

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

*Digitalisasi* telah menjadi perubahan pada penggunaan internet, media sosial, aplikasi seluler, dan teknologi komunikasi digital telah mengubah cara masyarakat berperilaku sebagai konsumen. Teknologi *digital* telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari, dan konsumen kini memanfaatkannya untuk mencari informasi, berbelanja, dan berinteraksi dengan merk.<sup>1</sup> Di era *digital*, perilaku konsumen dalam mencari, memilih, membeli, menggunakan, dan mengevaluasi produk dan layanan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya mengalami perubahan. Konsumen kini lebih terhubung, terinformasi, personal, dan interaktif. *Era digital* telah membawa perubahan signifikan pada banyak aspek kehidupan, termasuk perilaku konsumen. *Era digital*, konsumen memiliki akses informasi yang lebih cepat dan mudah serta pilihan produk dan layanan lebih banyak, apalagi kehadiran layanan perbankan juga memudahkan untuk bertransaksi *online*.

Teknologi sudah menjadi elemen penting dalam kehidupan sehari-hari, mempengaruhi berbagai aspek mulai dari komunikasi, pendidikan, hingga keuangan. Sejak revolusi industri, kemajuan teknologi telah mempercepat proses produksi, meningkatkan efisiensi, dan mengubah cara manusia berinteraksi satu sama lain. Dengan munculnya internet dan perangkat *mobile*, akses informasi dan layanan telah menjadi lebih cepat dan mudah. Dengan berkembangnya teknologi

---

<sup>1</sup> Ardani, Wayan. "Pengaruh Digital Marketing Terhadap Perilaku Konsumen." *Jurnal Tadbir Peradaban* 2.1 (2022): 40-47.

sistem informasi dan komunikasi, dunia tak terikat oleh waktu. Dengan menggunakan internet, mahasiswa tidak lagi mengalami kesulitan untuk mendapatkan informasi yang mereka butuhkan untuk membeli dengan transaksi *online*. Namun, berbagai macam informasi saat ini dapat diperoleh, kemudian penjelasan penting perlu dipilih untuk memperoleh penjelasan yang benar dan tepat.<sup>2</sup>

Dunia perbankan juga menyaksikan peningkatan *e-money*, salah satunya adalah perbankan mobile. Mobile banking, juga dikenal sebagai *M-Banking*, adalah perbankan *digital* berbasis aplikasi yang berfungsi untuk kesempatan bertransaksi melalui *smartphone* atau ponsel. *Mobile banking* menawarkan banyak layanan, termasuk informasi tentang saldo anda, mutasi rekening, transfer dana, pembayaran, pembelian, dan banyak lagi. Sehingga, dengan adanya layanan *mobile banking* dan *internet banking* yang ditawarkan oleh bank, nasabah dapat melakukan transaksi kapan pun dan di mana pun. Bagi mereka yang memiliki jadwal padat, menghabiskan waktu untuk mengantri di bank menjadi sangat merepotkan untuk melakukan berbagai transaksi.<sup>3</sup>

Dengan kemajuan teknologi, inovasi dalam layanan mobile banking kini tidak hanya diadopsi oleh bank konvensional, tetapi juga oleh bank syariah. Bank syariah di Indonesia, termasuk Bank Syariah Indonesia (BSI), turut memanfaatkan mobile

---

<sup>2</sup> Masyithoh, Izzah Nur, and Ivo Novitaningtyas. "Pengaruh digital marketing terhadap minat beli konsumen pada marketplace tokopedia." *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Kreatif* 7.1 (2021): 109-126.

<sup>3</sup> Awaliah, Andi Urfia, Nurliana Nurliana, and Andi Besse Lia Riska. "Analisis Penerapan Mobile Banking dan Internet Banking pada Transparansi Pencatatan Arus Kas (Studi Kasus di Masyarakat UMKM Kabupaten Bulukamba Sulawesi Selatan)." *Musyari: Neraca Manajemen, Akuntansi, dan Ekonomi* 1.1 (2023): 171-180.

banking sebagai sarana untuk meningkatkan aksesibilitas dan pelayanan kepada nasabahnya. Layanan mobile banking pada bank syariah dirancang untuk tetap mematuhi prinsip-prinsip syariah, seperti tidak menerapkan sistem bunga ribawi dan memastikan tiap transaksi sesuai dengan hukum Islam. Dengan adanya layanan mobile banking, bank syariah dapat memenuhi kebutuhan masyarakat modern yang mengedepankan kemudahan, efisiensi, dan keamanan dalam bertransaksi, sehingga memperkuat peran bank syariah dalam mendukung pembangunan ekonomi berbasis syariah di Indonesia.<sup>4</sup>

Dikenal sebagai negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia, Indonesia memiliki kontribusi yang signifikan dalam pengembangan ekonomi syariah. Sektor perbankan syariah berkembang pesat dan dapat mendorong aktivitas perekonomian. Sistem perbankan syariah dapat mendukung efektivitas penyaluran dana masyarakat terhadap perekonomian, sekaligus berperan sebagai perantara yang dapat membantu mengatur aliran simpanan uang antara berbagai organisasi dan bidang lain untuk mempercepat ekonomi. BSI merilis aplikasi mobile banking pertama kali yang bernama BSI Mobile pada tahun 2021.

Seiring meningkatnya kebutuhan masyarakat akan layanan perbankan yang lebih kompleks di era digital, BSI merilis aplikasi SuperApp bernama BYOND by BSI pada 9 November 2024. Sebesar 85,7% atau sekitar 3,5 juta pengguna lama BSI Mobile telah bermigrasi ke aplikasi BYOND by BSI dalam kurun 2 bulan sejak diluncurkan.<sup>5</sup>

---

<sup>4</sup> (Bank Syariah Indonesia, 2023)

<sup>5</sup> (Bank Syariah Indonesia, 2025).

Dalam konteks ini, Davis mendefinisikan kemudahan dalam penggunaan yaitu ketika teknologi dianggap mudah digunakan dan dipahami. Selain itu, Davis menyatakan bahwa indikator kemudahan termasuk sangat mudah dipelajari, sangat mudah untuk dioperasikan (mudah dipahami), sistem dapat dengan mudah memenuhi keinginan, (mudah bagi sistem untuk melakukan apa yang diinginkan pengguna) dan tidak membutuhkan banyak usaha untuk berinteraksi dengan *mobile banking*.<sup>6</sup>

Kemudahan Aplikasi *Byond By BSI* membuat pengguna menjadi puas. Adanya aplikasi mobile banking membuat mahasiswa IAIN Kediri terpengaruh, terutama mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah angkatan 2021. Data dari Akademik beberapa jumlah mahasiswa/i Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Menunjukkan hasil sebagai berikut:

**Tabel 1.1**  
**Data Mahasiswa Aktif IAIN Kediri Angkatan 2021-2024**

Tahun	Ekonomi Syariah	Perbankan Syariah	Akuntansi Syariah	Manajemen Bisnis Syariah	Total
2021	187	155	95	188	625
2022	190	149	101	203	643
2023	169	114	105	190	578
2024	169	89	103	268	629

Sumber: Data dari Akademik FEBI IAIN Kediri, 2024

Pada data diatas diketahui bahwa jumlah mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah angkatan 2021 yaitu sebanyak 155 Mahasiswa. Alasan peneliti memilih program studi perbankan syariah, karena Program studi perbankan syariah lebih

<sup>6</sup> Sulmi, Alif Ainul Khatimah, et al. "Pengaruh persepsi kegunaan, kemudahan, dan keamanan terhadap minat menggunakan layanan Mobile Banking (studi empiris pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis islam uin alauddin makassar)." *Islamic Banking, Economic and Financial Journal* 1.2 (2021).

fokus dan mendalami tentang layanan perbankan yang sesuai dengan tema judul peneliti. Penelitian ini penting untuk memberikan wawasan yang berguna dalam peningkatan layanan perbankan syariah di era *digital*. Selain itu belum ada yang meneliti terutama dalam hal kemudahan terhadap loyalitas pada penggunaan Aplikasi *Byond By BSI* di angkatan 2021, maka dari itu peneliti tertarik mengambil judul tersebut. Peneliti ingin mengetahui seberapa besar pengaruh kemudahan terhadap loyalitas penggunaan Aplikasi *Byond By BSI* di angkatan peneliti sendiri. Peneliti juga memilih objek angkatan 2021, khususnya mahasiswa semester 7, karena di semester 7 menjadi periode magang atau persiapan untuk memasuki dunia kerja sesuai dengan jurusan program studi yang diambil. Peneliti juga ingin mengamati mahasiswa yang lebih stabil dan berada dalam siklus akademik yang lebih terstruktur, sehingga data yang diperoleh lebih valid. Oleh karena itu, alasan peneliti menggunakan objek angkatan 2021 cocok untuk dijadikan objek penelitian. Dari data diatas peneliti menggunakan 155 responden untuk melihat seberapa banyak mahasiswa yang menggunakan *Mobile Banking* yang digunakan, hasilnya sebagai berikut:

**Tabel 1.2 Data Observasi Penggunaan Mobile Banking**

<b>Pengguna Mobile Banking</b>	<b>Jumlah</b>
Ya	75
Tidak	10
<b>JUMLAH</b>	<b>85</b>

*Sumber: Hasil Observasi (data diolah)*

Berdasarkan data tabel 1.2 diatas diperoleh hasil bahwa, observasi awal yang dilakukan oleh peneliti dapat disimpulkan bahwa pengguna *mobile banking* sebanyak 75 mahasiswa. Sedangkan tidak menggunakan *mobile banking* sebanyak

10 mahasiswa. Jika dilihat dari jumlah responden diatas banyak yang menggunakan *mobile banking*, sehingga peneliti melakukan observasi terhadap mahasiswa yang menggunakan *mobile banking* jenis apa saja.

**Tabel 1.3**  
**Data Responden Penggunaan *Mobile Banking* Berdasarkan Jenis Bank**

<b>Pengguna <i>Mobile Banking</i></b>	<b>Jumlah</b>
Byond By BSI	61
BCA Syariah	8
Bank Jatim Syariah	3
Bank Muamalat	3
<b>JUMLAH</b>	<b>75</b>

*Sumber: Hasil Observasi (data diolah)*

Berdasarkan pada tabel 1.3 diperoleh hasil bahwa, observasi awal yang dilakukan peneliti dari 75 mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah Angkatan 2021, diperoleh faktor yang paling banyak menggunakan *Byond By BSI* sebanyak 61 responden. Untuk 8 responden menggunakan jenis Bank BCA Syariah. Untuk 3 responden menggunakan jenis Bank Jatim Syariah dan Bank Muamalat.

Mayoritas masyarakat Indonesia telah menggunakan *Byond By BSI* sebagai sarana untuk mempermudah transaksi mereka.<sup>7</sup> Kemudahan penggunaan *mobile banking* adalah untuk memberikan layanan kemudahan efisiensi waktu dan jangkauan pelayanan lebih inklusif. Bagi nasabah yang memiliki kegiatan padat tidak perlu lagi mengantri lama di bank, dengan melakukan pembayaran *online* ini menjadi sangat mudah.

Menurut Kotlher dan Keller, loyalitas nasabah adalah komitmen untuk membeli kembali atau melindungi kembali produk atau layanan yang disukai di

---

<sup>7</sup> Pranoto, I. Made Agus, and I. Gst Ayu Kt Giantari. *Membangun Brand Loyalty mobile banking berbasis Celebrity Endorsement Credibility*. Media Sains Indonesia, 2022.

masa depan. Tingginya loyalitas nasabah dapat mengindikasikan keberhasilan sebuah bank dalam menjalankan perusahaan guna mencapai tujuan. Banyak peneliti sepakat bahwa loyalitas dapat diartikan sebagai komitmen pelanggan untuk secara rutin melakukan transaksi dengan produk tertentu di masa mendatang.<sup>8</sup> Indikator Loyalitas ada 5 yaitu Retensi Nasabah, Frekuensi Transaksi, Kepuasan Nasabah, NPS (*Net Promoter Score*), dan CLV (*Customer Lifetime Value*).

Dari data yang telah peneliti dapat yaitu beberapa mahasiswa yang menggunakan *Byond By BSI* dengan jumlah 61 mahasiswa, peneliti menemukan fakta saat penyebaran kuisioner pada mahasiswa/I Program Studi Perbankan Syariah Angkatan 2021 yang menggunakan *Byond By BSI* mempunyai tingkat loyalitas sebagai berikut:

**Tabel 1.4**  
**Data Jumlah Transaksi Pengguna *Mobile Banking* Program Studi Perbankan Syariah Angkatan 2021**

Frekuensi	Jumlah Mahasiswa/i
1 kali	7
>1 kali	54
<b>TOTAL</b>	<b>61</b>

*Sumber: Hasil Observasi (data diolah)*

Pada tabel 1.4 jumlah mahasiswa/i yang menggunakan transaksi *Byond By BSI* lebih dari 1 kali sebanyak 54 mahasiswa/I. Alasan peneliti mengambil sampel yang menggunakan *Byond By BSI* lebih dari 1 kali karena yang menggunakan lebih dari 1 kali pastinya mereka sudah merasakan fitur Aplikasi *Byond By BSI* dengan menyediakan berbagai kemudahan yang ada pada *Byond*. Maka dari itu peneliti

---

<sup>8</sup> Triyanti, Debi, Reny Fitriana Kaban, and Muhammad Iqbal. "Peran Layanan Mobile Banking dalam Meningkatkan Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Syariah." *Jurnal Muhammadiyah Manajemen Bisnis* 2.1 (2021): 51-62.

ingin mengetahui lebih jauh lagi apakah faktor kemudahan terhadap loyalitas mahasiswa dalam menggunakan *Byond By BSI*.

Menurut Kotler dan Keller, adapun faktor yang digunakan untuk mengukur loyalitas nasabah, diantaranya kualitas produk, pelayanan, harga, dan kemudahan. Berikut tabel survei peneliti untuk mengetahui jumlah mahasiswa yang menggunakan *mobile banking* dengan faktor tersebut :

**Tabel 1.5**  
**Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Mahasiswa/I Program Studi**  
**Perbankan Syariah IAIN Kediri Angkatan 2021**

<b>FAKTOR</b>	<b>JUMLAH</b>
Kualitas Produk	4
Pelayanan	5
Harga	3
Kemudahan	49
<b>TOTAL</b>	<b>61</b>

*Sumber: Hasil Observasi (data diolah)*

Pada tabel 1.5 menunjukkan pengguna *Byond By BSI* dengan hasil yaitu paling banyak faktor kemudahan sebagai loyalitas mahasiswa, yang berjumlah 49 mahasiswa/i. Mahasiswa perlu memperhatikan kemudahan guna untuk efisiensi pengoperasian alat. Konsumen yang puas akan suatu barang atau jasa yang digunakan akan memakai barang atau jasa itu lagi serta memberitahukan alasan kemudahan tersebut kepada orang lain. Penelitian ini sangat penting untuk diteliti, karena penelitian ini akan membuktikan mengenai pengaruh kemudahan terhadap loyalitas penggunaan *Byond By BSI* pada mahasiswa/i Program Studi Perbankan Syariah angkatan 2021. Mengingat bahwa dengan menggunakan *Byond By BSI* maka para pengguna akan langsung bisa menikmati kemudahan seperti efisiensi waktu yaitu tidak perlu pergi ke ATM hanya untuk mentransfer ataupun melakukan

pengecekan saldo. Selain itu apabila terdapat token listrik habis, pulsa habis, pembayaran tagihan, pembayaran uang sekolah tidak perlu jauh untuk datang ke kantor cabang maupun ke ATM terdekat. Indikator kemudahan *mobile banking* ada 5 yaitu kemudahan dipelajari, kemampuan kontrol, fleksibilitas, kemudahan penggunaan, kejelasan, dan pemahaman.

Penelitian yang dilakukan oleh Afwan Hafizh, Tri Inda Fadhila Rahma dan Nurul Jannah membuktikan bahwa kepuasan dan loyalitas nasabah dipengaruhi oleh kemudahan *mobile banking*.<sup>9</sup> Penelitian Rona Veonnita dan Rojuaniah membuktikan bahwa persepsi kegunaan dan kepuasan memengaruhi kepercayaan, persepsi kegunaan dan kepuasan memengaruhi loyalitas, persepsi kemudahan tidak memengaruhi kepercayaan nasabah dan loyalitas, kepercayaan tidak memengaruhi loyalitas dan tidak memediasi persepsi kemudahan, kegunaan dan kepuasan terhadap loyalitas nasabah BCA.<sup>10</sup> Penelitian ini dilakukan untuk mendapatkan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai kemudahan penggunaan Aplikasi *Byond By* BSI yang mempengaruhi loyalitas mahasiswa dan untuk lebih mendalami mengenai faktor-faktor yang berkontribusi terhadap loyalitas mahasiswa dalam layanan keuangan digital. Oleh sebab itu, peneliti tertarik untuk menggunakan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kemudahan Penggunaan *Byond By* BSI**

---

<sup>9</sup> Hafizh, Afwan, Tri Inda Fadhila Rahma, and Nurul Jannah. "Pengaruh Kualitas Layanan dan Kemudahan Terhadap Loyalitas Nasabah Mobile Banking BSI Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening." *Ad-Deenar: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam* 7.02 (2023).

<sup>10</sup> Veonnita, Rona, and Rojuaniah Rojuaniah. "Pengaruh persepsi kemudahan, kegunaan dan kepuasan terhadap loyalitas melalui kepercayaan nasabah pengguna *mobile banking* BCA." *INOBIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia* 6.1 (2022): 68-78.

## terhadap Loyalitas Nasabah pada Mahasiswa IAIN Kediri Program Studi Perbankan Syariah Angkatan 2021”

### B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana kemudahan dalam penggunaan *Byond By BSI* pada mahasiswa IAIN Kediri Program Studi Perbankan Syariah Angkatan Tahun 2021?
2. Bagaimana loyalitas pada pengguna *Byond By BSI* pada mahasiswa IAIN Kediri Program Studi Perbankan Syariah Angkatan Tahun 2021?
3. Bagaimana pengaruh kemudahan terhadap loyalitas pada penggunaan *Byond By BSI* mahasiswa IAIN Kediri Program Studi Perbankan Syariah Angkatan Tahun 2021?

### C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada uraian rumusan masalah di atas, maka tujuan dilakukan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis kemudahan dalam penggunaan *Byond By BSI* pada mahasiswa IAIN Kediri Program Studi Perbankan Syariah Angkatan Tahun 2021.
2. Untuk menganalisis loyalitas pada penggunaan *Byond By BSI* pada mahasiswa IAIN Kediri Program Studi Perbankan Syariah Angkatan Tahun 2021.
3. Untuk menganalisis pengaruh kemudahan terhadap loyalitas pada

penggunaan *Byond By BSI* mahasiswa IAIN Kediri Program Studi Perbankan Syariah Angkatan Tahun 2021.

#### **D. Manfaat Penelitian**

##### **1. Kegunaan Secara Teoritis**

Dapat mengembangkan dan memfokuskan pengetahuan penulis mengenai kemudahan terhadap loyalitas pengguna *Byond By BSI* mahasiswa Prodi Perbankan Syariah IAIN Kediri. Penelitian ini diperlukan mampu memberi pengetahuan bagi pembaca terkait kemudahan terhadap loyalitas penggunaan *Byond By BSI*. Oleh karena itu, penelitian ini mampu digunakan untuk bahan pertimbangan penelitian ini.

##### **2. Kegunaan Secara praktis**

###### **a. Bagi Peneliti Selanjutnya**

Penelitian ini, dapat diharapkan untuk dapat dijadikan sebagai bahan referensi dan acuan bagi pihak yang akan melakukan penelitian selanjutnya.

###### **b. Bagi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri**

Peneliti mengharapkan untuk dapat menambah ilmu pengetahuan dan juga dijadikan sebagai wawasan pada karya ilmiah. Khususnya pada Perbankan Syariah terkait pengaruh kemudahan terhadap loyalitas penggunaan *Byond By BSI* mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Kediri Angkatan 2021.

###### **c. Bagi Peneliti**

Melalui penelitian ini, peneliti ingin mengasah kemampuannya

dalam melakukan penelitian ilmiah dan memperkaya wawasan, pengetahuan, serta pengalamannya di bidang keuangan syariah.

#### **E. Telaah Pustaka**

Mengacu pada beberapa penelitian sebelumnya, untuk memberikan latar belakang penelitian yang akan diuraikan dalam penelitian ini, dan hasil penelitian yang dimaksud adalah:

1. Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kebermanfaatan terhadap Keputusan Nasabah menggunakan Layanan Muamalat Digital Islamic Network (DIN) (Studi pada Nasabah Pengguna Muamalat DIN Di Bank Muamalat KCP Madiun). Oleh Nurul Aini (2023), mahasiswi IAIN Kediri.<sup>11</sup> Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, yaitu hasil observasi atau pengamatan yang diwakili dalam angka. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa penelitian deskriptif kuantitatif menggunakan data statistik untuk menggambarkan peristiwa masyarakat. Pengguna Muamalat DIN di Bank Muamalat KCP Madiun, yang termasuk dalam sampel penelitian, berjumlah 248 orang. Hasil studi menunjukkan bahwa variabel X1 (Persepsi Kemudahan), X2 (Persepsi Kebermanfaatan), dan Y (Keputusan Nasabah) berada dalam kategori yang cukup baik. Persamaan dari penelitian ini menggunakan sama-sama pendekatan kuantitatif. Sedangkan perbedaannya terletak pada tempat yang digunakan pada penelian

---

<sup>11</sup> Nurul Aini. Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Kebermanfaatan Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Layanan Muamalat Digital Islamic Network (DIN) (Studi Pada Nasabah Pengguna Muamalat DIN Di Bank Muamalat Kcp Madiun), (IAIN Kediri, 2023).

sebelumnya berada di Mojokerto, penelitian ini berada di Kediri.

2. "Peran Digital Islamic Network (DIN) dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Nasabah (Studi Kasus Bank Muamalat KCP Tulungagung) oleh Ekalaka Febian Cahyaningtyas (2022)", mahasiwi IAIN Kediri.<sup>12</sup> Penelitian ini menunjukkan bahwa Muamalat Digital Islamic Network (DIN) berkontribusi pada peningkatan kualitas layanan melalui kemudahan layanan, efisiensi waktu, jaminan keamanan, dan kepuasan pelanggan. Persamaan dari penelitian ini adalah Variabel variabel (X) dimana peneliti saat ini hanya menggunakan variabel *Mobile Banking*, dengan menggunakan objek di Lembaga keuangan Syariah. Sedangkan perbedaanya terletak pada metode penelitiannya, penelitian terdahulu memakai metode kualitatif, sedangkan penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif.
3. "Pengaruh Kualitas Layanan dan Kemudahan terhadap Loyalitas Nasabah Mobile Banking BSI dengan Kepuasan sebagai Variabel Intervening" oleh Afwan Hafizh, Tri Inda Fadhila Rahma, dan Nurul Jannah, Universitas Islam Negeri Sumatera, Indonesia.<sup>13</sup> Penelitian ini mencari tahu bagaimana kemudahan dan kualitas layanan *mobile banking* memengaruhi loyalitas pelanggan BSI, dengan kepuasan sebagai faktor penentu (Studi kasus mahasiswa/I FEBI UINSU).

---

<sup>12</sup>Ekalaka Febian Cahyaningtyas, Peran Digital Islamic Network (DIN) Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Nasabah (Studi Kasus Bank Muamalat Kcp Tulungagung), (IAIN Kediri, 2022).

<sup>13</sup> Hafizh, Afwan, Tri Inda Fadhila Rahma, and Nurul Jannah. "Pengaruh Kualitas Layanan dan Kemudahan Terhadap Loyalitas Nasabah Mobile Banking BSI Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening." *Ad-Deenar: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam* 7.02 (2023).

Penyelidikan ini menggunakan metode kuantitatif. Antara tahun 2019 dan 2022, seratus mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara yang menggunakan BSI Mobile diberikan kuesioner. Karena P-Value ( $0,254 > 0,05$ ), hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh positif dan substansial terhadap kepuasan pelanggan tetapi tidak terhadap loyalitas pelanggan. Kemudahan *mobile banking* memengaruhi kepuasan dan loyalitas pelanggan. Persamaan pada penelitian ini adalah sama-sama menggunakan metode Kuantitatif. Sedangkan perbedaannya terletak pada Penggunaan Variabel, penelitian terdahulu menggunakan Variabel Intervening sedangkan penelitian ini menggunakan Variabel Independen dan Variabel Dependen.

4. "Analisis Pengaruh Minat Nasabah dalam menggunakan Mobile Banking dengan menggunakan Kerangka Technology Acceptance Model (TAM)", Oleh Sri Yani Kusumastuti, Teresia Perpetua Kota. 2022.<sup>14</sup> Penelitian ini mencari tahu bagaimana kualitas layanan dan risiko berdampak pada keinginan pelanggan untuk menggunakan layanan *mobile banking* yang menggunakan *Technology Acceptance Model (TAM)*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan mengumpulkan data melalui kuesioner yang dibagikan kepada responden yang menggunakan layanan *mobile banking* di seluruh

---

<sup>14</sup> Kota, Teresia Perpetua, and Sri Yani Kusumastuti. "Analisis Pengaruh Minat Nasabah Dalam Menggunakan Mobile Banking Dengan Menggunakan Kerangka Technology Acceptance Model (TAM)." *Jurnal Apresiasi Ekonomi* 10.3 (2022): 276-288.

Indonesia. Metode sampling accidental digunakan untuk mengumpulkan sampel dari 285 orang yang menjawab. Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa persepsi manfaat dan kemudahan berkontribusi positif pada keinginan pelanggan untuk menggunakan *mobile banking*. Persamaan penelitian ini adalah sama-sama menggunakan metode Kuantitatif. Sedangkan perbedaannya terletak pada fokus penelitiannya, penelitian sebelumnya lebih focus pada Teorinya saja yaitu TAM pada *Mobile Banking*, sedangkan penelitian ini membahas secara keseluruhan penggunaan *Mobile Banking* yang mempengaruhi loyalitas pada mahasiswa.

5. "Minat Nasabah dalam Penggunaan Mobile Banking pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Kota Palopo", oleh Annisa Fitri Iriani, Institut Agama Islam Negeri Palopo, 2019.<sup>15</sup> Penelitian ini adalah jenis penelitian deskriptif kualitatif yang dilakukan di Bank Syariah Mandiri yang berlokasi di Jl. Dr. Ratulangi No 62 A-B, Kota Palopo, Sulawesi Selatan. Data primer diperoleh secara langsung dari nasabah Bank Syariah Mandiri Kota Palopo. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nasabah sangat senang menggunakan layanan perbankan *mobile* di Bank Syariah Kota Mandiri Palopo karena memungkinkan mereka melakukan transaksi seperti transfer antara bank tanpa harus mengantri berjam-jam di bank. Pada dasarnya, layanan perbankan ini memudahkan nasabah untuk melakukan transaksi tanpa harus

---

<sup>15</sup> Iriani, Annisa Fitri. "Minat nasabah dalam penggunaan mobile banking pada nasabah Bank Syariah Mandiri Kota Palopo." *Dinamis: Journal of Islamic Management and Bussiness* 2.2 (2019).

menggunakan teller atau ATM. Persamaan dari penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang Penggunaan *Mobile Banking*. Sedangkan perbedaanya terletak pada metode penelitiannya, penelitian sebelumnya menggunakan penelitian Kualitatif, sedangkan penelitian ini menggunakan metode Kuantitatif.