupakan solusi dari kebutuhan masyarakat yang membutuhkan sistem keuangan yang mudah, efektif dan juga efisien. Hanya menggunakan ponsel masyarakat bisa mengakses layanan keuangan perbankan secara mudah dan juga dapat dilakukan dimana saja dan fleksibel waktu. Oleh karena itu mobile banking dipandang sebagai salah satu inovasi teknologi keuangan yang memiliki progres di dunia perbankan karena memungkinkan nasabahnya dapat melakukan transaksi keuangan secara mandiri (Sharma & Sharma, 2019).

#### c. Mobile Banking Menurut Islam

Islam merupakan agama yang mengatur segala aspek dalam kehidupan termasuk dalam bidang perekonomian. Setiap kegiatan manusia khususnya dalam perekonomian diatur berdasarkan syariat Islam dan mengutamakan kemakmuran dan kemaslahatan umat manusia. Ditinjau dari perspektif Islam dan mobile banking merupakan transaksi yang tergolong aman.

Seperti firman Allah dalam Q.S Al-Isyrah' ayat 35 yang menjelaskan bahwasanya sebuah transaksi terjadi apabila orang yang bertransaksi dapat memenuhi syarat yang berkaitan dengan transaksi yang dilakukan. Contohnya adalah transaksi menggunakan mobile banking seseorang akan dapat menikmati jasa dari layanan perbankan dengan konsekuensi membayar

kewajibann yang berkaitan dengan transaksi yang dilakukan atau biasa disebut dengan biaya admin (Miftahuddin & Hendarsyah, 2019).

Mobile banking dilihat dari sisi akad menggunakan akad wakalah, dimana terdapat pelimpahan kekuasaan oleh seseorang kepada orang lain dalam maksud perwalian. Posisi bank hanya berperan sebagai wakil dari nasabah dan bank sebagai wakil provider untuk melakukann transasksi yaitu mobile banking dan kemudian bank mendapat imbalan atas pekerjaanya. Tidak ada transaksi utang piutang melainkan hanya jasa transaksi (Miftahuddin & Hendarsyah, 2019).

Keunggulan yang ada di dalam mobile banking sesuai dengn prinsip Islam seperti kemudahan, kebermanfaatan, fitur dan juga keamanan. Islam mengajarkan bahwa sesuatu yang kita gunakan hendaklah memudahkan kita bukan menyulitkan. Selain itu sesuaatu yang kita gunakan hendaknya mendatangkan manfaat dan memiliki keunggulan serta ada jaminan keamanan didalamnya. Aplikasi mobile banking bila ditinjau secara silam boleh dilakukan karena tidak mengandung kemudlaratan atau ketidakbaikan melainkan banyak mengandung manfaat dan membantu nasabah dalam melakukan kegiatan transaksi.

#### d. BSI Mobile

BSI Mobbile Salah satu produk fintech dalam peelitian ini, BSI Mobile merupakan layanan mobile banking dari Bank Syariah Indonesia yang disediakan untuk nasabahnya guna dapat terhubung ke rekening tabungan dan melakukan transaksi onlie. Mobile banking ini bisa diakses kapanpun dan

dimanapun melalui perangkat *smarphone*, baik melalui Android maupun IOS (Hidayat et al., 2022).

Seperti mobile banking lainnya, BSI Mobile juga menawarkan fitur-fitur yang memudahkan nasabah dalam melakukan pengecekan info rekening, hingga melakukan pembayaran penting lainnya.

Fitur-fitur yang terdapat pada BSI Mobile, yaitu :

1. Pengecekan informasi saldo
2. Transfer uang
3. Bayar kebutuhan sehari-hari
4. Bayar zakat, Jual beli emas, saham dll
5. QRIS dan masih banyak lagi fitur menarik lainnya.

Untuk dapat menikmati fitur-fitur dari BSI Mobile, nasabah perlu mengaktifkan dan registrasi aplikasi BSI Mobile terlebih dahulu. caranya sebagai berikut :

1. Buka aplikasi dan pilih “sudah memiliki rekening”
2. Kemudian pilih “aktivasi”
3. masukan nomor ponsel dan kode aktivasi yang telah dikirim pihak BSI
4. Buat kata sandi untuk mobile banking dan proses aktivasi selesai
5. Setelah aktivasi selesai, nasabah bisa mulai dapat menggunakan fitur-fitur canggih yang ada di dalam aplikasi BSI Mobile tersebut.

## **2.2. *E-Service Quality***

### **2.2.1. Pengertian *E-Service Quality***

*E-Service Quality* atau kualitas pelayanan digital Menurut Zeithaml et al (2009) e-service quality didefinisikan sebagai sejauh mana sebuah situs web memfasilitasi belanja, pembelian, dan pengiriman yang efisien dan efektif.

Menurut Pearson (2012) e-service quality didefinisikan sebagai pertemuan antara ekspektasi konsumen tanpa interaksi langsung dalam layanan yang diberikan. Menurut Chasee et al (2013) e-service quality adalah sebuah bentuk kualitas layanan yang lebih luas dengan media internet yang menghubungkan antara penjual dan pembeli untuk memenuhi kegiatan berbelanja secara efektif dan efisien.

Dari definisi diatas penulis dapat menyimpulkan bahwa e-service quality adalah pelayanan yang diberikan melalui website kepada konsumen dalam memfasilitasi kegiatan pembelian dan distribusi secara efektif dan efisien. Kualitas pelayanan merupakan aspek penting dalam dunia bisnis karena menjaga kepuasan dan loyalitas pelanggan sekaligus meminimalkan risiko (Ahmed, 2011). Menurut Parasuraman & A. Zeithaml Arvind Malhotra (2005) kualitas pelayanan merupakan evaluasi menyeluruh terhadap tingkat pelayanan yang baik. Aplikasi kualitas merupakan sifat dan penampilan produk atau kinerja dari bagian utama strategi perusahaan dalam rangka meraih keunggulan yang berkelanjutan.

Kualitas pelayanan bisa diartikan menjadi sejauh mana perbedaan antara realita dan ekspektasi pelanggan dari layanan yang diterima. Melayani dengan baik akan mendorong kualitas atau mutu dari perusahaan tersebut, perusahaan sangat

diharapkan mampu memberikan kepuasan bagi pelangganya sehingga berdampak kepada kepercayaan pelangganya (Pramana & Sukresna, 2016). Pelayanan sendiri merupakan sebuah kinerja yang dapat dirasakan langsung oleh konsumen, pelayanan sendiri bertujuan untuk memberikan rasa puas dan juga kenyamanan kepada konsumen (Wulandari et al., 2020).

Layanan elektronik merupakan penyedia layanan melalui internet, sehingga terbilang layanan non-komersial yang umumnya disediakan oleh pemerintah. Layanan elektronik sendiri dapat didefinisikan sebagai peran dalam pelayanan dunia maya. Ada dua pendekatan utama untuk mempelajari layanan elektronik yaitu pertama berfokus pada antarmuka teknologi dan yang kedua generasi baru untuk layanan berbasis teknologi yang digunakan secara mandiri (Ratmino et al., 2018).

Kualitas layanan elektronik dengan standar yang tinggi merupakan suatu cara untuk memaksimalkan manfaat dari adanya internet dan perkembangan teknologi. Parasuraman & A. Zeithaml Arvind Malhotra, (2005) mengemukakan bahwa fleksibilitas, kemudahan, efisien, dan kenyamanan merupakan contoh pemanfaatan yang diharapkan dalam konteks layanan online.

### **2.2.2. Karakteristik *E-Service Quality***

E-Service Quality Menurut Tjiptono (2012) mempunyai empat karakteristik yaitu:

a. Tidak Berwujud (*Intangibility*)

Layanan berbeda secara signifikan dengan barang fisik. Bila barang merupakan suatu objek, alat, material atau benda yang bisa dilihat, disentuh dan dirasa dengan panca indera; maka jasa/ layanan justru merupakan

perbuatan, tindakan, pengalaman, proses, kinerja (performance), atau usaha yang sifatnya abstrak. Bila barang dapat dimiliki, maka jasa/ layanan cenderung hanya dapat dikonsumsi tetapi tidak dapat dimiliki (*non-ownership*). Jasa bersifat intangible, artinya layanan tidak dapat dilihat, dirasa, dicium, didengar atau diraba sebelum dibeli dan dikonsumsi. Seorang konsumen layanan tidak dapat menilai hasil dari sebuah layanan sebelum ia mengalami atau mengkonsumsinya sendiri.

b. Bervariasi (*Heterogeneity*)

Layanan bersifat variabel atau heterogen karena merupakan *nonstandardized output*, artinya bentuk, kualitas dan jenisnya sangat beraneka ragam, tergantung pada siapa, kapan, dan di mana layanan tersebut dihasilkan. Terdapat tiga faktor yang menyebabkan variabilitas kualitas layanan, yaitu : (1) kerja sama atau partisipasi pelanggan selama penyampaian layanan; (2) moral/ motivasi karyawan dalam melayani pelanggan; serta (3) beban kerja perusahaan.

c. Tidak Terpisahkan (*Inseparability*)

Barang biasanya diproduksi terlebih dahulu, kemudian dijual, baru dikonsumsi. Sedangkan layanan umumnya dijual terlebih dahulu, baru kemudian diproduksi dan dikonsumsi pada waktu dan tempat yang sama. Interaksi antara penyedia layanan dan pelanggan merupakan ciri khusus dalam pemasaran layanan bersangkutan. Keduanya mempengaruhi hasil (outcome) dari layanan bersangkutan. Dalam hubungan antara penyedia layanan dan pelanggan ini, efektivitas staff layanan merupakan unsur kritis.

Implikasinya, sukses tidaknya layanan bersangkutan ditunjang oleh kemampuan organisasi dalam melakukan proses rekrutmen dan seleksi, penilaian kinerja, sistem kompensasi, pelatihan, dan pengembangan karyawannya secara efektif.

d. Tidak Tahan Lama (*Perishability*)

*Perishability* berarti bahwa layanan adalah komoditas yang tidak tahan lama, tidak dapat disimpan untuk pemakaian ulang di waktu yang akan datang, dijual kembali, atau dikembalikan. Permintaan layanan juga bersifat fluktuasi dan berubah, dampaknya perusahaan jasa/layanan seringkali mengalami masalah sulit. Oleh karena itu perusahaan jasa/layanan merancang strategi agar lebih baik dalam menjalankan usahanya dengan menyesuaikan permintaan dan penawaran.

### **2.2.3. Indikator E-Service Quality**

Dalam penelitian ini, variabel kualitas pelayanan merujuk pada teori Parasuraman & A. Zeithaml Arvind Malhotra, (2005) mengkonseptualisasikan kualitas pelayanan sebagai model *E-Service Quality* yang mencakup tujuh dimensi, yaitu :

1. Efisiensi (*efficiency*) yaitu kemampuan bank untuk membuat atau menciptakan aplikasi dan situs yang dapat digunakan oleh nasabah dengan mudah dan sederhana.
2. Ketersediaan (*system availability*) yaitu mengarah kepada fungsi teknis suatu aplikasi, yaitu apakah aplikasi berjalan dengan baik atau tidaknya selama aplikasi digunakan.

3. Pemenuhan (*fulfilment*) yaitu pemenuhan tanggung jawab atas suatu layanan, informasi ketersediaan produk, serta segala macam proses transaksi harus dilakukan dengan sesuai apa yang diharapkan oleh nasabah.
4. Privasi (*privacy*) yaitu mencakup jaminan bahwa data-data pelanggan tidak akan tersebar kepada pihak manapun dan informasi kartu kredit terjamin keamanannya.
5. Tanggapan (*responsiveness*) yaitu kemampuan aplikasi dalam menyampaikan informasi yang tepat kepada pelanggan ketika pelanggan sedang mengalami gangguan atau masalah. Serta aplikasi harus mempunyai mekanisme untuk menangani pengembalian dan jaminan online.
6. Kompensasi (*compensation*) yaitu merupakan dimensi yang melibatkan penerimaan uang kembali, pengiriman kembali dan penanganan akibat kegagalan sistem.
7. Kontak (*contact*) merupakan dimensi mengacu pada ketersediaan layanan untuk pelanggan agar dapat berbicara langsung dengan staf layanan pelanggan melalui percakapan online atau melalui saluran telepon ketika pelanggan sedang membutuhkan informasi terkait produk atau layanan.

## **2.3. Kepuasan Nasabah**

### **2.3.1. Pengertian Kepuasan**

Kepuasan (*Satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka (Kotler dan Killer, 2008). Teori dan model kepuasan nasabah sangat beraneka ragam karena topik ini masih terus dikembangkan

sehingga belum dicapai suatu kesepakatan tentang konsep atau model yang paling efektif.

Definisi kepuasan pelanggan menurut beberapa para ahli :

1. Menurut Kotler dan Armstrong (2001) kepuasan konsumen adalah sejauh mana anggapan kinerja produk memenuhi harapan pembeli. Bila kinerja produk lebih rendah ketimbang harapan pelanggan, maka pembelinya merasa puas atau amat gembira.
2. Menurut Philip Kotler (2002) “kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya.”
3. Menurut Zeithaml dan Bitner (2000) kepuasan konsumen adalah respon atau tanggapan konsumen mengenai pemenuhan kebutuhan. Kepuasan merupakan penilaian mengenai ciri atau keistimewaan produk atau jasa, atau produk itu sendiri, yang menyediakan tingkat kesenangan konsumen berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan konsumsi konsumen. Memuaskan kebutuhan pelanggan adalah keinginan setiap perusahaan. Selain faktor penting bagi kelangsungan hidup perusahaan, memuaskan kebutuhan pelanggan dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan. Pelanggan yang puas terhadap produk dan jasa pelayanan cenderung untuk membeli kembali produk dan menggunakan kembali jasa pada saat kebutuhan yang sama muncul kembali kemudian hari. Hal ini berarti kepuasan merupakan faktor kunci bagi konsumen dalam melakukan pembelian ulang yang merupakan porsi terbesar dari volume penjualan perusahaan.

Secara umum kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa. Jika kinerja berada dibawah harapan, pelanggan tidak merasa puas. Jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan akan puas. Dan jika kinerja melebihi harapan, pelanggan akan merasa amat puas atau senang (Lestari, 2020).

Dalam upaya memenuhi kepuasan pelanggan, perusahaan memang dituntut untuk mengetahui pergeseran kebutuhan dan keinginan pelanggan yang hamper setiap saat berubah. Pembeli bergerak setelah membentuk persepsi terhadap nilai penawaran, kepuasan sesudah pembelian tergantung dari kinerja [enawaran dibandingkan dengan harapanya, maka definisi kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan (kinerja atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapanya (Danang, 2014).

Pengertian harapan pelanggan disini adalah memegang peranan penting dan sangat besar pengaruhnya dalam menentukan kualitas produk (barang dan jasa) dan kepuasan harapanya sebagai standar atau acuan dengan demikian harapan pelangganlah yang melatarbelakangi mengapa pada bisnis yang sama dapat dinilai berbeda oleh pelangganya. Faktor-faktor yang menentukan pelanggan meliputi kebutuhan pribadi, pengalaman, rekomendasi dari mulut ke mulut, dan iklan (Tjiptono, 2005).

### **2.3.2. Pengukuran Kepuasan Nasabah**

Dalam pengukuran kepuasan nasabah telah menjadi hal yang sangat esensial bagi setiap perusahaan dan langkah tersebut dapat memerikan umpan balik dan masukan bagi pengembangan dan implementasi strategi peningkatan kepuasan pelanggan dalam mengukur kepuasan pelanggan terdapat empat sebagai berikut :

### 1. Sistem keluhan dan sasaran

Organisasi yang berpusat pada pelanggan (*customer centered*) memberikan kesempatan yang luas kepada para pelanggannya untuk menyampaikan keluhan dan sasarannya. Misal dengan menyediakan kotak saran, kartu komentar dan *customer hotlines*.

### 2. *Ghost Shopping*

salah satu cara untuk memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah dengan cara mempekerjakan beberapa orang untuk berperan atau bersikap sebagai pembeli potensial terhadap perusahaan dan pesaing.

### 3. *Lost Customer Analysis*

Perusahaan pada dasarnya menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli atau yang telah pindah pemasok agar dapat memahami mengapa itu terjadi. Bukan hanya *exit interview* saja yang perlu, akan tetapi pemantauan *customer loss rate* menunjukkan kegagalan dalam perusahaan dalam memuaskan pelanggannya.

### 4. Survei Kepuasan Pelanggan

Pada umumnya penelitian mengenai kepuasan pelanggan dilakukan dengan penelitian survey melalui pos, telepon, maupun wawancara pribadi guna memperoleh tanggapan (*feedback*) secara langsung dari pelanggan dan juga memberikan tanda positif bahwa perusahaan memberikan perhatian khusus terhadap para pelanggannya.

### 2.3.4. Faktor-faktor yang Menentukan Tingkat Kepuasan Nasabah

Untuk memuaskan nasabah perlu diketahui bahwa yang menentukan tingkat kepuasan nasabah terdapat lima faktor, yaitu :

#### 1. Kualitas Produk

Pelanggan merasa puas kalau setelah membeli dan menggunakan produk dan ternyata produk yang digunakan berkualitas. Ada beberapa elemen kualitas produk, yaitu: *Performance, Durability, Feature, Reliability, Costintensy* dan *Design*.

#### 2. Harga

Untuk pelanggan yang sensitive biasanya harga murah adalah sumber kepuasan yang penting Karena mereka akan mendapatkan *value for money* yang tinggi. Komponen harga ini relatif tidak penting bagi mereka yang tidak sensitif terhadap harga.

#### 3. Kualitas Pelayanan

Pelanggan merasa puas apabila mereka memperoleh pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan. Salah satu konsep kualitas pelayanan yang paling populer adalah *servqual* yang dikembangkan oleh Parasuraman, Berry, dan Zeithalm. Berdasarkan konsep ini, terdapat lima dimensi kualitas pelayanan, yaitu: *Realibility, Responsiveness, Assurance, Emphaty* dan *Tangible*. Terdapat juga konsep kualitas pelayanan digital yang juga dikembangkan oleh Parasuraman & A. Zeithaml Arvind Malhotra, (2005) mengkonseptualisasikan kualitas pelayanan sebagai model *E-Service Quality* yang mencakup tujuh

dimensi, yaitu : *efficiency, system availability, fulfillment, privacy, responsiveness, compensation, contact.*

#### 4. Faktor Emosional

Pelanggan yang merasa bangga dan yakin orang lain kagum terhadap produk atau jasa apabila menggunakan produk atau jasa brand tertentu cenderung memiliki tingkat kepuasan lebih tinggi. Kepuasan bukan Karena kualitas produk tetapi rasa bangga dan rasa percaya diri.

#### 5. Biaya dan kemudahan untuk mendapatkan Produk atau Jasa

Pelanggan akan semakin puas dan senang apabila relatif mudah dan efisien dalam mendapatkan produk atau pelayanan. Hal ini disebabkan pelanggan tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan produk dan jasa (Lestrai,2018).

### **2.3.5. Manfaat Kepuasan Nasabah**

Kepuasan pelanggan dapat digunakan oleh suatu badan usaha untuk menciptakan loyalitas pelanggan. Hal ini jauh lebih penting daripada berusaha untuk mendapat konsumen baru, karena biaya yang diperlukan untuk mendapat konsumen baru jauh lebih besar dibandingkan dengan biaya yang harus dikeluarkan untuk mempertahankan konsumen lama. Menurut Wood, (2009) manfaat-manfaat spesifik kepuasan pelanggan bagi perusahaan mencakup:

1. Dampak positif pada loyalitas pelanggan.
2. Berpotensi menjadi sumber pendapatan masa depan (terutama melalui pembelian ulang, *cross-selling* dan *up-selling*).

3. Menekan biaya transaksi pelanggan di masa depan (terutama biaya-biaya komunikasi, penjualan dan layanan pelanggan).
4. Menekan volatilitas dan resiko berkenaan dengan prediksi aliran kas masa depan.
5. Meningkatkan toleransi harga (terutama kesediaan untuk membayar harga premium dan pelanggan tidak mudah tergoda untuk beralih pemasok).
6. Rekomendasi gethok tular positif.
7. Pelanggan cenderung lebih reseptif terhadap *product-line extensions*, *brand extensions* dan *new add-on services* yang ditawarkan perusahaan.
8. Meningkatnya *bergaining power relatif* perusahaan terhadap jejaring pemasok, mitra bisnis dan saluran distribusi.
9. Atribut pembentuk kepuasan pelanggan.

#### **2.4. Importance Performance Analysis (IPA)**

Menurut Tjiptono & Chandra, (2011) teknik ini pertama kali dikemukakan oleh Martila dan James pada tahun 1977 dengan tujuan untuk mengukur hubungan antara persepsi konsumen dan prioritas peningkatan kualitas produk/jasa yang dikenal pula sebagai *quadrant*. IPA telah diterima secara umum dan dipergunakan pada berbagai bidang kajian karena kemudahan untuk diterapkan dan tampilan analisa yang memudahkan usulan perbaikan kinerja. Menurut Brant dan Latu Evert dalam (Tjiptono & Chandra, 2011) IPA memiliki fungsi utama untuk menampilkan informasi berkaitan dengan faktor-faktor pelayanan yang menurut konsumen sangat

mempengaruhi kepuasan dan loyalitas mereka, dan faktor-faktor pelayanan yang menurut konsumen perlu ditingkatkan karena kondisi saat ini belum memuaskan.

Analisis IPA digunakan untuk membandingkan dari tingkat kepentingan (*importance*) dengan tingkat kinerja kualitas pelayanan (*performance*). Tingkat kepentingan adalah sikap konsumen terhadap produk/jasa yang diberikan, sedangkan tingkat kinerja adalah pelayanan yang dirasakan konsumen selama ini terhadap produk/jasa yang diberikan perusahaan (Wijaya, 2011).

Adapun langkah-langkah menghitung *Importance Performance Analysis* (IPA) adalah sebagai berikut :

### **1.Mencari Tingkat Kesesuaian**

Pengukuran tingkat kesesuaian untuk mengetahui seberapa besar pelanggan/konsumen merasa puas terhadap kinerja perusahaan, dan seberapa pihak jasa memahami apa yang diinginkan oleh konsumen terhadap pelayanan jasa yang ia berikan. Adapun rumus tingkat kesesuaian sebagai berikut :

$$TKi = \frac{\Sigma Xi}{\Sigma Yi} \times 100\%$$

Keterangan :

Tki = Tingkat kesesuaian reponden/pelanggan

$\Sigma Xi$  = skor penilaian kinerja

$\Sigma Yi$  = skor penilaian harapan responden

## **2. Diagram kartesius**

Diagram kartesius adalah ruang yang dibagi menjadi empat bagian dan ditentukan oleh dua garis yang berpotongan tegak lurus pada suatu titik (X,Y) dimana X merupakan rata-rata dari rata-rata skor tingkat pelaksanaan atau kepuasan konsumen dari sebuah faktor atribut, sedangkan Y merupakan rata-rata skor tingkat kepentingan seluruh faktor atau atribut yang mempengaruhi kepuasan konsumen.

Langkah selanjutnya adalah menjabarkan setiap atribut dalam diagram kartesius dengan memasukan nilai rata-rata kinerja dan kepentingan atribut/ Pernyataan sesuai perhitungan. Sampai pada tahapan ini rata-rata setiap atribut selanjutnya dikelompokkan kedalam diagram kartesius dalam 4 posisi kuadran. Posisi kuadran tergantung pada nilai rata-rata setiap atribut. Penjelasan masing-masing kuadran tersebut adalah sebagai berikut :

### **Kuadran I (Prioritas Utama)**

Kuadran ini memuat atribut-atribut yang dianggap penting oleh konsumen tetapi pada kenyataannya atribut tersebut belum sesuai dengan harapan pelanggan. Tingkat kinerja dari atribut lebih rendah daripada tingkat harapan pelanggan. Atribut yang ada dalam kuadran ini harus lebih ditingkatkan lagi kinerjanya supaya dapat memuaskan pelanggan.

### **Kuadran II (Pertahankan Prestasi)**

Atribut dalam kuadran ini memiliki tingkat harapan dan kinerja yang tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa atribut tersebut penting dan memiliki kinerja yang tinggi. Atribut di kuadran ini wajib dipertahankan kedepannya karena dianggap penting dan hasilnya sangat memuaskan.

**Kuadran III (Prioritas Rendah)**

Atribut dalam kuadran ini dianggap tidak terlalu penting oleh pelanggan dan pada kenyataannya kinerjanya tidak terlalu istimewa/biasa saja. Atribut dalam kuadran III memiliki harapan rendah dan kinerja juga dinilai kurang baik oleh pelanggan. Perbaikan pada kuadran III penting untuk dipertimbangkan kembali dengan cara melihat pengaruh besar kecilnya terhadap pelanggan.

**Kuadran IV (Berlebihan)**

Kuadran ini memiliki tingkat harapan rendah menurut pelanggan akan tetapi memiliki kinerja yang baik, sehingga dianggap berlebihan oleh pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa atribut yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dinilai berlebihan dalam pelaksanaannya, hal ini dikarenakan pelanggan menganggap tidak terlalu penting/kurang diharapkan, sedangkan pelaksanaan kinerjanya dilakukan dengan sangat baik.

**2.5. Customer Satisfaction Index (CSI)**

*Customer Satisfaction Index (CSI)* yakni indeks untuk menentukan tingkat kepuasan secara menyeluruh menggunakan pendekatan yang mempertimbangkan tingkat kepentingan dari seluruh atribut produk atau jasa yang diukur. CSI yakni analisis kuantitatif berupa presentase pelanggan yang puas dalam suatu survey kepuasan pelanggan (Febria, 2020). terdapat empat langkah dalam menentukan CSI, yaitu :

### 1. Menentukan *Mean Importance Score (MIS)* dan *Mean Satisfaction Score (MSS)*

Perhitungan ini merupakan rata-rata dari skor kepentingan suatu atribut. Sedangkan MSS merupakan rata-rata skor tingkat kepuasan yang berasal dari kinerja jasa yang dirasakan pelanggan (Febria, 2020).

### 2. Menghitung *Weight Factor (WF)* atau Faktor tertimbang

Perhitungan ini merupakan fungsi dari MIS atau nilai rata-rata tingkat kepentingan masing-masing atribut yang disebutkan dalam bentuk persen terhadap total MIS untuk seluruh atribut yang diuji.

### 3. Menentukan *Weight Score (WS)* atau Skor Tertimbang

Perhitungan ini merupakan perkalian antara *Weight Score (WF)* dengan rata-rata tingkat kepuasan MSS.

### 4. Menentukan *Customer Satisfaction Index (CSI)*

Perhitungan ini merupakan hasil perhitungan *Weight Score Total* dibagi skor penilaian dalam penelitian ini menggunakan skala *Likert* yang berarti dibagi 5 kemudian dikali 100%, kemudian hasil dari perhitungan CSI di kategorikan.

Menurut Ihsani, (2005) tingkat kepuasan konsumen secara menyeluruh dibagi kedalam lima kriteria kepuasan.

Tabel 2.1  
Kriteria Nilai Customer Satisfaction Index

Nilai CSI	Kriteria CSI
81% - 100%	Sangat Puas
66% - 80%	Puas
51% - 65%	Cukup Puas
35% - 50%	Kurang Puas
0% - 34%	Tidak Puas

## 2.6. Hasil Penelitian Terdahulu Yang Relevan

Tabel 2.2  
Penelitian Terdahulu

No	Judul	Nama Peneliti	Metode Penelitian	Hasil
1	Analisis Tingkat Kepuasan Nasabah Terhadap Kualitas Pelayanan BRI Syari'ah Dengan Metode <i>Importance Perfromance Analysis</i> (IPA) dan <i>Customer Satisfaction Index</i> (CSI) (Studi Kasus pada Mahasiswa S1 IAIN Purwokerto Angkatan 2016-2019)	(Febria, 2020)	Kuantitatif dan Kualitatif Deskriptif	Berdasarkan result analisis IPA, diperoleh bahwa atribut yang menjadi prioritas utama untuk ditingkatkan kinerjanya adalah kuadran I. selanjutnya atribut yang menjadi prioritas kedua adalah kuadran III. Berdasarkan result analisis CSI, diperoleh sebesar 79% yang menunjukkan bahwa nasabah merasa puas dengan kinerja kualitas pelayanan BRI Syari'ah.
2	Penerapan Metode <i>Importance Perfromance Analysis</i> (IPA) dan <i>Customer Satisfaction Index</i> (CSI) pada Kualitas Pelayanan GOJEK (Studi Pelanggan di Kota Bandung)	(Sampurno & Sharif, 2020)	Kuantitatif	Hasil penelitian yang diperoleh berdasarkan metode CSI menunjukkan bahwa secara keseluruhan tingkat kepuasan pelanggan Gojek di Kota Bandung termasuk dalam kategori "Puas". Hasil perhitungan berdasarkan metode IPA terdapat terdapat tiga item yang perlu diperbaiki, enam belas item yang perlu dipertahankan dan tiga belas item yang perlu

				dikurangi intensitasnya oleh Gojek.
3	Analisis Faktor Kepuasan Nasabah Non-Muslim Terhadap Kualitas Layanan Bank Syariah dengan Menggunakan Metode <i>Importance Perfromance Analysis</i> (IPA) dan <i>Customer Satisfaction Index</i> (CSI)	(Lestari, 2018)	Kuantitatif Deskriptif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan nasabah Non Muslim pada Bank Syariah di Tangerang Selatan sebesar 81%. Atribut yang terdapat pada kuadran I dan menjadi prioritas utama.. Atribut yang terdapat pada kuadran IV dan menjadi berlebihan adalah atribut ketersediaan karyawan bank dalam mendengarkan keluhan dan saran dari pelanggan.
4	Kualitas Pelayanan Aplikasi DANA Terhadap Kepuasan Konsumen <i>Quality Of DANA Application Services On Consumer Satisfaction</i>	(Gunawan et al., 2021)	Kuantitatif	Nilai presentase CSI yang diperoleh pada penelitian ini sebesar 77.1 % yang merasa puas terhadap kualitas pelayanan pada Aplikasi DANA. Hasil penelitian ini menemukan 3 dari 22 atribut yang perlu ditingkatkan, 6 atribut yang harus di pertahankan dalam kualitas pelayanan, 9 atribut yang masih seimbang antara kinerja dengan kepentingan konsumen, dan 4 atribut yang kinerja lebih tinggi dari kepentingan konsumen.

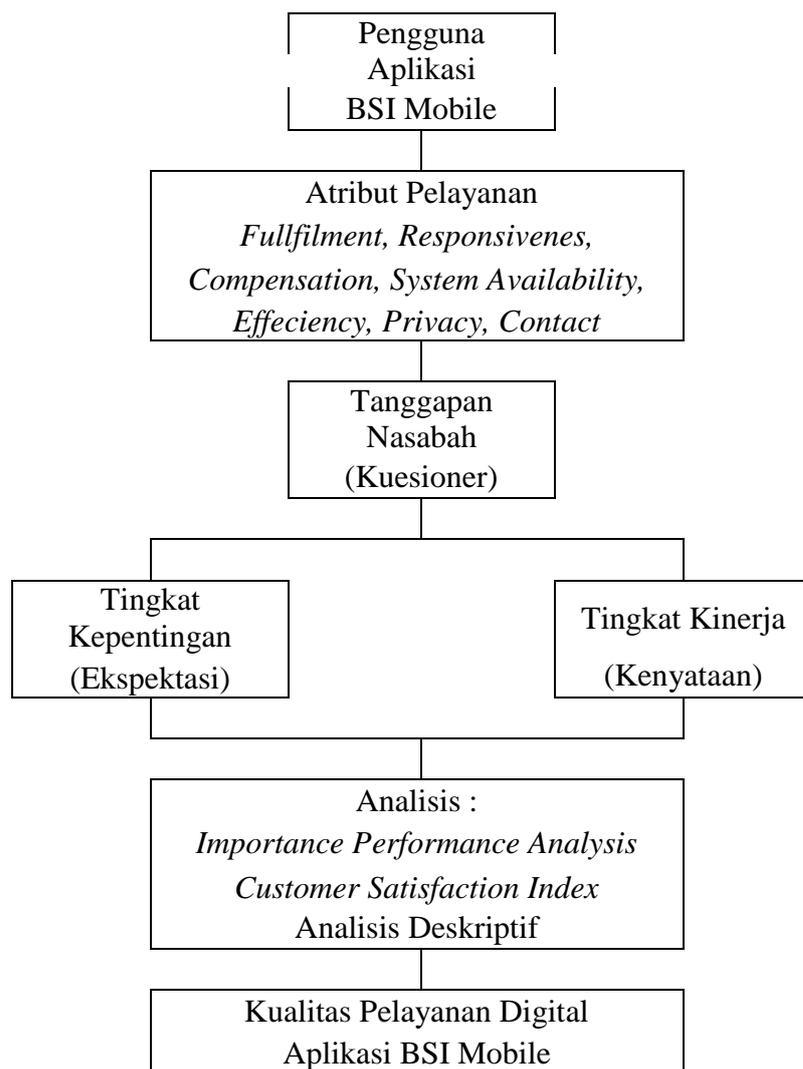
5	Analisa Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan Menggunakan Metode IPA dan CSI (Studi Kasus pada Rumah Makan Family Benteng Bukittinggi)	(Putra, 2021)	Kuantitatif dan Kualitatif Deskriptif	Hasil penelitian ini yaitu tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan Rumah Makan Family Benteng Bukittinggi yaitu 77,91%, angka ini menunjukkan tingkat kepuasan pelanggan berada pada level puas, dan sektor yang menjadi kelemahan Rumah Makan Family Benteng Bukittinggi yaitu pada kecepatan dan kesesuaian pelayanan, serta kurangnya inisiatif karyawan dalam memberikan pelayanan kepada konsumen. Kata
6	Analisis Tingkat Kepuasan Nasabah Pengguna e-Banking pada Masa Pandemi Covid-19	(El Aiyubbi et al., 2021)	Kuantitatif	Analisis yang dilakukan menggunakan Indeks Kepuasan Pelanggan (CSI) menunjukkan nilai indeks kepuasan sebesar 74,75 % yang berarti berada pada kriteria “puas”. Sementara itu, Importance Performance Analysis (IPA) menunjukkan tujuh item masuk dalam kategori yang perlu dipertahankan. Kemudian tiga item termasuk dalam kategori prioritas rendah: kemudahan aktivasi, tampilan

				antarmuka, dan biaya transaksi rendah
7	Kepuasan Nasabah Terhadap Kualitas-Layanan BNI E-Banking	(Rusianti et al., 2016)	Deskriptif Kuantitatif	Hasil nilai presentase CSI dalam penelitian ini sebesar 61,57% yang menunjukkan bahwa nasabah merasa “cukup puas” terhadap kualitas pelayanan secara keseluruhan. Hasil analisis IPA dalam diagram kartesius menunjukkan bahwa 8 atribut pelayanan masuk dalam kuadran I, terdapat 5 atribut masuk ke kuadran II, terdapat 4 atribut masuk kedalam kuadran III, dan kuadran IV terdapat atribut pelayanan.
8	Analisis Tingkat Kepuasan Pelayanan Nasabah BSI di Aceh Dengan Menggunakan Pendekatan <i>Importance Performance Analysis</i>	(Sri, 2021)	Kuantitatif	Hasil analisis tingkat kepuasan penggunaan BSI Mobile di Aceh hasil penelitian metode analisis IPA menunjukkan bahwa terdapat 5 atribut pelayanan yang harus di tingkatkan, karena atribut tersebut memiliki kualitas pelayanan yang kurang memuaskan dan dianggap penting oleh nasabah.
9	Analisis Kualitas Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus:BSM Kantor Kas	(Firmansyah et al., 2020)	Kuantitatif	Hasil analisis kualitas mobile banking pada BSM menggunakan metode IPA terdapat 4 atribut yang harus diperbaiki dan terdapat 3 atribut yang

	Mahasiswa dan Universitas Muhammadiyah Jember)			diperioritaskan. Sedangkan berdasarkan metode CSI didapatkan nilai kepuasan nasabah secara keseluruhan sebesar 80,49% masuk dalam kategori “puas”.
10	Penerapan Metode <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA) dan <i>Customer Satisfaction Index</i> (CSI) Terhadap Penilaian Kualitas Pelayanan Konsumen Perusahaan Daerah Air Minum (Pdam) Tirta Jati Cabang Suranenggala Kabupaten Cirebon	(Pranata & Sudrajat, 2019)	Kuantitatif	Hasil dari metode <i>Importance Performance Analysis</i> yaitu secara keseluruhan kinerja kualitas pelayanan nilai rata-ratanya adalah 72,07, dengan demikian kualitas pelayanan di PDAM Tirta Jati Kecamatan Suranenggala Kabupaten Cirebon dapat dikategorikan Baik. Dan Berdasarkan metode analisis <i>Customer Satisfaction Index</i> (CSI) didapat nilai 62,29 yang artinya menurut Kriteria kepuasan pelanggan pada kategori Cukup Puas.

## 2.7. Kerangka Berfikir

Kerangka pemikiran yaitu model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai hal yang penting sugiyono. Adapun kerangka dari pemikiran ini adalah sebagai berikut :



## **BAB III METODE PENELITIAN**

### **3.1 Waktu dan Wilayah Penelitian**

Berdasarkan waktu penelitian dari mulai penyusunan proposal sampai tersususnya laporan penelitian adalah dari bulan Juli – November 2022. Wilayah penelitian yaitu warga Solo Raya yang merupakan nasabah Bank Syariah Indonesia yang menggunakan aplikasi BSI Mobile.

### **3.2 Jenis Penelitian**

Jenis dari penelitian yang dipergunakan adalah metode kuantitatif deskriptif. Penelitian kuantitatif sendiri merupakan penelitian yang menggunakan numerik/angka, dan analisis menggunakan statistik (Sugiyono, 2016). Kemudian menggunakan metode deskriptif yaitu dengan tujuan untuk memberikan suatu gambaran dan penjelasan yang akurat dari sebuah data (Suryani & Hendryadi, 2015).

Sesuai dengan jenis penelitian yang telah ditentukan, maka penelitian ini tentunya dilakukan untuk mendiskripsikan kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan nasabah dalam menggunakan atribut-atribut pelayanan aplikasi BSI *Mobile*.

### 3.3 Populasi, Sampel, Teknik Pengambilan Sampel

#### 3.3.1 Populasi

Pengertian dari populasi adalah lingkup generalisasi yang terdapat obyek/subyek serta memiliki kualitas dan karakteristik yang telah dipilih oleh peneliti dengan tujuan dipelajari dan pada akhirnya dapat ditarik hasil dari kesimpulan (Sugiyono, 2016). Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah Bank Syariah Indonesia yang menggunakan aplikasi BSI Mobile yang berdomisili di Solo Raya.

#### 3.3.2 Sampel

Sampel merupakan suatu komponen dalam jumlah dan karakteristik dalam populasi penelitian (Sugiyono, 2016). Sampel yang baik harus dapat menjelaskan seluruh karakteristik pada populasinya. Dengan pertimbangan dana, tenaga, waktu dan ketelitian dalam menganalisis data maka jumlah sampel penelitian ini menggunakan rumus (Riduwan 2008). Hal ini dikarenakan jumlah populasi tidak diketahui atau tidak terhingga.

Berikut rumus yang digunakan :

$$n = \left[ \frac{Z_{\alpha/2} \sigma}{e} \right]$$

Keterangan :

$n$  = Jumlah sampel

$Z_{\alpha/2}$  = Nilai yang dapat dari tabel normal atas tingkat keyakinan tingkat kepercayaan 95%

$\sigma$  = Tingkat kesalahan penarikan sampel (0,05)

$e$  = Standar deviasi populasi (0,25%)

Maka rumus diatas maka jumlah sampel yang akan diambil adalah :

$$n = \left[ \frac{1,96/0,25}{0,05} \right]$$

$$n = 96,04$$

Berdasarkan perhitungan diatas maka jumlah sampel dalam penelitian ini minimal adalah 96,04 reponden. Sehingga dalam penelitian ini setidaknya penulis harus mengambil data sampel sekurang-kurangnya 100 orang yang diambil dari nasabah pengguna aplikasi BSI Mobile yang berdomisili di Solo Raya.

### 3.3.3 Teknik Pengambilan Sampel

Penentuan atau cara pengambilan sampel dalam penelitian ini dipilih dengan menggunakan metode *Non-probability Sampling* dengan teknik *purposive sampling* sesuai yang artinya pengambilan sampel dilakukan sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan peneliti (Sugiyono, 2016). Berikut ini merupakan kriteria-kriteria yang dipilih untuk melakukan penelitian adalah :

1. Pengguna BSI Mobile
2. Berdomisili di Solo Raya
3. Sudah pernah melakukan transaksi melalui aplikasi BSI Mobile

### 3.4 Data dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer adalah data yang dikumpulkan oleh peneliti melalui pengambilan data secara langsung, data primer disebut sebagai data pertama. Data primer diperoleh melalui daftar pertanyaan kuisisioner yang di isi oleh responden (Sugiyono, 2016). Data

primer diperoleh dengan menyebarkan daftar pernyataan (kuisisioner) berupa google formulir yang akan disebarakan melalui media WhatsApp, Telegram, Instagram dan media sosial lainnya.

### 3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara yang digunakan dalam penelitian untuk memperoleh data, maka peneliti menggunakan teknik pengumpulan data berupa kuisisioner atau angket. Teknik pengumpulan data melalu kuisisioner atau angket merupakan teknik pengumpulan data dengan cara menyebarkan seperangkat pernyataan untuk dijawab oleh responden (Sugiyono, 2016). Data didapatkan dengan cara menyebar kuisisioner online berupa google formulir yang disebarakan melalui sosial media seperti Whatsapp grup, Telegram, Instagram dan social media sejenis lainnya. Bentuk pengukuran kuisisioner dinyatakan dengan skala *likert*. Berikut bentuk tabel skala *likert* :

Tabel 3. 1  
Alternatif Jawaban Variabel

<b>Pilihan Jawaban</b>	<b>Nilai</b>
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Netral (N)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

### 3.6 Teknik Analisis Data

Cara analisis data yang digunakan penelitian ini menggunakan metode IPA dan CSI dengan menggunakan software aplikasi SPSS for windows dan Microsoft Excel 2019. Analisis kuantitatif deskriptif dalam penelitian ini dilakukan dengan beberapa langkah :

#### 1. Uji Validitas

Menurut Sugiyono, (2016), uji validitas merupakan suatu langkah dalam pengujian yang dilakukan pada isi dari suatu instrumen dengan tujuan untuk mengukur ketepatan instrumen yang digunakan dalam suatu penelitian. Kuisiener dinyatakan valid jika pertanyaan pada kuisiener mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuisiener tersebut. Uji validitas dihitung dengan membandingkan nilai  $r$  hitung (*correlated item-total correlations*) dengan nilai  $r$  tabel. Jika  $r$  hitung  $>$  dari  $r$  tabel dengan signifikansi 5%, maka pernyataan disebut valid atau kuisiener sudah benar. Teknik yang dipakai menguji validitas kuisiener adalah teknik korelasi *product moment*, berikut :

Rumus :

$$r = \frac{n (\Sigma XY) - (\Sigma X)(\Sigma Y)}{\sqrt{[n\Sigma x^2 - (\Sigma x^2)]} \sqrt{[n\Sigma Y^2 - (\Sigma Y^2)]}}$$

Keterangan :

$r$  = Koefisien korelasi

$X$  = Skor variabel bebas

$Y$  = skor variabel terikat

$n$  = Jumlah reponden

## 2. Uji Reliabilitas

Menurut Umar, (2020) uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator-indikator dari variabel. Reliabilitas digunakan untuk mengukur variabel melalui kuisisioner yang dapat diandalkan. Sekalipun jawaban pertanyaan diujicobakan beberapa kali, jika jawaban pertanyaan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu, kuisisioner tersebut dianggap reliabel.

Untuk menghitung reliabilitas, dapat menggunakan rumus *Cronbach Alpha* berikut :

$$r = \left[ \frac{k}{(k - 1)} \right] \left[ 1 - \frac{\Sigma \sigma b^2}{\sigma t^2} \right]$$

Keterangan :

$r$  = Reliabilitas instrument

$k$  = banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal

$\sigma b^2$  = Jumlah variabel

$\sigma t^2$  = Varian total

Instrumen untuk mengukur variabel dikatakan reliabel jika memenuhi batasan reliabilitas yang sudah ditentukan, yaitu :

Jika  $r \text{ alpha} > 0,70$  maka pertanyaan reliabel.

Jika  $r \text{ alpha} < 0,70$  maka pertanyaan tidak reliabel.

### 3. *Importance Performance Analysis (IPA)*

Analisis tingkat kepentingan dan kinerja merupakan suatu teknik penerapan yang mudah digunakan untuk mengukur atribut dari tingkat kepentingan dan kinerja yang berguna untuk pengembangan program pemasaran yang efektif. Adapun tahapan pengolahan data dengan metode IPA adalah :

#### a. Menentukan tingkat kesesuaian

Yaitu membandingkan antara tingkat kepentingan dan tingkat kinerja kualitas atribut-atribut yang diteliti melalui perbandingan skor kinerja dengan skor kepentingan. Rumus tingkat kesesuaian yang digunakan adalah :

$$TKi = \frac{\sum Xi}{\sum Yi} \times 100\%$$

Keterangan :

Tki = Tingkat kesesuaian

Xi = skor penilaian kinerja

Yi = skor penilaian kepentingan

#### b. Pemetaan diagram kartesius

Tahap selanjutnya adalah pengelompokan setiap atribut kedalam diagram kartesius. Setiap area memiliki kondisi khusus untuk setiap atribut. Pada tahapan ini rata-rata setiap atribut kemudian dikelompokkan kedalam diagram kartesius dalam 4 posisi kuadran. Posisis kuadran tergantung kepada nilai rata-rata atribut. Penjelasan masig-masing kuadran tersebut adalah sebagai berikut :

#### 1) Kuadran I (Prioritas Utama)

Kuadran ini memuat atribut-atribut yang dianggap penting oleh konsumen tetapi pada kenyataannya atribut tersebut belum sesuai dengan harapan pelanggan. Tingkat kinerja dari atribut lebih rendah daripada tingkat harapan pelanggan. Atribut yang terdapat dalam kuadran ini harus lebih ditingkatkan kinerjanya agar dapat memuaskan pelanggan.

#### 2) Kuadra II (Pertahankan Prestasi)

Atribut/ Pernyataan dalam kuadran ini memiliki tingkat harapan dan kinerja yang tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa atribut tersebut penting dan memiliki kinerja yang tinggi. Atribut di kuadran ini wajib dipertahankan kedepannya karena dianggap penting dan hasilnya sangat memuaskan.

#### 3) Kuadran III (Prioritas Rendah)

Atribut pada kuadran ini dianggap kurang penting oleh pelanggan akan tetapi pada kenyataannya kinerjanya tidak terlalu istimewa/biasa saja. Atribut dalam kuadran ini memiliki tingkat harapan rendah dan kinerja juga dinilai kurang baik oleh pelanggan. Perbaikan dalam kuadran ini perlu dipertimbangkan kembali dengan melihat pengaruh besar kecilnya terhadap pelanggan.

#### 4) Kuadran IV (Berlebihan)

Menurut pelanggan kuadran ini memiliki tingkat harapan rendah akan tetapi memiliki kinerja yang baik, sehingga dianggap berlebihan oleh pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa atribut/ pernyataan yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dinilai berlebihan dalam pelaksanaannya, hal ini dikarenakan

pelanggan menganggap tidak terlalu penting/kurang diharapkan, sedangkan pelaksanaan kinerjanya dilakukan dengan sangat baik.

#### 4. *Customer Satisfaction Index (CSI)*

*Customer Satisfaction Index (CSI)* atau yang dikenal dengan indeks kepuasan konsumen adalah metode yang menggunakan indeks atau mengukur tingkat kepuasan konsumen berdasarkan atribut-atribut tertentu. Atribut yang diukur bias berbeda untuk masing-masing industri, maupun untuk masing-masing perusahaan. Hal ini tergantung pada kebutuhan informasi yang ingin diketahui oleh perusahaan terhadap konsumen. Terdapat empat langkah dalam menghitung CSI, yaitu :

1. Menentukan *Mean Importance Score (MIS)* dan *Mean Satisfaction Score (MSS)*

MIS merupakan rata-rata dari skor kepentingan suatu atribut. Sedangkan MSS merupakan rata-rata skor tingkat kepuasan yang berasal dari kinerja jasa yang dirasakan pelanggan. Rumusnya sebagai berikut :

$$MIS = \frac{\sum_{i=1}^n Y_i}{n} \text{ dan } MSS = \frac{\sum_{i=1}^n X_i}{n}$$

2. Menghitung *Weight Factor (WF)* atau Faktor tertimbang

Perhitungan ini merupakan fungsi dari MIS atau nilai rata-rata tingkat kepentingan masing-masing atribut yang disebutkan dalam bentuk persen terhadap total MIS untuk seluruh atribut yang diuji.

$$WF = \frac{MIS_i}{\sum_{i=1}^p MIS_i} \times 100\%$$

3. Menentukan *Weight Score* (WS) atau Skor Tertimbang

Bobot ini merupakan perkalian antara *Weight Score* (WF) dengan rata-rata tingkat kepuasan MSS.

$$WS = WFi \times MSSi$$

4. Menentukan *Customer Satisfaction Idexx* (CSI)

$$CSI = \frac{\sum_{i=1}^p WSi}{5} \times 100\%$$

Menurut (Ihsani, 2005) tingkat kepuasan konsumen secara menyeluruh dibagi kedalam lima kriteria kepuasan.

Tabel 3. 2  
Kriteria Penilaian *Customer Satisfaction Index* (CSI)

Nilai CSI	Kriteria CSI
81% - 100%	Sangat Puas
66% - 80%	Puas
51% - 65%	Cukup Puas
35% - 50%	Kurang Puas
0% - 34%	Tidak Puas

## BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

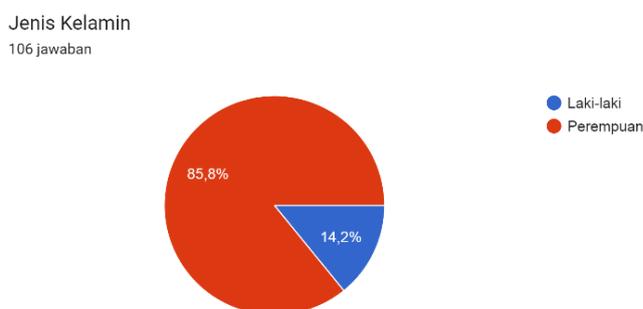
### 4.1 Gambaran Umum Penelitian

Pada penelitian ini menggunakan data primer yang diambil langsung dengan menyebarkan kuesioner pada responden. Adapun responden yang menjadi kriteria dalam penelitian ini adalah nasabah Bank Syariah Indonesia yang menggunakan BSI Mobile yang berada di wilayah Solo Raya. Gambaran mengenai data responden penelitian dan BSI Mobile adalah sebagai berikut :

#### 1. Gambaran Karakteristik Responden

Survei ini melibatkan 116 responden, yang dipilih dari survei ini adalah pelanggan BSI yang menggunakan aplikasi BSI Mobile dan berlokasi di Solo Raya. Deskripsi umum responden menjelaskan karakteristik responden menurut jenis kelamin, umur, tempat tinggal dan pekerjaan. Karakteristik responden ditentukan dari respon kuesioner yang dibagikan kepada pengguna BSI Mobile yang berdomisili di Solo Raya. Gambaran responden dapat dilihat pada gambar berikut. Gambaran umum responden dapat dilihat pada gambar di bawah ini.

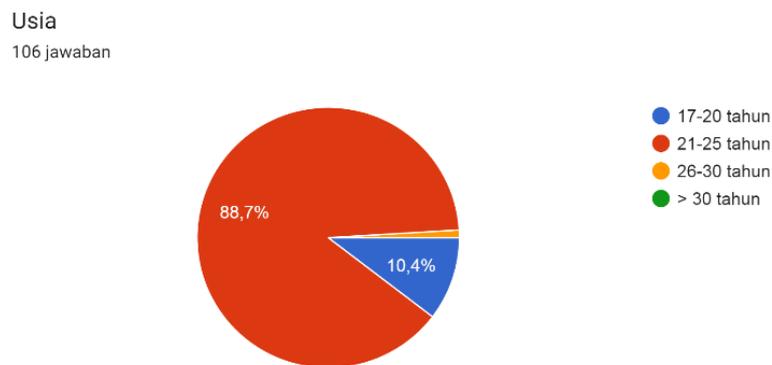
Gambar 4. 1  
Jenis Kelamin Responden



Sumber : Data Primer, diolah (2022)

Data penelitian yang diperoleh dari jawaban kuesioner yang telah dibagikan kepada pengguna BSI Mobile yang berdomisili di Solo Raya. Hasil kuesioner bisa dilihat pada gambar. Berdasarkan gambar dapat diketahui bahwa reponden perempuan lebih banyak dibandingkan dengan laki-laki. Sebanyak 85,8% merupakan reponden perempuan, sedangkan 14,2% adalah laki-laki.

Gambar 4. 2  
Usia Responden

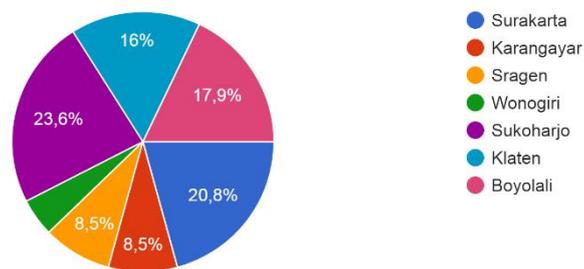


Sumber : Data Primer, diolah (2022)

Berdasarkan gambar 4.3 Bahwasanya rata-rata responden yang terbanyak mengisi dalam kuesioner ini berusia 21-25 tahun dengan presentase 88,7% dan usia 17-20 tahun 10,4% dan sisanya berusia 26-30 tahun.

Gambar 4. 3  
Domisili Responden

Domisili saat ini  
106 jawaban

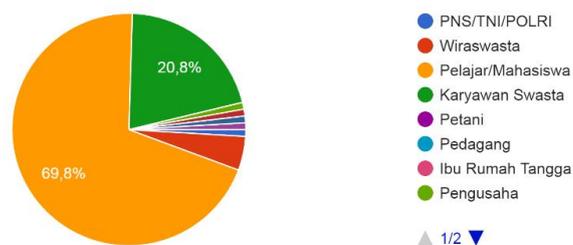


Sumber : Data Primer, diolah (2022)

Berdasarkan data diatas presentase reponden terbesar adalah kabupaten Sukoharjo dengan 23,6%, Surakarta 20,8%, Boyolali 17,9%, Klaten 16% kemudian kabupaten atau kota lainnya berada pada presentase dibawah 8,5%.

Gambar 4. 4  
Pekerjaan Responden

Pekerjaan  
106 jawaban



Sumber : Data Primer, diolah (2022)

Berdasarkan data diatas disimpulkan bahwa responden status pekerjaanya terbesar adalah pelajar/mahasiswa dengan presentasse 69,8% kemudian diikuti karyawan swasta 20,8% kemudian sisanya adalah wiraswasta, pengusaha, pedagang dll.

## **2. BSI Mobile**

PT Bank Syariah Indonesia Tbk merupakan hasil merger dari tiga perusahaan perbankan syariah yaitu BNI Syariah, BRI Syariah dan Bank Syariah Mandiri. Bank Syariah Indonesia diresmikan dan mulai beroperasi pada Senin, 1 Februari 2021. Operasi perbankan akan dilanjutkan di cabang bank asal selama fase integrasi, yang akan dilaksanakan secara bertahap mulai 1 hingga 31 Februari mulai Oktober 2021.

Setelah proses penggabungan, seluruh aktivitas nasabah akan dialihkan ke Bank Syariah Indonesia yang akan aktif mulai 1 November 2021. Salah satu layanan yang sangat diinginkan oleh nasabah dan/atau calon nasabah adalah layanan pembayaran secara digital yaitu BSI Mobile. Adanya fitur dan layanan virtual ini cukup membantu masyarakat secara keseluruhan. Kemungkinan calon nasabah dapat bertransaksi dengan mudah dan praktis tanpa harus keluar rumah untuk pergi ke ATM atau ke kantor cabang terdekat.

BSI Mobbile merupakan layanan mobile banking dari Bank Syariah Indonesia yang disediakan untuk nasabahnya guna dapat terhubung ke rekening tabungan dan melakukan transaksi online. Mobile banking ini bisa diakses

kapanpun dan dimanapun melalui perangkat smarphone, baik melalui Android maupun IOS (Hidayat et al., 2022).

BSI Mobile juga menawarkan berbagai fitur yang memudahkan nasabah dalam melakukan pengecekan info rekening, hingga melakukan pembayaran penting lainnya.

Fitur-fitur yang terdapat pada BSI Mobile, yaitu :

1. Pengecekan informasi saldo
2. Transfer uang
3. Bayar kebutuhan sehari-hari
4. Bayar zakat, jual beli emas, saham dll
5. QRIS dan masih banyak lagi fitur menarik lainnya.

Untuk dapat menikmati fitur-fitur dari BSI Mobile, nasabah perlu mengaktifkan dan registrasi aplikasi BSI Mobile terlebih dahulu. caranya sebagai berikut :

1. Buka aplikasi dan pilih "Saya sudah punya akun"
2. Kemudian pilih "Aktifkan"
3. Masukkan nomor ponsel yang dikirimkan oleh BSI dan kode aktivasi
4. Buat kata sandi Mobile Banking dan proses aktivasi selesai
5. Setelah menyelesaikan aktivasi, pelanggan dapat menggunakan fitur tambahan dari BSI Mobile App.

## 4.2 Hasil Analisis Data dan Pembahasan

Analisis data dilakukan menggunakan uji kualitas data yaitu uji validitas dan uji reliabilitas untuk mengetahui apakah data yang digunakan dalam penelitian ini valid dan reliabel. Kemudian menggunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA) dan *Customer Satisfaction Index* (CSI) untuk mengetahui apa saja pelayanan yang perlu ditingkatkan serta untuk mengetahui apakah nasabah puas secara keseluruhan mengenai pelayanan digital BSI Mobile.

### 1. Uji Kualitas Data

#### a. Uji Validitas

Pengujian validitas ini, yang menjadi pedoman dalam pengambilan keputusan valid atau tidaknya sebuah data dengan cara membandingkan antara koefisien korelasi r hitung dengan r tabel. Untuk degree of freedom (df) =  $N-2$ , kemudian dalam hal ini (N) adalah jumlah sampel (Imam Ghozali, 2018). Indikator dianggap valid jika  $df = N-2$ ,  $df = 116-2 = 114$  pada taraf signifikan ( $\alpha$ ) = 0,05, maka df ke-114 menjadi r tabel = 0,1824 dengan ketentuan sebagai berikut:

- 1) Apabila nilai r hitung  $>$  r tabel dan nilainya positif, maka dapat dikatakan pernyataan tersebut valid.
- 2) Apabila nilai r hitung  $<$  r tabel, maka instrumen tersebut ditandai sebagai tidak valid.

Uji olahan SPSS versi 25 dibawah ini merupakan hasil uji validitas instrumen dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Tabel 4. 1  
Hasil Uji Validitas Tingkat Kepentingan Dan Kinerja

No	Atribut	Rhitung Tingkat Kepentingan (x)	Rhitung Tingkat Kinerja (y)	Rtabel product Moment	Uji Validitas
1	BSI mobile memiliki tampilan menarik dan mudah dimengerti	0,794	0,736	0,182	Valid
2	BSI Mobile memiliki alur layanan yang sederhana	0,753	0,792	0,182	Valid
3	Apabila BSI Mobile mengalami masalah sistem, nasabah akan segera diberitahu	0,749	0,738	0,182	Valid
4	BSI Mobile memiliki citra dan kredibilitas yang baik	0,729	0,727	0,182	Valid
5	BSI Mobile memiliki bukti transaksi yang mudah diperoleh	0,771	0,762	0,182	Valid
6	BSI Mobile memiliki layanan mutasi yang mutakhir	0,773	0,793	0,182	Valid
7	Nasabah dapat menggunakan BSI Mobile dengan mudah	0,789	0,807	0,182	Valid
8	Layanan BSI Mobile mempunyai proses transaksi yang dapat mengurangi kesalahan input informasi	0,715	0,733	0,182	Valid
9	Layanan transaksi BSI Mobile memberi tahu Anda dengan cepat tentang status transaksi	0,719	0,753	0,182	Valid
10	BSI Mobile memiliki informasi tentang penawaran produknya	0,784	0,772	0,182	Valid
11	BSI Mobile memiliki layanan pengaktifan kembali aplikasi	0,712	0,746	0,182	Valid
12	BSI Mobile memiliki verifikasi transaksi yang praktis	0,766	0,748	0,182	Valid
13	BSI Mobile menawarkan layanan verifikasi identitas rekening antar bank dengan mudah	0,784	0,745	0,182	Valid
14	BSI Mobile mempunyai fitur pembayaran yang lengkap (kartu kredit, listrik, BPJS, pajak,dll)	0,740	0,770	0,182	Valid
15	BSI Mobile mempunyai fitur pembelian yang lengkap (top-up, voucher telepon, beli paket data, dll.)	0,722	0,799	0,182	Valid

16	BSI Mobile mempunyai fitur investasi di dalam aplikasi	0,703	0,762	0,182	Valid
17	BSI Mobile menawarkan layanan tarik tunai melalui ATM	0,705	0,770	0,182	Valid
18	BSI Mobile mempunyai enkripsi data yang tinggi	0,771	0,818	0,182	Valid
19	BSI Mobile mempunyai sistem yang dapat bekerja dengan lancar selama 24 jam	0,752	0,859	0,182	Valid
20	BSI Mobile mempunyai jaminan transaksi yang aman	0,736	0,803	0,182	Valid
21	BSI Mobile memiliki informasi ketika ada pihak lain yang menyusup	0,750	0,814	0,182	Valid
22	BSI Mobile mempunyai id login sebelum melakukan transaksi	0,743	0,765	0,182	Valid
23	BSI Mobile mempunyai fitur layanan chat dan pesan	0,651	0,748	0,182	Valid
24	BSI Mobile memiliki fitur layanan telepon untuk berbicara dengan customer service	0,765	0,813	0,182	Valid

Sumber : Data Primer, dioalah (2022)

Berdasarkan Berdasarkan tabel di atas terlihat bahwa rhitung lebih besar dari rtabel pada hasil perhitungan yang valid. Berdasarkan hasil perhitungan tersebut, bahwa nilai masing-masing atribut tingkat kinerja (X) dan tingkat kepentingan atribut (Y) dinyatakan valid, maka dari itu kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini diikutsertakan dianalisis selanjutnya.

#### **b. Uji Reliabilitas**

Uji reliabilitas berguna untuk mengetahui kestabilan alat ukur yang digunakan atau sejauh mana dapat dipercaya dan dapat diandalkan. Untuk menguji reliabilitas pernyataan dengan menggunakan teknik uji *cronbach alpha* ( $\alpha$ ) untuk setiap atribut program SPSS dengan taraf signifikansi 95% ( $\alpha = 0,05$ ) dan  $df = N-2$ , maka kriteria pengujiannya adalah sebagai berikut. :

- 1) Jika nilai rhitung > rtabel, maka dapat dikatakan reliabel.
- 2) Jika nilai rhitung < dapat dikatakan tidak dapat diandalkan.

Hasil uji reliabilitas perangkat pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 2  
Data Hasil Uji Reliabilitas Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kinerja

No	Atribut	Nilai Hitung <i>Cronbach Alpha</i>	Nilai rtabel	Uji Reliabilitas
1	Tingkat Kepentingan	0,971	0,182	Reliabel
2	Tingkat Kinerja	0,965	0,182	Reliabel

Dari hasil uji reliabilitas di atas bisa disimpulkan bahwa tingkat kinerja dan atribut tingkat kepentingan telah dikatakan reliabel. Sebab berdasarkan uraian setiap atribut, nilai ralpha > nilai rtabel yaitu nilai ralpha tingkat kepentingan 0,971 > 0,182 lebih besar daripada rhitung, sedangkan nilai ralpha tingkat kinerja 0,965 > 0,182 dari nilai rhitung. Sehingga semua atribut dalam penelitian dikatakan reliabel. Maka berdasarkan pengujian di atas diperoleh bahwa nilai hitung dinyatakan reliabel dan dapat diikuti sertakan ke analisis selanjutnya.

## 2. Hasil dan Pembahasan Perhitungan *Importance Performance Analysis* (IPA)

### a. Analisis Tingkat Kesesuaian Atribut

Perhitungan penelitian ini membandingkan dua subvariabel yaitu tingkat kepentingan (ekspektasi) dan tingkat kinerja (kenyataan). Tingkat kesesuaian memiliki makna, yaitu hasil perbandingan antara poin kinerja dan poin kepentingan. Tingkat kesesuaian ini menentukan apa yang

diprioritas untuk memperbaiki faktor apa saja yang mempengaruhi kepuasan konsumen/pelanggan.

Tabel 4. 3  
Hasil Perhitungan Importance Performance Analysis (IPA)

No	Atribut	Tingkat Kepentingan (Hi)	Tingkat Kinerja (Ki)	Tingkat Kesesuaian (Tki)%	Rata-rata Hi (Yi)	Rata-rata Ki (Xi)
1	BSI mobile memiliki tampilan menarik dan mudah dimengerti	475	459	96,63	4,09	3,96
2	BSI Mobile memiliki alur layanan yang sederhana	471	451	95,75	4,06	3,89
3	Apabila BSI Mobile mengalami masalah sistem, nasabah segera dinotif	454	401	88,33	3,91	3,46
4	BSI Mobile memiliki citra dan kredibilitas yang baik	458	442	96,51	3,95	3,81
5	BSI Mobile memiliki bukti transaksi yang mudah diperoleh	482	475	98,55	4,16	4,09
6	BSI Mobile memiliki layanan mutasi yang mutakhir	470	455	96,81	4,05	3,92
7	Nasabah dapat menggunakan BSI Mobile dengan mudah	489	479	97,96	4,22	4,23
8	Layanan BSI Mobile mempunyai proses transaksi yang dapat mengurangi kesalahan input informasi	459	433	94,34	3,96	3,73
9	Layanan transaksi BSI Mobile memberi tahu Anda dengan cepat tentang status transaksi	472	457	96,82	4,07	3,94
10	BSI Mobile memiliki informasi tentang penawaran produknya	456	426	93,42	3,93	3,67
11	BSI Mobile memiliki layanan pengaktifan kembali aplikasi	438	413	94,29	3,78	3,56
12	BSI Mobile memiliki verifikasi transaksi yang praktis	461	449	97,40	3,97	3,87

13	BSI Mobile menawarkan layanan jasa verifikasi identitas rekening antar bank dengan gampang	461	451	97,83	3,97	3,89
14	BSI Mobile memiliki fitur pembayaran yang lengkap (kartu kredit, listrik, BPJS, pajak,dll)	461	455	98,70	3,97	3,92
15	BSI Mobile mempunyai fitur pembelian yang lengkap (top-up, voucher telepon, beli paket data, dll.)	468	456	97,44	4,03	3,93
16	BSI Mobile mempunyai fitur investasi di dalam aplikasi	468	434	96,88	3,86	3,74
17	BSI Mobile menawarkan layanan tarik tunai melalui ATM	471	469	99,58	4,06	4,04
18	BSI Mobile memiliki tingkat enkripsi data yang tinggi	459	455	99,13	3,96	3,92
19	BSI Mobile mempunyai sistem yang dapat bekerja dengan lancar selama 24 jam	476	451	94,75	4,10	3,89
20	BSI Mobile memiliki jaminan transaksi yang aman	475	457	96,21	4,09	3,94
21	BSI Mobile memiliki informasi ketika ada pihak lain yang menyusup	472	468	99,15	4,07	4,03
22	BSI Mobile mempunyai id login sebelum melakukan transaksi	460	434	94,35	3,97	3,74
23	BSI Mobile memiliki fitur layanan chat dan pesan	443	427	96,39	3,82	3,68
24	BSI Mobile mempunyai fitur layanan telepon untuk berbicara dengan customer service	458	446	97,38	3,95	3,84
<b>Rata-rata</b>				96,44	4,00	3,86

Sumber : Data Primer, diolah (2022)

Berdasarkan perhitungan 24 atribut diatas terdapat hasil tingkat kesesuaian antara tingkat kepentingan dan tingkat kinerja, Hasil rata-rata tingkat kesesuaian atribut sebesar 96,44% termasuk pada kategori tingkat kesesuaian yaitu “sangat sesuai”. Hal ini mengindikasikan tingkat kesesuaian termasuk dalam tingkat

“sangat sesuai”. Menurut Sukardi dan Cholidis (2006), Tingkat kepatuhan yang “baik” dapat dikatakan ada jika nilai tingkat kepatuhan mendekati 100 diatas rata-rata. Kategori pengaplikasian antara tingkat kepentingan dan tingkat kinerja bisa dilihat dari kategori kriteria tingkat kelayakan pada Tabel 4.4.

Tabel 4.4  
Kategori tingkat kesesuaian tabel

<b>Tingkat Kesesuaian</b>	<b>Kisaran Kesesuaian (%)</b>
Sangat sesuai	80-100
Sesuai	70-79
Cukup sesuai	60-69
Kurang sesuai	50-59
Tidak sesuai	40-49

Sumber : Indrawinangsih dan Sudaryanto (2007)

Untuk hasil atribut yang mempunyai skor tingkat kepentingan dan tingkat kinerja tertinggi terdapat pada atribut ke 7 yaitu nasabah dapat menggunakan aplikasi BSI Mobile dengan mudah dengan skor tingkat kepentingan (ekspektasi) sebesar 489, artinya bahwa tingkat kepentingan (ekspektasi) nasabah sangat tinggi terhadap atribut ini. Sedangkan untuk hasil atribut yang mempunyai skor tingkat kinerja (kenyataan) terendah terdapat pada atribut ke 11 yaitu BSI Mobile memiliki layanan pengaktifan kembali aplikasi dengan skor tingkat kepentingan 438, artinya pada atribut ini kinerja yang dirasakan oleh nasabah lebih rendah dibanding dengan ekspektasi nasabah.

Hasil setiap rata-rata atribut tingkat kinerja (X) diperoleh nilainya 3,86, sedangkan hasil perhitungan menunjukkan rata-rata tingkat kepentingan (Y) adalah 4,00. Hasil nilai ini digunakan sebagai pengelompokan dalam pemetaan *Importance performance analysis* menjadi empat kuadran, yaitu kuadran I prioritas tertinggi,

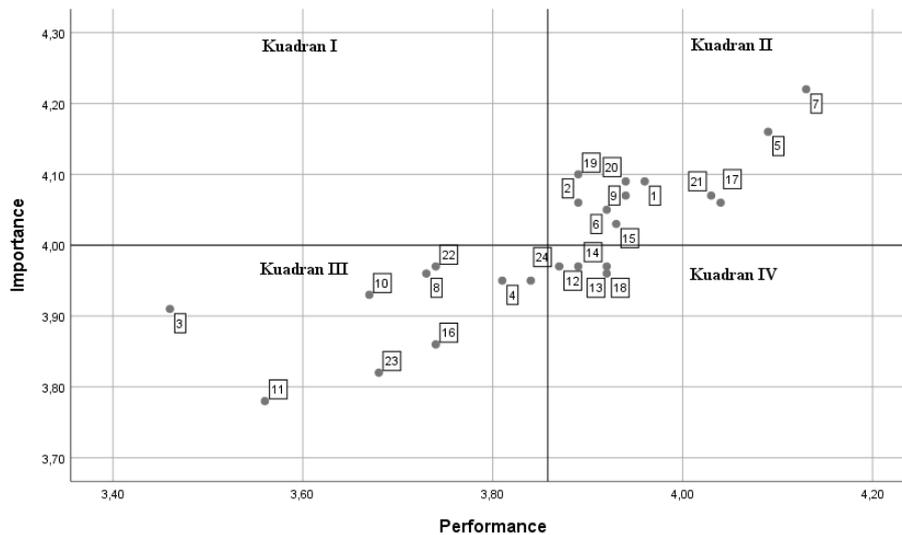
kuadran II untuk prioritas pertahankan, kuadran III prioritas rendah, dan kuadran IV prioritas berlebihan (Supranto, 2006).

#### **b. Analisis Diagram Kartesius**

Diagram kartesius adalah bagan terpisah empat bagian yang dibatasi oleh dua garis perpotongan langsung ke titik (X,Y), di mana X adalah rata-rata dari skor kinerja (kenyataan) dan Y adalah rata-rata skor kepentingan (harapan atau ekspektasi) yang mempengaruhi semua faktor kepuasan konsumen/pelanggan. Diagram kartesius difungsikan untuk menentukan tingkat kepuasan kepada konsumen, terlepas dari apakah berada di lokasi yang membutuhkan perbaikan atau mempertahankan kualitas pelayanan (Supranto, 2006). Posisi setiap atribut pada setiap kuadran pada diagram kartesius ditunjukkan di bawah ini gambar 4.6.

Diagram kartesius yang ditunjukkan pada Gambar 4.6 mendeskripsikan letak masing-masing setiap atribut yang mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen/pelanggan terbagi kedalam empat kuadran, yaitu kuadran I (prioritas utama), kuadran II (pertahankan prestasi), kuadran III (prioritas rendah), dan kuadran IV (berlebihan).

Gambar 4. 5  
Gambar Diagram Kartesius



Sumber : Data Primer, diolah (2022)

Keterangan :

1. BSI mobile memiliki tampilan menarik dan gampang dipahami
2. BSI mobile mempunyai prosedur atau tatacara layanan yang mudah
3. Apabila BSI Mobile mempunyai gangguan sistem maka akan segera diberitahukan segera ke nasabahnya
4. BSI Mobile mempunyai image dan kredibilitas yang baik
5. BSI Mobile mempunyai bukti transaksi yang mudah didapatkan
6. BSI Mobile mempunyai layanan mutasi yang mutakhir
7. Nasabah bisa menggunakan aplikasi BSI Mobile dengan mudah
8. Layanan BSI Mobile mempunyai prosedur atau tata cara transaksi yang bisa mengurangi kesalahan input informasi

9. Layanan transaksi di BSI Mobile memberikan notifikasi/pemberitahuan status transaksi dengan cepat
10. BSI Mobile memiliki informasi adanya tawaran produk yang dimiliki ke nasabahnya
11. BSI Mobile mempunyai layanan pengaktifan ulang aplikasi
12. BSI Mobile memiliki verifikasi transaksi yang ditampilkan dengan cara mudah dan praktis
13. BSI Mobile memberikan layanan melakukan verifikasi identitas pemilik rekening antar bank dengan mudah
14. BSI Mobile mempunyai fitur pembayaran yang lengkap (kartu kredit, listrik, BPJS, pajak,dll)
15. BSI Mobile mempunyai fitur pembelian yang lengkap (top-up, voucher telepon, beli paket data, dll.)
16. BSI Mobile mempunyai fitur investasi di dalam aplikasi BSI Mobile
17. BSI Mobile mempunyai fitur layanan menarik uang tunai melalui ATM
18. BSI Mobile memiliki tingkat enkripsi data yang tinggi
19. BSI Mobile memiliki sistem yang dapat bekerja dengan baik selama 24 jam
20. BSI Mobile mempunyai garansi dan jaminan transaksi yang aman dan menenangkan hati
21. BSI Mobile memiliki informasi apabila ada gangguan penyusup dari pihak lain
22. BSI Mobile memiliki id login sebelum melakukan transaksi
23. BSI Mobile memiliki fitur layanan chat dan pesan

**24.** BSI Mobile memiliki fitur layanan telepon untuk berbicara dengan customer service

Setiap penggambaran kuadran memiliki keadaan yang berbeda-beda. Pengelompokan berdasarkan tingkat kepentingan (harapan) dan tingkat kinerja (kenyataan) ini diupayakan agar bank untuk segera menindaklanjuti jika diperlukan perbaikan fitur-fitur yang diduga penting oleh nasabah, didalam keadaan waktu yang relatif singkat. Teori pada kuadran I-IV ini pada dasarnya sama, nasabah akan merasa puas apabila ekspektasi/harapan nya lebih rendah atau sesuai dengan/daripada kinerja nya. Harapan nasabah yang dimaksud adalah kepuasan nasabah dalam menggunakan kualitas pelayanan digital aplikasi BSI Mobile.

Nasabah akan merasa puas apabila mereka memperoleh pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi nasabah merasa puas yaitu ada lima faktor, yaitu : kualitas produk, harga, kualitas pelayanan, faktor emosional, biaya dan kemudahan akses. kelima faktor tersebut saling berhubungan dalam membuat pengguna/nasabah akan merasa puas atau tidak terhadap kualitas pelayanan yang diberikan.

Kualitas pelayanan digital atau *e-service quality* dalam kuadran ini terdapat tujuh indikator dan masing-masing pembagian indikator dalam atribut adalah sebagai berikut : *fulfillment* (pemenuhan) ada atribut 1, 2, 3, 4, 5, selanjutnya *responsiveness* (responsif) ada atribut 6 dan 7, selanjutnya *compensation* (ganti rugi) ada atribut 8, 9, 10, selanjutnya *efficiency* (efisiensi) ada atribut 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, selanjutnya *system availability* (kesanggupan sistem) ada atribut 18 dan

19, selanjutnya *privacy* (privasi) ada atribut 20, 21, dan 22, selanjutnya *contact* (kontak) ada atribut 23 dan 24.

Tahap pengukuran kepuasan nasabah ada empat pengukuran, yaitu : sistem keluhan dan saran, *ghost shopping*, *lost customer analysis*, dan survey kepuasan pelanggan. Dalam penelitian ini menggunakan tahap pengukuran ke empat yaitu survey kepuasan pelanggan dengan menyebarkan kuesioner melalui google form guna mendapatkan *feedback* secara langsung dari pelanggan.

Masing-masing kuadran ini bisa diinterpretasikan sebagai berikut:

1) Kuadran I (Prioritas Utama)

Toeri pada kuadran ini yaitu menunjukkan atribut yang dianggap sangat penting, tetapi bank belum menjalankannya sesuai dengan harapan nasabah. Sehingga nasabah tidak begitu puas. Pembahasan dalam hasil pemetaan diagram diatas diperoleh hasil bahwa pada kuadran I (prioritas pertama) ini tidak ditemukan atribut yang dianggap penting atau atribut yang menjadi prioritas untuk diperbaiki. Untuk itu bank diharapkan tetap terus menjaga kualitas pelayanan dan meningkatkan lebih lagi dalam memeberikan pelayanan.

2) Kuadran II (Pertahankan Prestasi)

Pada kuadran ini merupakan atribut yang telah berhasil dilaksanakan oleh bank, karena itu atribut tersebut wajib dipertahankan serta dianggap sangat penting dan sangat memuaskan. Pada pemetaan diagram di atas

terdapat 11 atribut yang tercantum dalam kuadran II ini, diantaranya sebagai berikut:

Pembahasan atribut yang termasuk dalam kuadran ini, yang pertama **Atribut 1** yaitu BSI mobile memiliki tampilan menarik dan gampang dipahami, nasabah menganggap pada atribut ini tingkat kinerja sesuai dengan tingkat kepentingan atau ekspektasi nasabah. Untuk itu pihak BSI Mobile tetap mempertahankan kualitas pelayanan pada atribut ini, karena nasabah senang dengan kualitas pelayanan atribut ke 1.

Selanjutnya **Atribut 2** yaitu BSI mobile mempunyai prosedur atau tatacara layanan yang mudah, dengan prosedur dan tatacara yang mudah pengguna bisa lebih memahami dan memudahkan dalam menggunakan aplikasi dengan lancar. Dalam kuadran ini harapan nasabah sudah sesuai dengan kinerja yang diberikan.

**Atribut 5** yaitu BSI Mobile mempunyai bukti transaksi yang mudah didapatkan, dengan adanya atribut ini nasabah bisa dengan mudah mendapatkan bukti serta lebih memudahkan nasabah membagikan bukti transaksi dengan mudah sesuai dengan kebutuhan dan kepentingan nasabah.

**Atribut 6** yaitu BSI Mobile mempunyai layanan mutasi yang mutakhir, dengan adanya fitur pada atribut ini memudahkan nasabah dalam pengecekan mutasi sewaktu-waktu apabila dibutuhkan.

**Atribut 7** yaitu Nasabah bisa menggunakan aplikasi BSI Mobile dengan mudah, kemudahan sangat penting bagi menjalankan aplikasi terutama nasabah yang baru menggunakan aplikasi BSI Mobile.

**Atribut 9** yaitu Layanan transaksi di BSI Mobile memberikan notifikasi/pemberitahuan status transaksi dengan cepat, dengan adanya fitur di atribut ini memudahkan nasabah dalam mengetahui status transaksi apakah transaksi sudah benar-benar terkirim atau belum. Dalam atribut ini antara ekspektasi dan kinerja sudah sesuai.

**Atribut 15** yaitu BSI Mobile mempunyai fitur pembelian yang lengkap (top-up, voucher telepon, beli paket data, dll.), dengan adanya fitur pada atribut ini memudahkan nasabah dalam pembelian, nasabah tidak perlu keluar rumah untuk melakukan pembelian top-up, paket data dll cukup lewat aplikasi BSI Mobile sudah dapat membeli apa yg dibutuhkan.

**Atribut 17** yaitu BSI Mobile mempunyai fitur layanan menarik uang tunai melalui AT, dengan adanya fitur ini memudahkan nasabah dalam pengambilan uang cash di ATM, nasabah tidak perlu transaksi menggunakan kartu ATM yang punya resiko keelen dan kesalahan mesin dll.

**Atribut 19** yaitu BSI Mobile memiliki sistem yang dapat bekerja dengan baik selama 24 jam, dengan adanya fitur pada atribut ini, nasabah tidak perlu khawatir dan bisa transaksi kapanpun dan dimanapun tanpa takut adanya pembatasan waktu dalam bertransaksi.

**Atribut 20.** BSI Mobile memiliki jaminan transaksi yang aman

**Atribut 21.** BSI Mobile memiliki informasi apabila ada gangguan penyusup dari pihak lain.

Dalam kuadran II ini dapat dikatakan nasabah sangat puas. Oleh karena itu pihak BSI mobile diharapkan bisa untuk terus dan tetap mempertahankan atribut-atribut dari kualitas pelayanan yang ada pada kuadran ini.

### 3) Kuadran III (Prioritas Rendah)

Pada kuadran ini merupakan atribut yang kurang memiliki pengaruh bagi nasabah, pelaksanaan dari bank juga biasa-biasa saja serta dianggap kurang penting dan dianggap kurang memuaskan. Terdapat 8 atribut pada kuadran ini, diantaranya:

Pembahasan pada kuadran III ini yang pertama **Atribut 3** yaitu Apabila BSI Mobile mempunyai gangguan sistem maka akan segera diberitahukan segera ke nasabahnya. Fitur pada kuadran ini pelayanannya dianggap biasa saja oleh nasabah dan dianggap kurang penting dan kurang memuaskan. Untuk itu pihak bank bisa memperhatikan lagi atribut pada kuadran III ini.

Selanjutnya **Atribut 4** yaitu BSI Mobile mempunyai image dan kredibilitas yang baik, pada fitur ini di anggap nasabah kurang penting dan pelaksanaanya juga biasa saja.

**Atribut 8** yaitu Layanan BSI Mobile memiliki prosedur transaksi yang dapat mengurangi kesalahan input informasi, dalam hal ini nasabah berekspektasi rendah dan kinerjanya biasa-biasa saja dan cenderung kurang memuaskan.

**Atribut 10** yaitu BSI Mobile memiliki informasi adanya tawaran produk yang dimiliki, biasanya nasabah ada yang memperhatikan dan juga yang menghiraukan notifikasi/tawaran dari jendela notifikasi smartphone nasabah, akan tetapi dalam hasil perhitungan penelitian ini nasabah cenderung menghiraukan dan menganggap informasi yang kurang penting, terbukti atribut ke 10 ini masuk ke dalam kuadran III.

**Atribut 11** yaitu BSI Mobile mempunyai layanan pengaktifan ulang aplikasi, fitur ini dianggap tidak terlalu penting oleh nasabah, akan tetapi fitur ini menjadi penting apabila terjadi eror dalam aplikasi dan perlu pengaktifan ulang. Maka dari itu pihak bank bisa memperhatikan detail-detail kecil seperti pada fitur di atribut ini.

**Atribut 16** yaitu BSI Mobile mempunyai fitur investasi di dalam aplikasi, fitur ini dianggap tidak terlalu penting oleh nasabah, akan tetapi fitur ini dianggap penting oleh sebagian nasabah yang membutuhkan dan mengerti investasi.

**Atribut 22** yaitu BSI Mobile memiliki id login sebelum melakukan transaksi, fitur ini seharusnya menjadi fitur penting karena keamanan dalam melakukan transaksi, akan tetapi dalam hasil penelitian ini fitur atribut 22 ini dianggap tidak terlalu penting oleh nasabah.

**Atribut 23** yaitu BSI Mobile memiliki fitur layanan chat dan pesan, fitur ini menjadi penting apabila ada kendala dalam aplikasi dan mengharuskan bertanya pada customer service, akan tetapi pada kuadran ini

fitur ini dianggap tidak terlalu penting oleh nasabah karena nasabah menganggap fitur ini memang seharusnya ada pada setiap aplikasi.

Pada kuadran ini atribut-atribut tidak dianggap penting oleh nasabah dan pelayanannya juga kurang memuaskan, karena pengaruhnya terhadap manfaat yang diharapkan oleh konsumen sangat kecil (rendah). Maka dari itu peningkatan atribut-atribut yang termasuk dalam kuadran ini dapat dipertimbangkan kembali perlu juga atribut-atribut tersebut diperbaiki agar nasabah semakin puas atas pelayanan yang diberikan.

#### 4) Kuadran IV ( Berlebihan)

Pada kuadran ini merupakan atribut yang kurang berpengaruh terhadap nasabah tetapi pelaksanaan oleh bank terlalu berlebihan serta dianggap kurang penting tetapi sangat memuaskan. Terdapat 5 atribut pada kuadran ini yang termasuk dalam Kuadran IV diantaranya:

Pembahasan pada kuadran IV ini yang pertama adalah **Atribut 12** yaitu BSI Mobile memiliki verifikasi transaksi yang ditampilkan dengan cara mudah dan praktis, fitur pada atribut ini dianggap berlebihan kinerjanya akan tetapi ekspektasi nasabah rendah. Nasabah menganggap fitur ini memang sepatutnya ada pada aplikasi mobile banking. Untuk itu pihak bank bisa memfilter lagi mengenai kualitas pelayanan yang diutamakan dan dianggap penting nasabah,

Selanjutnya **Atribut 13** yaitu BSI Mobile memberikan layanan melakukan verifikasi identitas pemilik rekening antar bank dengan mudah,

fitur ini dianggap berlebihan oleh nasabah karena rendahnya ekspektasi nasabah terhadap atribut ini akan tetapi kinerja lebih tinggi dan diluar ekspektasi nasabah.

**Atribut 14.** BSI Mobile mempunyai fitur pembayaran yang lengkap (kartu kredit, listrik, BPJS, pajak,dll), fitur ini juga penting untuk pembayaran dan bisa dipertahankan pelayananya.

**Atribut 18** yaitu BSI Mobile mempunyai tingkat enkripsi data yang tinggi, atribut ini dianggap berlebihan dan memang seharusnya penyedia jasa pemabayaran keuangan elektronik harus memiliki enkripsi data yang tinggi.

**Atribut 24** yaitu BSI Mobile mempunyai fitur layanan telepon untuk berbicara dengan customer service, fitur ini sangat penting apabila ada kendala atau keluhan yang perlu disampaikan ke pihak bank, akan tetapi dalam kuadran ini atribut ini dianggap pelayananya berlebihan.

Atribut-atribut yang ada pada kuadran ini dianggap nasabah tidak terlalu penting, akan tetapi pelayananya sangat memuaskan (berlebihan). Untuk itu pihak BSI Mobile bisa mempertimbangkan atribut-atribut diatas untuk di seleksi lagi pelayananya untuk disalurkan ke atribut prioritas yang lebih penting. Atau pihak bisa mempertahankan pelayananya yang sudah bagus dan meningkatkan lagi kualitas pelayanan yang lain yang dianggap lebih penting tanpa mengorbankan atribut yang di hiraukan oleh nasabah.

### 3. Hasil Perhitungan Customer Satisfaction Index (CSI)

*Customer Satisfaction Index* (CSI) digunakan untuk menentukan tingkat kepuasan pelanggan secara keseluruhan dengan menggunakan metode yang memperhitungkan tingkat kepentingan dan keefektifan atribut kualitas produk yang diukur. Nilai CSI berbanding lurus dengan besarnya rata-rata nilai kepentingan dan prestasi. Dengan demikian, peningkatan skor rata-rata minat dan prestasi berpengaruh terhadap nilai CSI (Aritonang, 2005). Hasil perhitungan Customer Satisfaction Index (CSI) disajikan pada Tabel 4.6.

Tabel 4. 5  
Hasil Perhitungan Customer Satisfaction Index (CSI)

No	Atribut	Rata-rata Skor Kepentingan (MISi)	Rata-rata Skor Kinerja (MSSi)	Weighted Factor (WF)	Weighted Score (WS)
1	BSI mobile memiliki tampilan menarik dan mudah dimengerti	4,09	3,96	4,27	16,88
2	BSI Mobile memiliki alur layanan yang sederhana	4,06	3,89	4,23	16,44
3	Apabila BSI Mobile mengalami masalah sistem, nasabah akan segera diberitahu	3,91	3,46	4,08	14,09
4	BSI Mobile memiliki citra dan kredibilitas yang baik	3,95	3,81	4,11	15,67
5	BSI Mobile memiliki bukti transaksi yang mudah diperoleh	4,16	4,09	4,33	17,72
6	BSI Mobile memiliki layanan mutasi yang mutakhir	4,05	3,92	4,22	16,55
7	Nasabah dapat menggunakan BSI Mobile dengan mudah	4,22	4,23	4,39	18,13
8	Layanan BSI Mobile mempunyai prosedur atau tata cara transaksi yang	3,96	3,73	4,12	15,38

	bisa mengurangi kesalahan input informasi				
9	Layanan transaksi BSI Mobile memberi tahu Anda dengan cepat tentang status transaksi	4,07	3,94	4,24	16,70
10	BSI Mobile memiliki informasi tentang penawaran produknya	3,93	3,67	4,09	15,04
11	BSI Mobile memiliki layanan pengaktifan kembali aplikasi	3,78	3,56	3,93	14,50
12	BSI Mobile memiliki verifikasi transaksi yang praktis	3,97	3,87	4,14	16,02
13	BSI Mobile memberikan layanan melakukan verifikasi identitas pemilik rekening antar bank dengan mudah	3,97	3,89	4,14	16,09
14	BSI Mobile mempunyai fitur pembayaran yang lengkap (kartu kredit, listrik, BPJS, pajak,dll)	3,97	3,92	4,14	16,24
15	BSI Mobile memiliki fitur pembelian yang lengkap (top-up, voucher telepon, beli paket data, dll.)	4,03	3,93	4,20	16,52
16	BSI Mobile mempunyai fitur investasi di dalam aplikasi	3,86	3,74	4,02	15,05
17	BSI Mobile menawarkan layanan tarik tunai melalui ATM	4,06	4,04	4,23	17,10
18	BSI Mobile mempunyai tingkat enkripsi data yang tinggi	3,96	3,92	4,12	16,17
19	BSI Mobile memiliki sistem yang dapat bekerja dengan baik selama 24 jam	4,10	3,89	4,27	16,62
20	BSI Mobile memiliki jaminan transaksi yang aman	4,09	3,94	4,29	16,80
21	BSI Mobile memiliki informasi ketika ada pihak lain yang menyusup	4,07	4,03	4,24	17,10
22	BSI Mobile memiliki id login sebelum melakukan transaksi	3,97	3,74	4,13	15,45
23	BSI Mobile memiliki fitur layanan chat dan pesan	3,82	3,68	3,98	14,64
24	BSI Mobile mempunyai fitur layanan telepon untuk berbicara dengan customer service	3,95	3,84	4,11	15,81
<b>Total</b>		<b>96,01</b>	<b>92,61</b>	<b>100,00</b>	<b>386,21</b>
<b>Weighted Score Total = 386,21</b>					
<b>CSI = (Weighted Score Total : 5) x 100% = 77,24 %</b>					

Sumber : Data Primer, diolah (2022)

Berdasarkan hasil pengolahan data diatas dapat diketahui bahwa skor CSI sebesar 77,24%. Apabila dikaitkan dengan IPA, skor CSI yang tidak mencapai 100% dapat dikaitkan dengan atribut kepuasan pelanggan yang terletak di Kuadran I, yang menempati peringkat tertinggi untuk perbaikan, dan Kuadran III, yang kedua untuk peningkatan kinerja. Atribut yang terdapat dalam di Kuadran II juga harus dijaga supaya kualitas kinerjanya tidak menurun dan akan mengakibatkan penurunan nilai CSI. Berlandaskan survei terhadap 116 responden terhadap analisis kualitas layanan digital aplikasi mobile BSI dengan metode CSI diperoleh hasil sebesar 77,24% yang berarti berkisar antara 66.00-80.00. Berdasarkan hasil perhitungan CSI, kualitas layanan digital pada aplikasi BSI Mobile cukup memuaskan karena memperoleh skor 77,24%. Berdasarkan tabel kriteria nilai CSI berikut ini :

Tabel 4. 7  
Kriteria Nilai Customer Satisfaction Index

<b>Nilai CSI</b>	<b>Kriteria CSI</b>
81% - 100%	Sangat Puas
66% - 80%	Puas
51% - 65%	Cukup Puas
35% - 50%	Kurang Puas
0% - 34%	Tidak Puas

Meskipun layanan digital pada aplikasi BSI Mobile dinilai cukup memuaskan, namun menurut penelitian yang dilakukan dengan menggunakan metode IPA, masih adanya sebagian atribut yang harus di pertahankan, perbaiki, dan harus ditingkatkan lagi kualitas pelayanannya. Harus demikian bahwa aplikasi BSI Mobile untuk tetap dapat menjaga kepuasan pelanggan dengan kualitas layanan yang baik. Diharapkan perbaikan yang diperoleh dari analisis IPA akan memperbaiki nilai CSI.

Satu-satunya hubungan antara metode Importance Performance Analysis (IPA) dan Customer Satisfaction Index (CSI) adalah perhitungan CSI menggunakan data IPA, perbedaanya IPA digunakan untuk mengetahui apa saja atribut-atribut yang perlu ditingkatkan, dipertahankan, dan diperbaiki untuk meningkatkan kualitas pelayanan, sedangkan metode CSI digunakan untuk mengetahui kepuasan nasabah secara keseluruhan terhadap aplikasi BSI Mobile yang digunakan.

Menurut Muharastri (2008) nilai CSI dapat ditingkatkan dengan memperbaiki karakteristik kinerja hasil IPA. Peningkatan atribut yang dicapai melalui IPA dapat dikatakan bisa meningkatkan nilai CSI hingga 100%. Untuk itu dengan adanya penelitian dan pengolahan data menggunakan metode IPA dan CSI ini diharapkan bisa menjadi masukan untuk pihak Bank Syariah Indonesia lebih khusus ke kualitas pelayanan aplikasi BSI Mobile agar lebih baik lagi kedepannya.

## **BAB V PENUTUP**

### **5.1 Kesimpulan**

Berikut ini merupakan kesimpulan dari penelitian, berikut adalah penjelasannya :

#### **1. Kuadran I**

Pada kuadran ini hasil pemetaan diagram kartesius diperoleh hasil bahwa pada kuadran I (prioritas utama) ini tidak ditemukan sama sekali atribut yang dianggap penting atau atribut yang menjadi prioritas untuk diperbaiki. Untuk itu bank diharapkan tetap menjaga kualitas pelayanan dan meningkatkan lebih lagi dalam memeberikan pelayanan.

#### **2. Kuadran II**

Pada kuadran ini ditemukan 11 atribut yang dianggap sangat penting dan sangat memuaskan. Atribut itu antara lain atribut 1, 2, 5, 6, 7, 9, 15, 17, 19, 20, dan 21 yang wajib di pertahankan kualitas pelayanannya.

#### **3. Kuadran III**

Pada kuadran ini terdapat hasil pemetaan diagram kartesius antara lain atribut 3, 4, 8, 10, 11, 16, 22, dan 23 yang dianggap nasabah merupakan atribut yang kurang penting dan terlalu berlebihan, akan tetapi kinerjanya tidak terlalu istimewa.

#### **4. Kuadran IV antarlain atribut 12, 13, 14, 18, dan 24 dimana nasabah menganggap kinerja pelayanan terlalu berlebihan.**

5. Menurut perhitungan menggunakan *Customer Satisfaction Index (CSI)* nilai kepuasan nasabah terhadap kualitas pelayanan digital aplikasi BSI Mobile sebesar 77,24% yang artinya nasabah puas secara keseluruhan dengan kualitas pelayanan digital aplikasi BSI Mobile.

## **5.2 Keterbatasan Penelitian**

Didalam melakukan penelitian ini, ada beberapa keterbatasan dari penulis yaitu :

1. Penulis menggunakan sampel yang disebar dengan kusioner ke pengguna BSI Mobile di wilayah Solo Raya
2. Penulis menggunakan Microsoft Excel 2019 dan software SPSS sebagai alat dalam menghitung dan analisis.

## **5.3 Saran-saran**

Setelah melakukan dilakukan penelitian ini, terdapat beberapa saran dari penulis sebagai berikut :

1. Bagi Bank Syariah Indonesia

BSI Mobile dimohon dapat mempertahankan kualitas pelayanan secara terus berkala terhadap atribut-atribut kualitas pelayanan. BSI Mobile juga diharapkan memperbaiki hal-hal kecil yang dirasa dapat memberi kepuasan nasabah terhadap pelayanan, seperti pada kuadran III yang dianggap menjadi prioritas rendah agar menjadi perhatian untuk ditingkatkan lagi kualitas pelayanannya agar menjadi lebih baik.

## 2. Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya diharapkan untuk menganalisis atribut-atribut lain yang dapat mempengaruhi kualitas pelayanan digital, sehingga diperoleh hasil yang lebih sesuai dengan apa yang diharapkan nasabah.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmed, S. B. (2011). Relationship quality as predictor of B2B customer loyalty. *WMSCI 2011 - The 15th World Multi-Conference on Systemics, Cybernetics and Informatics, Proceedings, 1*, 1–6.
- Annur, C. M. (2022). *Aplikasi Mobile Banking Terpopuler di Indonesia, Siapa Juaranya?* <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/06/22/aplikasi-mobile-banking-terpopuler-di-indonesia-siapa-juaranya>
- bankbsi.co.id. (2021). *Masuk Peringkat 5 Besar di Perbankan Nasional, BSI Catat Pertumbuhan Tabungan 11,57%*. <https://www.bankbsi.co.id/news-update/berita/masuk-peringkat-5-besar-di-perbankan-nasional-bsi-catat-pertumbuhan-tabungan-1157>
- Bankbsi.co.id. (n.d.). *Produk dan Layanan - Bank Syariah Indonesia*. <https://www.bankbsi.co.id/produk&layanan/produk/bsi-mobile>
- El Aiyubbi, D., Trisnaty, A., & Wijayanti, D. (2021). *Analisis Tingkat Kepuasan Nasabah Pengguna e-Banking pada Masa Pandemi Covid-19*. 2015, 1398–1409.
- Faturrozhiah, S. N., & Hanifuddin, I. (2021). (*Studi di Bank Syariah Indonesia KCP Pacitan*).
- Febria, N. P. H. (2020). *Analisis Tingkat Kepuasan Nasabah Terhadap Kualitas Pelayanan BRI Syariah Dengan Metode Importance Perfomance Analysis (IPA) dan Customer Satisfaction Index (CSI)*.
- Febrianti, D., Hidayah, S. A. L., & Lawita, N. F. (2021). *Penerapan Basis Data pada Perusahaan Perbankan ( Studi Kasus Penerapan Mobile Banking pada Bank Syariah Indonesia )*. 5, 3686–3693.
- Firmansyah, T., Umilasari, R., & Arifianto, D. (2020). *Anerhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus:BSM Kantor Kas MUhammadiyah dan Universitas Muhammadiyah Jember)*. 1–12.
- Fitri, A. (2022). *Analisis Kualitas Layanan BSI Mobile pada Nasabah Sebelum dan Sesudah Pandemi Covid-19 di Bank BSI Cabang Banjarbaru*.
- Gunawan, A., Wahyuni, N., Sheka, V. N., Korespondensi, P., & Gunawan, A. (2021). *Kualitas Pelayanan Aplikasi DANA Terhadap Kepuasan Konsumen Quality Of ' DANA ' Application Services On Consumer Satisfaction segala sesuatu dilakukan secara online . Karena itu , teknologi saat ini sangat berpengaruh segala aktivitas , khususnya untuk pe. November 2021*, 181–198.
- Hidayat, M. R., Ekonomi, F., & Teuku, U. (2022). *Analisis E-Serqual terhadap Customer Satisfaction dan Customer Loyalty pada Aplikasi BSI Mobile*. 7(Februari), 63–72.
- Ihsani, D. W. (2005). Analisis kepuasan konsumen terhadap atribut wisata cangkang Garut, Jawa Barat. *Skripsi. Departemen Ilmu-Ilmu Sosial Ekonomi ...*, 1–97. <https://www.academia.edu/download/7316379/a05dwi.pdf>
- Khusna, I. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Mobile Banking Terhadap*

- Kepuasan Nasabah (Studi Kasus pada PT Bank Rakyat Indonesia Syariah KC Manado-Tendean).*
- Lestari, D. (2018). *Analisis Faktor Kepuasan Nasabah Non-Muslim Terhadap Kualitas Layanan Bank Syariah dengan Menggunakan Metode Importance Performance Analysis (IPA) dan Customer Satisfaction Index (CSI).*
- Malaquias, R. F., & Hwang, Y. (2019). International Journal of Information Management Mobile banking use : A comparative study with Brazilian and U . S . participants. *International Journal of Information Management*, 44(May 2018), 132–140. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2018.10.004>
- Maulana, R., Iskandar, & Mailany, M. (2018). *Pengaruh Penggunaan Mobile Banking Terhadap*. 2, 146–155.
- Miftahuddin, & Hendarsyah, D. (2019). *Analisis Perbandingan Fasilitas Aplikasi Mobile*. 8(1), 16–32.
- Mutia, C. (2022). *Ada 204,7 Juta Pengguna Internet di Indonesia Awal 2022*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/03/23/ada-2047-juta-pengguna-internet-di-indonesia-awal-2022>
- Parasuraman, A., & A. Zeithaml Arvind Malhotra, V. (2005). *A Multiple-Item Scale for Assessing Electronic Service Quality*. 7(X), 1–21. <https://doi.org/10.1177/1094670504271156>
- Pramana, R. I., & Sukresna, I. M. (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan dan Persepsi atas Harga terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Konsumen Bus Pariwisata PO Jaya Indah Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 5(2), 1–15.
- Pranata, S., & Sudrajat, D. (2019). Penerapan Metode Importance Performance Analysis dan Customer Satisfaction Index terhadap Penilaian Kualitas Pelayanan Konsumen Daerah Air Minum (PDAM) Tirta Jati Cabang Suranenggala Kabupaten Cirebon. *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 3(April), 49–58.
- Putra, I. R. (2021). *Analisa Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan Menggunakan Metode IPA dan CSI (Studi Kasus pada Rumah Makan Family Benteng Bukittinggi).*
- Ratmino, Shabrina, F., Rima, R. Y., Untung, L., Sri, W., & Apriya, S. (2018). *Pelayanan Prima : Pedoman Penerapan Momen Kritis Pelayanan dari A Sampai Z*. UGM Press.
- Riswandi, B. A. (2005). *Aspek Hukum Internet Banking*.
- Rusianti, E., Wardoyo, P., & Purwantini, S. (2016). *Kepuasan Nasabah terhadap Kualitas Layanan BNI e-Banking*.
- Sampurno, H. R., & Sharif, O. O. (2020). Penerapan Customer Satisfaction Index (Csi) Dan Importance Performance Analysis (Ipa) Pada Kualitas Pelayanan Gojek (Studi Pelanggan Di Kota Bandung). *Jurnal Mitra Manajemen*, 4(6), 856–870. <https://doi.org/10.52160/ejmm.v4i6.389>
- Sharma, M., & Sharma, S. K. (2019). Examming the Role of Trust and Quality Dimensions in the Actual Usage of Mobile Banking Services : An Empirical Investigation. *International Journal of Information Management*. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2018.09.013>
- Sri, R. (2021). *Analisis Tingkat Kepuasan Pelayanan Nasabah BSI di Aceh dengan*

*Menggunakan Pendekatan Importance Performance Analysis.*

- Sugiyono. (2016a). *Metode Penelitian Administrasi, Dilengkapi dengan Metode R & D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2016b). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. PT Alfabet.
- Supranto, J. (2006). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan untuk Menaikan Pangsa Pasar*. Rineka Cipta.
- Suryani, & Hendryadi. (2015). *Metode Riset Kuantitatif Teori dan Aplikasi pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam*. Prenadamedia Group.
- Syahrizal, S. (2021a). *Gegara Ini, Mobile Banking Bank Syariah Indonesia Melesat 98%*.
- Syahrizal, S. (2021b). *Melonjak! Transaksi Digital BSI Tembus Rp 41 T di Q1*.
- Teguh, S. (2021). *Hingga Semester I 2021, Pengguna BSI Mobile Banking Mencapai 2,5 Juta Orang*.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2011). *Service Quality Satisfaction*. Andi.
- Umar, S. R. (2020). *Analisis Tingkat Kualitas Pelayanan dengan Metode Servqual-Importance Performance Analysis*.
- Wijaya, T. (2011). *Manajemen Kualitas Jasa*. PT Indeks.
- Wulandari, Z., Mulyati, A., & Tjahjono, E. (2020). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Marketplace Shopee). *Jurnal Dinamika Administrasi Bisnis*, 6(1), 1–14.
- Zamani, L. (2022). *12 Pasar di Solo Terapkan Pembayaran Non-Tunai, Pembeli Tak Perlu Lagi Bawa Uang Tunai*. Kompas.Com. <https://amp.kompas.com/regional/read/2022/02/23/210611878/12-pasar-di-solo-terapkan-pembayaran-non-tunai-pembeli-tak-perlu-lagi-bawa>

## Lampiran 1

**KUESIONER PENELITIAN****“Analisis Kualitas Pelayanan Digital Apikasi BSI Mobile dengan Pendekatan *Importance Performance analysis (IPA)* dan *Customer Satisfaction Index (CSI)*”**

Kepada Yth  
Pelanggan Nasabah BSI Mobile  
Di Surakarta

Dengan hormat,

Bersama dengan ini saya beritahukan bahwa saya :

Nama : Ahmad Zainal Arifin

NIM : 185231270

Fakultas/Prodi : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam/ Perbankan Syariah

Sedang dalam tahap penyusunan skripsi, bermaksud untuk melakukan penelitian tentang **“Analisis Kualitas Pelayanan Digital Apikasi BSI Mobile dengan Pendekatan *Importance Performance analysis i(IPA)* dan *Customer Satisfaction Index (CSI)*”**.

Untuk mendukung penyusunan skripsi khususnya dalam pengumpulan data saya mohon kesediaan Anda untuk mengisi kuesioner berikut ini secara jujur. Penelitian ini dilakukan hanya bersifat keilmuan dan data yang terkumpul tidak digunakan untuk hal-hal yang merugikan.

Atas kesediaan dan kerjasama Anda, saya mengucapkan terimakasih.

Hormat Saya

Ahmad Zainal Arifin

### Bagian I : Identifikasi Responden

Petunjuk pengisian :

- a. Mohon untuk mengisi pertanyaan dibawah ini dengan sebenar-benarnya.
- b. Berilah tanda ( ) pada pilihan yang telah disediakan.

Nama :

Jenis Kelamin :

Usia :

- a. 17-20 tahun
- b. 21-25 tahun
- c. 26-30 tahun
- d. >30 tahun

Pekerjaan :

- a. PNS
- b. Pegawai Swasta
- c. Wiraswasta
- d. Petani/Buruh
- e. Pelajar/Mahasiswa

### Bagian II Persepsi Nasabah terhadap Penyedia Jasa

Petunjuk Pengisian :

Peneliti menginginkan pendapat anda mengenai tingkat kepuasan nasabah pengguna BSI Mobile yang beromdisili di Surakarta. Anda diminta untuk menjawab pertanyaan yang diajukan dengan petunjuk pengisian, yaitu : pertanyaan pada bagian ini menyediakan jawaban skala likert (1,2,3,4,5). Setiap pertanyaan hanya boleh dijawab pada kolom kinerja dan kepentingan (ekspektasi).

Alternatif jawaban : Untuk pengukuran Kepentingan (Ekspektasi)

- 1 = Sangat tidak penting  
2 = Tidak penting  
3 = Cukup Penting





Lampiran 2  
TABULASI DATA

Hasil Tabulasi Atribut Kinerja (X)

NO	X1					X2		X3			X4							X5		X6			X7		Total X
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22	P23	P24	
1	3	2	3	3	4	5	3	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	91
2	4	4	4	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	97
3	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	111
4	4	3	3	3	3	5	3	3	4	4	3	4	3	3	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	84
5	4	3	3	4	5	5	5	4	3	5	3	3	4	5	5	4	5	5	4	5	3	5	3	4	99
6	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	4	3	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	82
7	5	3	3	3	3	5	5	5	5	4	4	3	2	5	4	3	5	4	4	4	4	4	5	4	96
8	4	4	3	4	4	4	5	3	4	4	5	3	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	3	4	98
9	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	103
10	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	96
11	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	97
12	4	4	3	4	4	5	4	5	3	4	4	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	2	4	85
13	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	5	108
14	3	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	4	97
15	4	4	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	96
16	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	119
17	3	3	2	4	3	3	4	3	4	3	2	2	3	3	3	3	5	3	3	4	4	3	3	3	76
18	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4	3	4	3	3	4	4	3	4	4	84
19	4	5	4	4	5	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	5	2	3	3	3	3	83
20	4	5	3	4	4	5	5	4	4	3	3	5	5	5	5	3	5	3	4	5	5	3	3	3	98
21	2	3	1	2	3	2	3	3	4	1	4	3	3	2	1	3	2	3	3	4	4	1	2	3	62
22	5	5	5	3	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	2	2	1	5	5	5	5	5	5	5	106
23	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	114
24	4	4	3	4	5	5	5	4	3	4	3	5	3	5	4	5	4	5	4	3	5	3	4	4	98
25	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	4	3	4	5	5	5	5	104
26	4	4	5	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	86
27	4	5	5	4	5	3	5	5	4	3	3	4	5	5	5	4	4	5	5	4	5	4	4	4	104
28	4	4	2	4	4	4	4	4	2	2	1	2	4	5	4	3	4	4	3	4	4	5	5	4	85
29	4	4	5	3	5	2	3	5	5	2	2	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	2	1	5	96
30	3	2	2	4	3	3	4	3	3	3	2	1	4	3	4	3	5	3	4	3	3	2	2	3	72
31	3	4	3	3	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	89
32	4	3	3	3	3	3	3	4	5	3	3	3	4	4	4	3	4	4	5	4	3	3	3	3	86
33	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	116
34	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	92
35	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	24
36	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	72
37	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5	113
38	4	4	3	4	5	5	5	3	5	5	4	5	3	5	5	4	5	5	3	4	5	4	4	3	102
39	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	96
40	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	83
41	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	2	3	4	4	4	4	4	3	2	3	3	3	3	3	78
42	4	3	3	3	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	3	4	4	3	3	83
43	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	108
44	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	72
45	4	5	4	4	5	4	5	3	4	4	4	5	4	4	2	3	3	3	4	4	4	4	5	4	95
46	4	4	3	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5	3	4	3	101
47	4	4	4	3	5	4	4	3	4	3	4	5	5	4	3	3	5	3	4	5	5	4	4	5	97
48	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	116
49	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	100
50	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	3	3	3	3	2	2	3	1	3	2	3	2	56
51	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	114
52	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	95
53	4	3	4	3	4	3	3	4	3	3	4	4	4	3	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	84
54	3	4	2	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	67
55	4	4	4	5	5	4	5	5	5	3	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	3	4	4	108
56	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	116
57	5	4	4	4	5	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	83
58	4	4	2	4	4	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	4	3	4	4	5	4	5	4	102

59	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	4	3	3	78
60	3	4	5	3	5	4	5	4	4	4	4	4	3	5	5	4	5	5	4	5	3	4	4	4	101
61	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	5	5	4	4	4	92
62	4	3	4	3	4	3	5	3	3	4	5	4	3	5	4	4	5	3	2	3	3	3	5	5	90
63	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	87
64	3	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	85
65	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	2	4	4	3	83
66	4	4	4	4	5	4	5	4	3	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	99
67	4	3	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	83
68	3	4	4	3	4	3	4	3	5	5	4	4	5	4	5	4	4	3	4	4	4	4	5	3	95
69	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	96
70	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	96
71	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	5	1	5	110
72	4	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	106
73	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	119
74	5	5	3	4	5	5	5	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	100
75	3	3	1	2	3	3	3	1	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	1	2	2	57
76	5	4	3	3	4	4	5	3	4	3	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	3	89
77	3	3	2	3	4	4	3	4	4	4	3	3	3	4	2	1	4	4	4	4	4	2	3	3	78
78	4	3	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	94
79	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	120
80	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	5	4	3	4	98
81	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	89
82	4	4	3	2	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	88
83	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	72
84	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	2	2	4	4	4	3	4	4	4	4	4	88
85	5	5	5	5	5	5	5	1	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	113
86	4	4	3	4	5	5	5	4	4	5	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	4	3	5	106
87	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	3	5	4	4	5	4	4	4	4	4	3	3	3	3	87
88	5	5	4	5	4	4	5	3	5	5	4	3	3	5	5	5	5	4	4	4	5	4	3	4	103
89	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	118
90	3	2	3	3	2	2	2	3	3	2	3	2	2	3	2	3	1	3	3	3	2	3	2	2	59
91	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	87
92	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	93
93	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	115
94	4	5	2	4	5	4	5	4	5	2	2	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	2	3	2	73
95	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	119
96	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	3	4	4	4	3	5	5	4	4	5	5	4	5	109
97	3	3	2	4	4	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	4	3	3	85
98	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	106
99	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	60
100	4	4	2	3	4	4	4	4	3	3	2	3	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	80
101	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	64
102	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	93
103	1	4	1	4	1	1	4	1	4	1	1	4	1	4	1	4	1	4	1	4	1	4	1	4	57
104	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	96
105	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	95
106	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	5	4	4	4	4	4	3	4	89
107	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	100
108	5	5	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	4	3	5	3	5	5	4	5	5	4	5	5	107
109	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	100
110	5	4	4	3	5	3	5	4	5	3	4	4	4	3	3	4	4	4	5	4	4	3	4	5	96
111	3	4	3	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	4	3	5	105
112	4	5	3	4	5	5	5	3	4	3	3	5	4	3	4	3	5	4	5	2	5	3	3	5	95
113	4	4	2	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	5	4	4	3	3	4	4	4	3	3	89
114	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	104
115	4	4	4	5	3	4	4	4	2	2	2	5	3	3	3	3	5	4	3	5	5	5	3	5	90
116	4	4	2	3	4	4	3	2	3	3	1	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	82
TOTAL	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
L	5	5	0	4	7	5	7	3	5	2	1	4	5	5	5	3	6	5	5	5	6	3	2	4	
	9	1	1	2	5	5	9	3	7	6	3	9	1	5	6	4	9	5	1	7	8	4	7	6	10743
RATA	3																								
2	,	3,	3,	3,	4,	3,	4,	3,	3,	3,	3,	3,	3,	3,	3,	3,	4,	3,	3,	3,	4,	3,	3,	3,	
	9	8	8	8	0	9	1	7	9	6	5	8	8	9	9	0	9	8	9	9	0	7	6	8	
	6	9	6	1	9	2	3	3	4	7	6	7	6	9	2	3	4	4	2	9	4	8	4	4	92,61

## Hasil Tabulasi Atribut Kepentingan (Y)

NO	Y1					Y2		Y3			Y4							Y5		Y6			Y7		Total Y
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22	P23	P24	
1	2	3	4	4	5	3	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	78
2	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	104
3	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	114
4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	86
5	4	4	3	5	4	4	4	4	4	5	3	4	4	5	5	4	5	5	4	5	3	5	3	5	101
6	2	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	3	4	3	81
7	5	3	3	3	3	4	4	5	4	5	5	5	5	2	2	2	3	3	3	3	3	5	5	4	89
8	4	4	5	4	4	4	5	3	4	5	3	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	5	3	4	100
9	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	97
10	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	97
11	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	97
12	4	4	4	4	5	4	5	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	5	2	4	88
13	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	5	108
14	4	4	4	5	5	4	5	4	4	3	5	4	4	4	5	5	4	5	4	4	5	3	4	4	102
15	4	4	4	2	4	5	4	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	88
16	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	120
17	4	3	4	4	5	4	5	5	5	4	4	3	3	3	3	3	5	4	4	4	4	5	5	5	98
18	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	96
19	5	5	4	4	5	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	2	3	3	3	3	3	83
20	4	5	3	4	4	5	5	4	4	3	3	5	5	5	5	3	5	3	4	5	5	3	3	3	98
21	4	3	4	3	5	5	4	4	4	4	3	4	5	3	2	3	3	2	4	5	4	4	3	4	89
22	5	5	5	3	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	3	2	1	5	5	5	5	5	5	5	107
23	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	115
24	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	3	5	5	3	5	4	5	4	4	3	5	3	4	4	101
25	4	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	116
26	4	4	5	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	82
27	4	5	5	4	5	3	5	5	4	3	3	4	5	5	5	4	4	5	5	4	5	4	4	4	104
28	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	118
29	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	120
30	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	2	1	5	3	4	3	5	3	5	3	3	3	3	3	83
31	4	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	116
32	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	5	4	3	3	3	83
33	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	117
34	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	92
35	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	24
36	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	72
37	4	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	113





	0	0	9	9	1		2	9	0	9	7	9	9	9	0	8	0	9		0	0	9	8		
	9	6	1	5	6		2	6	7	3	8	7	7	7	3	6	6	6		9	7	7	2		





























	N	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	116	
		6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
Y23	Pearson	,541	,553	,526	,391	,505	,561	,519	,537	,454	,598	,675	,549	,562	,504	,577	,501	,526	,524	,572	,660	,521	,799	,51	,630								,748	
	Correlation	**	**	**	**	**	**	**	**	**	**	**	**	**	**	**	**	**	**	**	**	**	**	**	**	**	**	**	**	**	**	**	**	**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	116	
		6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	
Y24	Pearson	,492	,570	,578	,551	,560	,544	,635	,550	,582	,630	,612	,670	,695	,525	,651	,615	,695	,515	,778	,633	,726	,736	,630									,813	
	Correlation	**	**	**	**	**	**	**	**	**	**	**	**	**	**	**	**	**	**	**	**	**	**	**	**	**	**	**	**	**	**	**	**	**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	116	
		6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	
TOTAL	Pearson	,730	,792	,738	,727	,762	,793	,707	,733	,753	,772	,746	,748	,745	,770	,799	,762	,770	,818	,859	,803	,814	,765	,748	,813								1	
	Correlation	**	**	**	**	**	**	**	**	**	**	**	**	**	**	**	**	**	**	**	**	**	**	**	**	**	**	**	**	**	**	**	**	**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	116	
		6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	

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

## Uji Reliabilitas Kinerja (X)

**Reliability Statistics**

Cronbach's	
Alpha	N of Items
,971	24

## Uji Reliabilitas Kepentingan (Y)

**Reliability Statistics**

Cronbach's	
Alpha	N of Items
,965	24

## Lampiran 4 Bukti Screenshot Komplain pada Sosial Media Bank Syariah Indonesia

21:07    📶  81%

← **Komentar** 

 **banksyariahindonesia**  Sahabat Syariah, kalian wajib dan kudu baca informasi ini karena ini adalah bentuk modus penipuan yang sangat meresahkan dan sedang marak terjadi.

Minsy ingatkan terus kalian selalu waspada dan jangan mudah terkecoh ya!

#BankSyariahIndonesia  
#TransaksiAmanBarengBSI  
#HindariModusPenipuan

1 mg

---

 **ada\_zulio** Ribet sekarang mau aktifasi bsi mobile harus ke cabang sama telpon call cs , habis pulsa bnya eh nomor nya di blokir

1 mg 1 suka Balas

— Lihat 2 balasan sebelumnya

 **banksyariahindonesia**  @ada\_zulio Kami turut prihatin atas terblokirnya Nomor Handphone Kakak Zulio, terkait kendala Nomor Handphone Kakak yang terblokir, mohon kesediaan Kakak untuk menghubungi Bank Syariah Indonesia Call di 14040 atau mengunjungi Kantor Cabang BSI terdekat, dengan membawa Buku Tabungan, Kartu ATM, KTP Asli, dan NPWP (jika ada), namun untuk informasi lebih detail mohon kesediaan Kakak untuk melakukan konfirmasi melalui DM kami ya Kak.

 Berkomentar sebagai zainalbasten... Kirim

21:07

81


**Komentar**


1 mg



**lupipsari** Aplikasi BSI apakah sedang dalam proses maintenance? Saya beberapa kali request activation code, diminta menghubungi call center



1 mg 2 suka Balas

— Lihat 4 balasan sebelumnya



**banksyariahindonesia**

@amitasarni Assalamualaikum Kak Amitasarni, terima kasih atas informasi yang diberikan, dan mohon maaf atas ketidaknyamanannya Kak @lupipsari, kami informasikan untuk permintaan kode aktivasi ulang saat ini tidak dapat dilakukan melalui BSI Mobile dikarenakan sedang dalam penanganan tim terkait ya Kak, untuk solusinya Kakak dapat melakukan permintaan kode aktivasi dengan menghubungi layanan Bank Syariah Indonesia Call 14040 atau mendatangi Kantor Cabang BSI terdekat dengan membawa KTP, Buku Tabungan dan kartu debit ATM agar dapat langsung dibantu proses aktivasi BSI Mobilnya ya Kak. Terima kasih.~ Algi



6 hari 1 suka Balas



**andiitegarr** pengen nikah, tapi uang tabungannya di curi. mau pinjam kur di BSI syaratnya hanya untuk orang kaya bukan orang yg miskin seperti saya 🙄



Berkomentar sebagai zainalbasten...

Kirim



20:58

82


**Komentar**


melalui DM kami, karena kami harus menggali informasi tersebut ya Kak. Terima kasih -Zakiah

3 hari Balas



**vinafaridaa** Assalamualaikum, dari kmrn mau registrasi bsi mobile kok susah bgt ya min buat call cs nya 🙄🙄. Apa bisa dibantu min?



4 hari Balas



**banksyariahindonesia**  
@vinafaridaa Waalaikumsalam Kak Vina, mohon maaf atas ketidaknyamanannya untuk registrasi BSI Mobile, belum dapat dibantu melalui chat ini, untuk mendapatkan kode aktivasi kakak bisa menghubungi Bank Syariah Indonesia Call di 14040 atau alternatif lain datang ke kantor cabang BSI terdekat dengan membawa KTP asli, buku tabungan dan Kartu ATM nya ya Kak. Kode aktivasi hanya berlaku 5 menit ya kak -Nessa



4 hari Balas

— Lihat 1 balasan lainnya



**bagustriwahyudin** Minimal saldo berapa min utk di daftarkan haji nya ?



4 hari Balas



**banksyariahindonesia**



Berkomentar sebagai zainalbasten...

Kirim



0:46 4G 26

← bsi mobile

**Populer** Terbaru Orang Foto Video

---

---

**Shinosuke Nohara** @NoharaS314... · 1 hari

[@bankbsi\\_id](#) aplikasi **BSI mobile** sedang ada masalah apa ya? kok ga bisa transfer dengan selalu muncul tulisan "transaksi anda kehabisan waktu...." saya sudah DM ya, tapi belum ada bantuan lebih lanjut. Mohon bantuannya segera, urgent.

2

---

**Sarah Apriliana H** @sarahdinzi2 · 2 hari

[@bsihelp](#) bagaimana mendapatkan kode aktivasi untuk **bsi mobile**? Sebelumnya saya sudah terdaftar di **bsi mobile**. Tapi karena ganti hp jadi sudah download tapi suruh entry kode aktivasi. Mohon solusinya.

1

---

**dden\_drmn** @denn\_iz · 2 hari

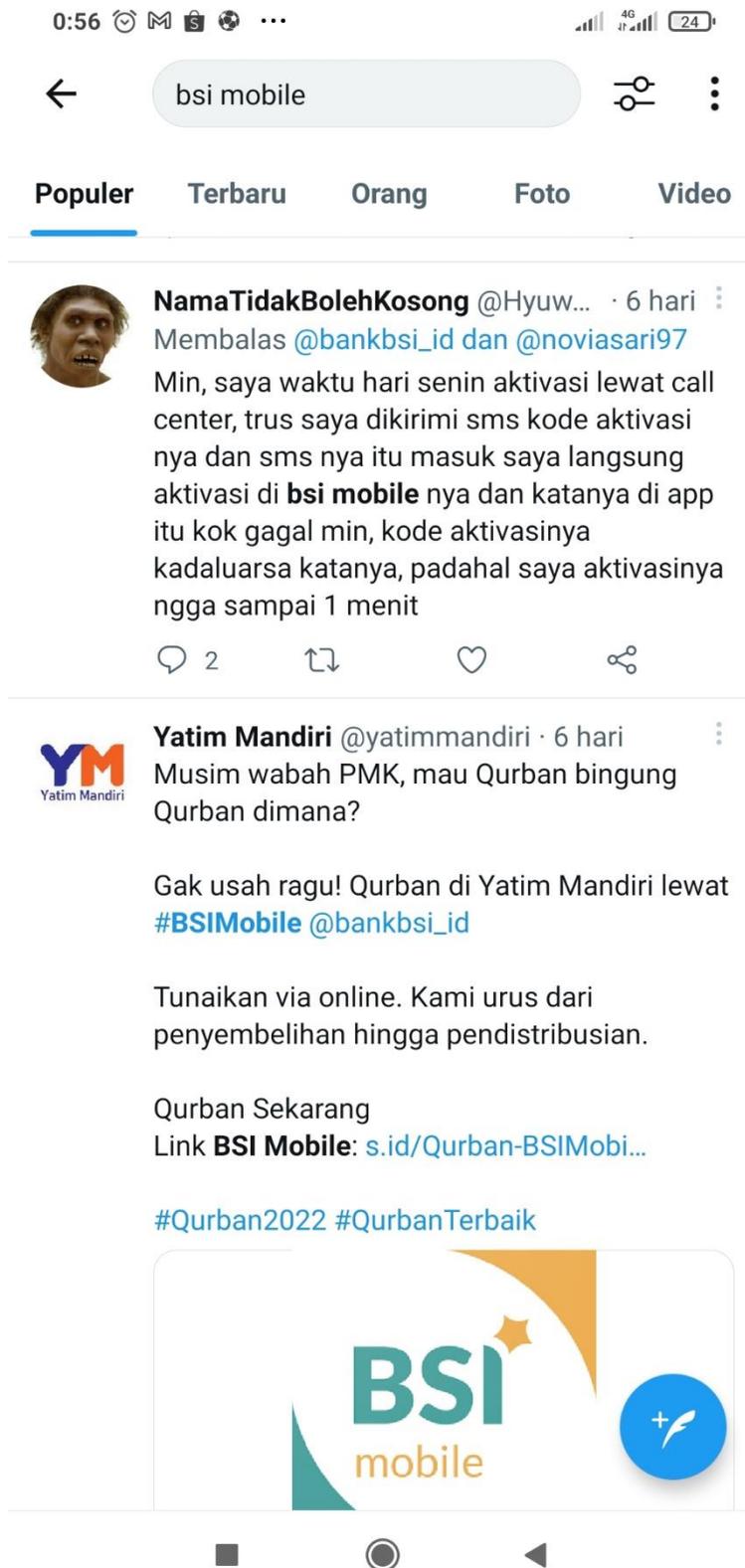
Membalas [@bankbsi\\_id](#)

Saat bikin rek **BSI** junior, CS bilangnnya tidak dapat fasilitas **BSI mobile** /SMS banking/ **BSI** Net, Apakah saat ini **BSI** junior hanya dapet buku tabungan dan kartu debit GPN aja ? Padahal info dari WA official /situs web **BSI**, bisa dapet fasilitas tsb

Hi kak dden, BSI tabungan Junior adalah tabungan yang diperuntukkan bagi anak-anak dan pelajar yang berusia dibawah 17 tahun dengan fasilitas yang akan dimiliki, seperti :

- BSI Mobile
- BSI Net





20:56

82


**Komentar**


dengan membawa KTP asli, buku tabungan dan kartu ATM dan kami informasikan untuk ketentuan aktivasinya harap dilakukan seperti nomor Handphone terdaftar harus berada di SIM 1, ketersediaan pulsa minimal 2.000 rupiah dan jaringan internet tidak menggunakan WIFI harus dengan data seluler pribadi nya ya Kak.

2 hari 1 suka Balas



**\_wiwiiiiii** Assalamualaikum bsi mobile lagi gangguan ya ka? Tdk bisa d akses

2 hari Balas



— Lihat 2 balasan sebelumnya



**banksyariahindonesia**  **@\_wiwiiiiii**  
Assalamualaikum Kak Wiwi, DM kakak akan segera kami respon. Mohon kesediaan kakak untuk menunggu. Terima kasih - Edo

2 hari Balas



**dewiadj8811** Assalamualaikum mau tanya min cara untuk nutup tabungan haji reguler (krn akan pindah ke onh+) apa bisa ke kantor cabang tanpa bawa buku tabungan hajinya?

2 hari Balas



**banksyariahindonesia**  
**@dewiadj8811** Waalaikumsalam



Berkomentar sebagai zainalbasten...

Kirim



**Daftar Riwayat Hidup**

Nama Lengkap : Ahmad Zainal Arifin

Tempat, Tanggal Lahir : Jepara, 21 Maret 2000

Agama : Islam

Alamat KTP : Sowan Lor RT.12 RW.04 Kedung Jepara

Alamat Email : [ahmadzainala86@gmail.com](mailto:ahmadzainala86@gmail.com)

IP Terakhir :

Riwayat Pendidikan :

SDN 01 SOWAN LOR	2006-2012
MTS MATHOLIUL HUDA BUGEL JEPARA	2012-2015
MAS MATHOLIUL HUDA BUGEL JEPARA	2015-2018
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN MAS SAID SURAKARTA	2018-2023

## Cek Plagiasi

## SKRIPSI ZAINAL

## ORIGINALITY REPORT

25%

SIMILARITY INDEX

25%

INTERNET SOURCES

11%

PUBLICATIONS

12%

STUDENT PAPERS

## PRIMARY SOURCES

1	repository.iainpurwokerto.ac.id Internet Source	4%
2	jurnal.umb.ac.id Internet Source	3%
3	dspace.uii.ac.id Internet Source	2%
4	eprints.iain-surakarta.ac.id Internet Source	1%
5	repository.ub.ac.id Internet Source	1%
6	repository.iainkudus.ac.id Internet Source	1%
7	Submitted to Universitas Pamulang Student Paper	1%
8	digilib.uin-suka.ac.id Internet Source	1%
9	repository.unmuhjember.ac.id Internet Source	1%