

**PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* TERHADAP KEPUASAN
DAN DAMPAKNYA TERHADAP LOYALITAS NASABAH
PENGUNA *MOBILE BANKING*
(Studi Kasus Bank Syariah Mandiri KCP Belawan)**

TESIS

OLEH :

AYU KARTIKA SARI

NIM : 3004184004



**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA
MEDAN
2021 M / 1442 H**

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ayu Kartika Sari
NIM : 3004184004
Tempat/Tanggal Lahir : Belawan, 15 Februari 1995
Alamat : Jl. Citandui Timur No. 10, Kec. Medan Belawan

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa tesis yang berjudul "**PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* TERHADAP KEPUASAN DAN DAMPAKNYA TERHADAP LOYALITAS NASABAH PENGGUNA *MOBILE BANKING* (STUDI KASUSU BANK SYARIAH MANDIRI KCP BELAWAN)**", benar karya asli saya, kecuali kutipan-kutipan yang disebutkan sumbernya.

Apabila terdapat kesalahan dan kekeliruan di dalamnya, sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Medan, 25 Februari 2021

Yang Membuat Pernyataan


Ayu Kartika Sari

LEMBAR PERSETUJUAN

Tesis Berjudul:

**PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* TERHADAP KEPUASAN DAN
DAMPAKNYA TERHADAP LOYALITAS NASABAH
PENGUNA *MOBILE BANKING*
(STUDI KASUS BANK SYARIAH MANDIRI KCP BELAWAN)**

Oleh:

**Ayu Kartika Sari
NIM : 3004184004**

Dapat Disetujui dan Disahkan Sebagai Persyaratan untuk Memperoleh Gelar
Magister Ekonomi (M.E.) Program Studi Ekonomi Syariah pada Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Medan, 02 Maret 2021

Pembimbing I



(Dr. Marliah, M.A.)

NIP. 19760126 200312 2 003

NIDN. 2026017602

Pembimbing II



(Dr. M. Ridwan, M.A.)

NIP. 19760820 200312 1 004

NIDN. 2020087604

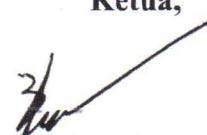
LEMBAR PENGESAHAN

Tesis yang berjudul “**PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* TERHADAP KEPUASAN DAN DAMPAKNYA TERHADAP LOYALITAS NASABAH PENGGUNA *MOBILE BANKING* (STUDI KASUS BANK SYARIAH MANDIRI KCP BELAWAN)**” a.n. **AYU KARTIKA SARI**, NIM 3004184004 telah dimunaqasyahkan dalam Sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara-Medan pada tanggal 25 Maret 2021.

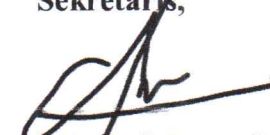
Tesis ini telah diterima untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Magister Ekonomi (M.E.) pada Program Studi Ekonomi Syariah.

Medan, 12 April 2021
Panitia Sidang Munaqasyah Tesis
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Sumatera Utara-Medan


Ketua,



(Maryam Batubara, M.A., Ph.D.)
NIP. 19720716 200701 2 023
NIDN. 2016077202


Sekretaris,



(Yusrizal, S.E., M.Si.)
NIP. 197505222 00901 1 006
NIDN. 2022057501

Anggota/Penguji


(Dr. Marliah, M.A.)
NIP. 19760126 200312 2 003
NIDN. 2026017602


(Dr. M. Ridwan, M.A.)
NIP. 19760820 200312 1 004
NIDN. 2020087604


(Dr. Sugianto, M.A.)
NIP. 19670607 200003 1 003
NIDN. 2007066701


(Dr. Sudirman Suparmin, M.A.)
NIP. 19780701 200912 1 003
NIDN. 2001077803

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Sumatera Utara


(Dr. Muhammad Yafiz, M.Ag.)
NIP. 19760423 200312 1 002
NIDN. 2023047602



ABSTRAK

PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* TERHADAP LOYALITAS NASABAH PENGGUNA *MOBILE BANKING* (STUDI KASUS BANK SYARIAH MANDIRI KCP BELAWAN)

(AYU KARTIKA SARI)

NIM : 3004184004
Tempat/Tanggal Lahir : Belawan, 15 Februari 1995
Nama Ayah : M. Nursidin, S.E., M.Si.
Nama Ibu : Nini Purnama Sari
Pembimbing : 1. Dr. Marliyah, M.A.
2. Dr. M. Ridwan, M.A.

Bank Syariah Mandiri (BSM) merupakan contoh nyata bank yang telah memanfaatkan teknologi informasi sebagai layanan tambahan yang disediakan untuk meningkatkan pengalaman nasabah dalam bertransaksi *online* via internet, yaitu melalui aplikasi *mobile banking*. Penerapan *mobile banking* merupakan salah satu bentuk dari wujud komitmen BSM dalam menyediakan kualitas layanan elektronik yang baik, serta dapat dirasakan dan dinilai oleh para nasabah yang telah menggunakannya. Penilaian ini yang kemudian dapat mempengaruhi tingkat kepuasan mereka. Berdasarkan hal ini yang kemudian mendorong peneliti untuk melakukan pengujian terhadap pengaruh kualitas layanan elektronik *mobile banking* yang ditawarkan oleh Bank Syariah Mandiri KCP Belawan terhadap kepuasan dan loyalitas para pengguna *mobile banking*. Penelitian ini ditujukan untuk menganalisis pengaruh dari *e-service quality* terhadap kepuasan nasabah dan dampaknya terhadap loyalitas nasabah. Item kuesioner yang digunakan sebanyak 35 item. Pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Belawan yang setidaknya telah memiliki rekening dan menggunakan aplikasi *mobile banking* BSM selama 3 (tiga) bulan dengan jumlah sampel 84 orang yang ditentukan dengan metode *nonprobability sampling*. Teknik analisis yang digunakan adalah *Structural Equation Modeling Partial Least Square* (SEM-PLS). Hasil yang diperoleh pada penelitian ini adalah bahwa: (1) Hubungan *e-service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini dapat dibuktikan dari nilai *t-value* lebih besar dari 1,96 yakni 13,230. Dengan demikian, H_1 dalam penelitian ini diterima. (2) Hubungan *e-service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Hal ini dapat dibuktikan dari nilai *t-value* lebih besar dari 1,96 yakni 3,267. Dengan demikian, H_2 dalam penelitian ini diterima. (3) Hubungan kepuasan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Hal ini dapat dibuktikan dari nilai *t-value* lebih besar dari 1,96 yakni 3,666. Dengan demikian, H_3 dalam penelitian ini diterima.

Kata Kunci: *E-Service Quality*, Kepuasan Nasabah, Loyalitas Nasabah



ABSTRACT

THE EFFECT OF E-SERVICE QUALITY ON SATISFACTION AND ITS IMPACT ON CUSTOMER LOYALTY OF MOBILE BANKING USERS (CASE STUDY OF BANK SYARIAH MANDIRI KCP BELAWAN)

(AYU KARTIKA SARI)

NIM : 3004184004
Place and Date of Birth : Belawan, 15 February 1995
Father's Name : M. Nursidin, S.E., M.Si.
Mother's Name : Nini Purnama Sari
Supervisor : 1. Dr. Marliyah, M.A.
2. Dr. M. Ridwan, M.A.

Bank Syariah Mandiri (BSM) is a real example of a bank that has utilized information technology as an additional service provided to improve the customer experience in transacting online via the internet, namely through a mobile banking application. The application of mobile banking is one form of BSM's commitment in providing good quality electronic services, and can be felt and assessed by customers who have used it. These assessments can then affect their level of satisfaction. Based on this, it then encouraged researchers to test the influence of the quality of mobile banking electronic services offered by Bank Syariah Mandiri KCP Belawan on the satisfaction and loyalty of mobile banking users. This research is intended to analyze the effect of e-service quality on customer satisfaction and its impact on customer loyalty. Questionnaire items used as many as 35 items. Data collection is done by distributing questionnaires to customers of Bank Syariah Mandiri KCP Belawan who at least have an account and use BSM mobile banking application for 3 (three) months with a sample number of 84 people determined by nonprobability sampling method. The analytical technique used is Structural Equation Modeling Partial Least Square (SEM-PLS). The results obtained in this study are that: (1) The relationship of e-service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction. This can be proven from the t-value greater than 1.96 which is 13,230. Thus, H_1 in this study was accepted. (2) The relationship of e-service quality has a positive and significant effect on customer loyalty. This can be proven from the t-value greater than 1.96 which is 3,267. Thus, H_2 in this study was accepted. (3) Customer satisfaction relationship has a positive and significant effect on customer loyalty. This can be proven from the t-value greater than 1.96 which is 3,666. Thus, H_3 in this study was accepted.

Keywords: *E-Service Quality, Customer Satisfaction, Customer Loyalty*

تجريد

تأثير جودة الخدمة الإلكترونية على رضا العملاء وولائهم باستخدام
البنوك الخلوية
(دراسة حالة للبنك الشرعية مانديري بيلاون)
(أيو كارتিকা ساري)



رقم دفتر القيد : ٤٠٠٤٨١٤٠٠٣
مكان وتاريخ الميلاد : بيلاون، ١٥ فيبرابر ١٩٩٥
اسم الأب : محمد نورسيدين، M.Si, S.E.
اسم الأم : نيني فورنام ساري
المشرف : ٠١. د. مارليا، M.A.
٠٢. د. رضوان، M.A.

البنك الشرعية مانديري (BSM) هو مثال واضح للبنك الذي استخدم تكنولوجيا المعلومات كخدمة إضافية متاحة لتحسين تجربة العملاء في المعاملات عبر الإنترنت من خلال البرمجية التطبيقية البنوك الخلوية. يعد تطبيق البنوك الخلوية عبر أحد أشكال التزام البنك الشرعية مانديري بتقديم خدمات الإلكترونية عالية الجودة بحيث يمكن للعملاء الشعور بجودة الخدمة وتقييمها. يمكن أن يؤثر هذا التقييم على مستوى رضاهم. وهذا يشجع الباحث على اختبار تأثير جودة الخدمة الإلكترونية البنوك الخلوية التي يقدمها الشرعية مانديري بيلاون على رضا العملاء وولائهم الذين يستخدمون البنوك الخلوية. تهدف هذه الدراسة إلى تحليل تأثير جودة الخدمة الإلكترونية على رضا العملاء وولائهم. مواد الاستبيان المستخدمة هي 35 مادة. جمع الباحث البيانات عن طريق توزيع الاستبيانات على عملاء البنك الشرعية مانديري بيلاون الذين ملكوا الحساب المصرفي واستخدموا البنوك الخلوية لمدة ثلاثة أشهر. استخدم الباحث 84 عينة تم تحديدهم من خلال أخذ العينات غير الاحتمالية. تقنية التحليل المستخدمة هي نمذجة المعادلات الهيكلية المربعات الصغرى الجزئية (SEM-PLS). هذه الدراسة لها عدة نتائج:

(1) لجودة الخدمة الإلكترونية تأثير إيجابي وهام على رضا العملاء. يتضح هذا من قيمة t أكبر من 1.96 وهي 13.230. وبالتالي، تم قبول H_1 في هذه الدراسة. (2) لجودة الخدمة الإلكترونية تأثير إيجابي وهام على ولاء العملاء. يتضح هذا من قيمة t أكبر من 1.96 وهي 3,267. وبالتالي، تم قبول H_2 في هذه الدراسة. (2) لرضا العملاء تأثير إيجابي وهام على ولاءهم. يتضح هذا من قيمة t أكبر من 1.96 وهي 3,666. وبالتالي، تم قبول H_3 في هذه الدراسة.

الكلمات المفتاحية: جودة الخدمة الإلكترونية، رضا العملاء، ولاء العملاء

KATA PENGANTAR



Alhamdulillah rabbil'alamin, puji dan syukur penulis ucapkan atas kehadiran Allah SWT, berkat rahmat dan hidayah-Nya serta petunjuk-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis dengan judul “**Pengaruh E-Service Quality Terhadap Kepuasan Dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Nasabah Pengguna Mobile Banking (Studi Kasus Bank Syariah Mandiri KCP Belawan)**”. Shalawat beriringan salam kita hadiahkan kepada junjungan alam baginda rasul Muhammad SAW, sebagai suri tauladan umat manusia di dunia.

Tesis ini dibuat untuk memenuhi persyaratan dalam mencapai gelar Magister Ekonomi pada Program Studi Ekonomi Islam di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara-Medan.

Dalam penyusunan dan penulisan tesis ini hingga selesai penulis banyak mendapat bimbingan, arahan, bantuan serta doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah banyak membantu dalam penulisan tesis ini, kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Syahrin Harahap, M.A., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
2. Bapak Dr. Muhammad Yafiz, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
3. Ibu Maryam Batubara, Ph.D., selaku Ketua Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
4. Bapak Yusrizal, S.E., M.Si., selaku Sekretaris Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
5. Ibu Dr. Marliyah, M.A., selaku Dosen Pembimbing I yang telah banyak memberikan arahan, serta motivasi kepada penulis sejak awal rencana penelitian sampai selesainya penyusunan tesis ini.

6. Bapak Dr. M. Ridwan, M.A., selaku Dosen Pembimbing II yang telah banyak memberikan arahan, serta motivasi kepada penulis sejak awal rencana penelitian sampai selesainya penyusunan tesis ini.
7. Bapak Dr. Sugianto, M.A., selaku Dosen Penguji I yang telah meluangkan waktu dan memberikan saran demi kesempurnaan tesis ini.
8. Bapak Dr. Sudirman Suparmin, M.A., selaku Dosen Penguji II yang telah meluangkan waktu dan memberikan saran demi kesempurnaan tesis ini.
9. Seluruh Dosen dan Staf di Universitas Islam Negeri Sumatera Utara untuk segala jasanya selama perkuliahan.
10. Ungkapan yang tulus hormat serta cinta dan terima kasih kepada orang tua penulis Ayahanda M. Nursidin, S.E., M.Si. dan Ibunda Nini Purnama Sari, atas didikan, cinta dan kasih sayang yang tidak ternilai, dorongan, semangat dan pengorbanan serta doa yang tak henti-hentinya yang telah membangkitkan semangat dalam diri penulis untuk menyelesaikan tesis ini. Tanpa kalian sangatlah sulit bagi penulis untuk mencapai cita-citanya. Semoga Allah SWT tetap memberikan limpahan rahmat dan karunia serta kesehatan kepada ayahanda dan ibunda tercinta.
11. Penulis mengucapkan terima kasih kepada kakak penulis Vinny Permata Sari, S.H. dan adik-adik penulis M. Alif Shihab dan Dinda Aulia Sari serta kekasih penulis M. Irsyad Tamimi, S.E. yang selalu memberikan dukungan kepada penulis dalam menyelesaikan tesis ini.
12. Kepada seluruh Karyawan PT. Bank Syariah Mandiri KCP Belawan yang telah memberikan izin dan kesempatan untuk melakukan penelitian dan telah berkenan meluangkan waktu untuk membantu peneliti dalam mengumpulkan data-data untuk penulisan tesis ini.
13. Kepada rekan-rekan S2 Ekonomi Syariah angkatan 2018 khususnya kelas Non Reguler Eksya B yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

Penulis telah berupaya dengan semaksimal mungkin dalam penyelesaian tesis ini, namun penulis menyadari masih banyak kelemahan baik dari segi isi maupun tata bahasa, untuk itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun dari pembaca untuk kesempurnaan tesis ini. Dan semoga isi tesis ini

bermanfaat dalam memperkaya khasanah ilmu bagi pembaca dan dunia pendidikan.

Allahumma Aamiin.

Medan, Maret 2021

Penulis,

Ayu Kartika Sari

NIM. 3004184004

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Pedoman transliterasi yang digunakan adalah Sistem Transliterasi Arab-Latin berdasarkan SKB Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia No. 158/1987 dan No. 0543b/U/1987 tanggal 22 Januari 1988.

1. Konsonan

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf Latin dapat dilihat pada halaman berikut:

No.	Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
1.	ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
2.	ب	Ba	B	Be
3.	ت	Ta	T	Te
4.	ث	Ša	Š	Es (dengan titik di atas)
5.	ج	Jim	J	Je
6.	ح	Ḥa	Ḥ	Ha (dengan titik di bawah)
7.	خ	Kha	Kh	Ka dan Ha
8.	د	Dal	D	De
9.	ذ	Žal	Ž	Zet (dengan titik di atas)
10.	ر	Ra	R	Er
11.	ز	Zai	Z	Zet
12.	س	Sin	S	Es
13.	ش	Syin	Sy	Es dan Ye
14.	ص	Šad	Š	Es (dengan titik di bawah)
15.	ض	Ḍad	Ḍ	De (dengan titik di bawah)
16.	ط	Ṭa	Ṭ	Te (dengan titik di bawah)
17.	ظ	Ža	Ž	Zet (dengan titik di bawah)
18.	ع	‘Ain	‘	Koma terbalik (di atas)
19.	غ	Gain	G	Ge
20.	ف	Fa	F	Ef
21.	ق	Qaf	Q	Ki
22.	ك	Kaf	K	Ka
23.	ل	Lam	L	El

24.	م	Mim	M	Em
25.	ن	Nun	N	En
26.	و	Wau	W	We
27.	هـ	Ha	H	Ha
28.	ء	Hamzah	'	Apostrof
29.	ي	Ya	Y	Ye

2. Vokal

Vokal bahasa Arab adalah seperti bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal dalam bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
ـَ	Fathah	A	A
ـِ	Kasrah	I	I
ـُ	Dammah	U	U

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap dalam bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf	Nama
ـِـي	Fathah dan Ya	Ai	A dan i
ـِـو	Fathah dan Wau	Au	A dan u

Contoh: كيف = kaifa , حول = haula

c. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harakat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
ـِـا	Fathah dan Alif atau Ya	Ā /ā	a dengan garis di atas
ـِـي	Kasrah dan Ya	Ī /ī	i dengan garis di atas
ـِـو	Dammah dan Wau	Ū /ū	u dengan garis di atas

Contoh: قَال = qāla, قِيلَ = qīla, يَقُولُ = yaqūlu

d. *Tā' al-Marbūṭah*

Transliterasi untuk *tā' al-marbūṭah* ada dua, yaitu:

1. *Tā' al-marbūṭah* hidup

Tā' al-marbūṭah yang hidup atau mendapat harakat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah /t/.

2. *Tā' al-marbūṭah* mati

Tā' al-marbūṭah yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah /h/.

3. Kalau pada kata yang terakhir dengan *tā' al-marbūṭah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang “al” serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *tā' al-marbūṭah* itu di transliterasikan ta (t) atau ha (h).

Contoh:

طلحة = ṭalḥah

روضۃ الجنة = rauḍatu al-jannah / rauḍatuljannah

e. *Syaddah (Tasydid)*

Syaddah atau *tasydid* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda *syaddah* atau *tasydid*, dalam transliterasi ini tanda *syaddah* tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda *syaddah* itu. **Contoh:** رَبَّنَا = Rabbanā

f. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu “ال”, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* dan kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah*.

1. Kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah*

Kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* huruf lām /ل/ di transliterasikan sesuai dengan bunyi huruf setelahnya, yaitu diganti dengan huruf yang mengikuti kata sandang itu.

2. Kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah*

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah huruf lām /ل/ di transliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ tetap berbunyi /l/.

g. Hamzah

Dinyatakan di depan bahwa hamzah di transliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Bila hamzah itu terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

h. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik *fi'il* (kata kerja), *isim* (kata benda) maupun *ḥarf*, ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf atau harkat yang dihilangkan, maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

i. Huruf Kapital

Meskipun dalam tulisan Arab huruf kapital tidak dikenali, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya: huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bila nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital setiap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh: 1. Wa mā Muḥammadun illā rasūl.

2. Inna awwala baitin wuḍi'a li an-nāsi lallazī bi Bakkata mubārakan.

3. Syahrū Ramaḍāna al-lazī unzila fihi al-Qur'ānu.

j. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi itu merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan ilmu Tajwid. Karena itu, peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan ilmu tajwid.

DAFTAR ISI

Halaman

SURAT PERNYATAAN	
LEMBAR PERSETUJUAN	
LEMBAR PENGESAHAN	
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	vii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah.....	9
C. Batasan Masalah	9
D. Rumusan Masalah.....	10
E. Tujuan Penelitian	10
F. Manfaat Penelitian	10
G. Sistematika Pembahasan.....	11
BAB II KAJIAN TEORITIS DAN KERANGKA PEMIKIRAN.....	13
A. Kajian Teori	13
1. Perbankan Syariah.....	13
2. <i>E-Service Quality</i>	23
3. Kepuasan Nasabah	27
4. Loyalitas Nasabah	36
5. Hubungan Antar Variabel	46
B. Penelitian Terdahulu	48
C. Kerangka Pemikiran.....	58
D. Hipotesis	60
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	61
A. Jenis Dan Pendekatan Penelitian	61
B. Lokasi Dan Waktu Penelitian	61
C. Populasi Dan Sampel Penelitian	62

1. Populasi	62
2. Sampel.....	62
D. Teknik Pengumpulan Data	64
E. Jenis Dan Sumber Data	65
1. Jenis Data	65
2. Sumber Data.....	65
F. Definisi Operasional Variabel	66
G. Rancangan Penelitian	72
H. Teknik Analisis Data.....	72
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	86
A. Gambaran Umum Perusahaan	86
B. Hasil Penelitian.....	90
1. Analisis Deskriptif Responden.....	90
2. Karakteristik Responden	90
3. Analisis Deskriptif Jawaban Responden	94
4. Analisis <i>Struktural Equation Modelling</i> Dengan <i>SmartPLS</i>	113
5. Pengujian Hipotesis	119
C. Pembahasan	120
BAB V PENUTUP.....	123
A. Kesimpulan	123
B. Saran	124
DAFTAR PUSTAKA	126
LAMPIRAN.....	133

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Rekapitulasi Jumlah Keluhan Nasabah Pengguna <i>Mobile Banking</i> Bank Syariah Mandiri Periode Tahun 2017-2019	7
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	48
Tabel 2.2 Persamaan dan Perbedaan Penelitian	53
Tabel 3.1 Jumlah Pengguna <i>Mobile Banking</i> Bank Syariah Mandiri KCP Belawan Tahun 2020	62
Tabel 3.2 Instrumen Skala <i>Likert</i>	64
Tabel 3.3 Operasionalisasi Variabel Penelitian	71
Tabel 3.4 Kriteria Penilaian Model SEM-PLS	78
Tabel 3.5 Tabel Koefisien Reabilitas	81
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	91
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	91
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	92
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pekerjaan	93
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Transaksi Dilakukan	93
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Alasan Utama Menggunakan <i>Mobile Banking</i>	94
Tabel 4.7 Indikator Kegunaan Aplikasi	95
Tabel 4.8 Indikator Kualitas Informasi	97
Tabel 4.9 Indikator Keandalan	101
Tabel 4.10 Indikator Daya Tanggap	103
Tabel 4.11 Indikator Jaminan	105
Tabel 4.12 Indikator Personalisasi	107
Tabel 4.13 Indikator Kesesuaian Harapan	109
Tabel 4.14 Indikator Persepsi Kinerja	109
Tabel 4.15 Indikator Penilaian Nasabah	110
Tabel 4.16 Indikator Menunjukkan Kesetiaan	111
Tabel 4.17 Indikator Mereferensikan Kepada Orang Lain	111
Tabel 4.18 Indikator Keberlangsungan Penggunaan Aplikasi	112
Tabel 4.19 <i>Outer Loading</i>	114
Tabel 4.20 <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	115
Tabel 4.21 <i>Cross Loading</i>	115
Tabel 4.22 <i>Cronbach's Alpha</i>	117
Tabel 4.23 <i>R-Square</i>	118
Tabel 4.24 <i>Path Coefficient</i>	119

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	58
Gambar 3.1 Rancangan Penelitian.....	71
Gambar 3.2 Gambar Spesifikasi SEM.....	84
Gambar 4.1 Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	117

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Industri perbankan di Indonesia menganut *dual banking system* yakni sistem perbankan konvensional dan sistem perbankan syariah. Perbankan syariah merupakan sistem yang berpedoman kepada Al-Quran dan Hadist dalam melaksanakan aktivitasnya. Berbeda dengan sistem konvensional, sistem perbankan syariah sangat mengedepankan nilai-nilai Islam semacam terdapatnya larangan riba serta berinvestasi kepada usaha-usaha yang diharamkan dalam ajaran Islam.¹

Lahirnya perbankan syariah di Indonesia memberikan solusi alternatif kepada masyarakat yang ingin mengelolah keuangannya dengan menerapkan prinsip-prinsip syariah karena perbankan syariah memiliki karakteristik sistem bagi hasil yang saling menguntungkan bagi masyarakat dan bank, mengedepankan aspek keadilan dalam bertransaksi, investasi yang beretika, mengedepankan nilai-nilai kebersamaan serta persaudaraan dalam berproduksi, dan menjauhi aktivitas spekulatif dalam bertransaksi keuangan. Dengan menyediakan bermacam-macam produk dan layanan jasa perbankan yang beragam dengan skema keuangan yang lebih bervariasi, perbankan syariah sebagai alternatif sistem perbankan yang kredibel dan bisa dinikmati oleh segala kalangan masyarakat Indonesia.²

Namun di Indonesia dengan jumlah penduduk mayoritas beragama Islam, Bank Syariah masih kalah populer dibandingkan dengan Bank Konvensional, di akhir bulan Desember 2019 OJK mencatat bahwa jumlah rekening dalam perbankan syariah baru mencapai 32,18 juta, hal ini menunjukkan bahwa industri

¹ Ayief Fathurrahman, *Meninjau Ulang Landasan Normatif Perbankan Syariah Di Indonesia*, dalam Jurnal Al-Mawarid, Vol. 11, No. 1, 2010, h.2.

² Otoritas Jasa Keuangan (OJK) diakses dari <https://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/tentang-syariah/Pages/Perbankan-Syariah.aspx>, pada tanggal 20 Februari 2020.

perbankan syariah perlu mengeluarkan tenaga ekstra guna menarik simpatik masyarakat Indonesia untuk menggunakan layanan perbankan syariah.³

Tantangan besar yang di alami oleh perbankan syariah di kala ini berbentuk loyalitas para nasabahnya, persaingan mutu layanan menuntut para pelaku bisnis di sektor ini untuk terus berinovasi agar dapat berkompetisi dengan kompetitornya. Menurut Griffin, loyalitas konsumen lebih banyak bersinggungan dengan sikap (*behaviour*) daripada dengan perilaku. Apabila konsumen loyal, dia akan menunjukkan sikap pembelian yang didefinisikan sebagai pembeli yang secara berulang dari waktu ke waktu oleh beberapa faktor pengambilan keputusan. Membangun ikatan yang kuat dengan konsumen merupakan mimpi dari tiap pemasar serta terkadang jadi salah satu kunci dari kesuksesan pemasaran dalam jangka panjang.⁴

Sejatinya loyalitas sangat dibutuhkan oleh perusahaan karena tanpa adanya loyalitas, perusahaan akan sulit tumbuh dan berkembang dengan baik.⁵ Fakta menunjukkan bahwa menarik pelanggan jauh lebih mahal daripada mempertahankan pelanggan pada saat ini juga memicu meningkatnya perhatian pada kepuasan pelanggan. Berbicara mengenai kualitas layanan dan loyalitas maka tidak luput dari kepuasan karena berdasarkan penelitian Rizal Zulkarnain, loyalitas nasabah dapat terjadi setelah nasabah merasa puas, dan nasabah akan merasa puas apabila mendapat kualitas layanan yang terbaik.⁶ Menurut Argawijana, konsumen yang merasa puas akan merekomendasikan kepada orang

³Otoritas Jasa Keuangan (OJK) diakses dari <https://www.ojk.go.id/id/kanal/perbankan/Pages/Panduan-Penyelenggaraan-Digital-Branch-oleh-Bank-Umum.aspx>, pada tanggal 20 Februari 2020.

⁴Griffin, Jill, *Customer Loyalty Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*, (Jakarta: Erlangga,2010),h.30.

⁵Rakhmat Romadhan, *et. al*, *E-Service Quality Kepuasan Konsumen Melalui E-Commerce Terhadap Loyalitas Konsumen*, dalam Jurnal GeoEkonomi, Vol. 10, No. 2, 2019,h.150-163.

⁶Rizal Zulkarnain, *et. al*, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening* (Studi Kasus Pada PT Bank Syariah Mu'amalah Cilegon), dalam Jurnal Manajemen Dan Bisnis, 2020,h.1-24.

lain atas apa yang dirasakannya.⁷ Sehingga akan membuat perusahaan lebih mudah dalam tumbuh dan berkembang lebih jauh lagi. Kepuasan pelanggan/nasabah berkontribusi pada sejumlah aspek krusial seperti terciptanya loyalitas pelanggan/nasabah, meningkatnya reputasi perusahaan, berkurangnya elastisitas harga, berkurangnya biaya transaksi masa depan, dan meningkatnya efisiensi dan produktifitas. Keinginan konsumen yang terpenuhi sesuai dengan harapannya akan membuat konsumen menerima suatu produk atau jasa bahkan sampai loyal terhadap produk atau jasa tersebut.

Kepuasan konsumen merupakan faktor yang sangat menentukan untuk citra suatu perusahaan karena kekecewaan konsumen dalam menerima suatu layanan dari perusahaan akan membuat perusahaan menjadi sulit untuk bertumbuh, maka agar konsumen dapat dipertahankan tentu harus diberikan layanan yang maksimal kepada konsumen untuk menciptakan kepuasan konsumen.⁸ Hal tersebut di dukung oleh pernyataan I Gusti, bahwa perlunya kualitas pelayanan yang baik dari perusahaan agar terciptanya suatu kepuasan yang baik, mengingat *e-service quality* memiliki peranan penting dalam menciptakan *perceived value* pada konsumen.⁹

Menurut Kotler dan Armstrong, kualitas layanan (*service quality*) adalah salah satu sarana *positioning* utama pemasar. Kualitas mempunyai dampak langsung pada kinerja produk atau jasa, oleh karena itu kualitas berhubungan erat dengan nilai dan kepuasan pelanggan.¹⁰ *The American Society for Quality* mendefinisikan kualitas sebagai karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan.¹¹

⁷Argawijana, et al, *Mengukur Tingkat Kualitas Layanan Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT Johar Megah Motor Kota Makassar*, dalam Jurnal Ilmu Ekonomi, Vol. 2, No. 1, 2020,h.24-31.

⁸*Ibid.*

⁹I Gusti Ngurah dan Luh Komang, *Pengaruh Brand Image Dan E-Service Quality Terhadap Customer Satisfaction Serta Loyalitas Pengguna Aplikasi Gojek Di Tabanan*, dalam Jurnal JAMMS, Vo. 1, No. 1, 2019, h.39-48.

¹⁰Kotler, Philip dan Amstrong Gary, *Prinsip-Prinsip Pemasaran* Alih bahasa Bob Sabran Edisi Bahasa Indonesia. Jilid 1. (Jakarta: Erlangga,2014), h.25.

¹¹*Ibid.*

Nilai yang dirasakan konsumen atas sebuah layanan yang diberikan perusahaan, merupakan penilaian konsumen yang dilakukan dengan cara membandingkan manfaat yang diperoleh konsumen dengan yang diharapkan. Karena itu, pelanggan tidak akan puas, apabila pelanggan mempunyai persepsi bahwa harapannya belum terpenuhi. Pelanggan akan puas jika persepsinya sama atau lebih dari yang diharapkan. I Gusti berpendapat bahwa kualitas layanan yang tidak diperbaiki menjadi lebih baik lagi akan berdampak panjang pada citra perusahaan yang terus menurun sehingga membuat konsumen tidak akan menggunakan jasa atau produknya kembali. Maka dari itu pentingnya pelayanan yang berkualitas agar terciptanya kepuasan pelanggan serta loyalitas pelanggan.¹²

Bank Syariah Mandiri atau yang lebih di kenal dengan sebutan BSM merupakan salah satu bank syariah yang ada di Indonesia. Bank Syariah Mandiri menyadari perlunya meningkatkan layanan kepada nasabah guna meningkatkan jumlah nasabah, salah satu cara yang dilakukan oleh BSM adalah dengan menerapkan teknologi informasi. Penerapan Teknologi Informasi (TI) terkini serta melakukan inovasi-inovasi secara berkesinambungan dilakukan untuk meningkatkan daya saing BSM dalam industri perbankan.¹³

Teknologi informasi penting dilakukan karena meningkatkan kemudahan dalam bertransaksi dan kualitas layanan kepada nasabah. Hal tersebut sesuai dengan salah satu misi Bank dalam meningkatkan kualitas produk dan layanan berbasis teknologi yang melampaui harapan nasabah. Pengelolaan teknologi memberikan dampak peningkatan *fee based income* dan keunggulan bagi Bank Mandiri Syariah. Hingga kini layanan digital yang dimiliki BSM memiliki berbagai fitur-fitur seperti Wakaf Digital yang dapat diakses melalui aplikasi *Mobile Banking* Mandiri Syariah, hingga layanan *chatbot* Asisten Interaktif Mandiri Syariah (Aisyah). *Chatbot* pertama bank syariah ini berfungsi sebagai *customer center virtual* selama 7 x 24 jam.

¹²I Gusti Ngurah dan Luh Komang, *Pengaruh Brand Image...*,h.39-48.

¹³PT Bank Syariah Mandiri, *Memperkuat Daya Saing Melalui Peningkatan Keunggulan Perusahaan*, Laporan Tahunan 2018, diunduh pada tanggal 20 Februari 2020.

Menurut OJK perkembangan layanan perbankan digital di dorong oleh hal-hal sebagai berikut:

- 1) adanya perkembangan teknologi informasi yang pesat;
- 2) perubahan gaya hidup masyarakat sesuai perkembangan teknologi informasi;
- 3) adanya kebutuhan masyarakat terhadap layanan perbankan yang efektif, efisien, dapat diakses dari manapun dan kapanpun, komprehensif, serta mudah;
- 4) kompetisi industri perbankan untuk memberikan layanan sesuai dengan kebutuhan masyarakat;
- 5) kebutuhan perbankan terhadap operasional yang efisien dan terintegrasi.

Perkembangan informasi yang cepat dan pesat dilakukan untuk menjawab kebutuhan konsumen atau nasabah dan sangat berkaitan erat dengan peningkatan kualitas layanan. Menurut Lewis & Booms dalam Tjiptono & Chandra, kualitas pelayanan sebagai ukuran tingkat *service* yang diberikan mampu sesuai dengan harapan pelanggan. Dalam pendekatan *serqual (services quality)* ada 5 (lima) dimensi untuk mengukur tingkat kepuasan salah satunya adalah *tangibles* (bukti langsung), yaitu besarnya kemampuan satu pihak dalam memberikan *service* kepada pihak eksternal. *Performance* dan daya kekuatan dalam memberikan berbagai fasilitas dan bentuk nyata dari perusahaan serta kehidupan disekitarnya adalah bukti nyata dari *service* yang diberikan baik secara fisik maupun secara digital.¹⁴ Syafrizal Helmi dalam buku digital *marketing* menjelaskan kemampuan perusahaan dalam menjaga kualitas layanan harus di ikuti dengan perkembangan dunia informasi dan komunikasi.¹⁵

Layanan *mobile banking* adalah produk jasa yang dapat memudahkan dan mempercepat nasabah dalam melakukan transaksi, layanan yang dapat dilakukan secara elektronik tanpa harus pergi ke bank dalam melakukan transaksi. Terutama bagi nasabah dengan pekerjaan padat, dan penjual-penjual *online shop*. *Mobile banking* juga membantu nasabah untuk melakukan transaksi di luar jam kerja

¹⁴Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra, *Service, Quality and Satisfaction*, Edisi 3. (Yogyakarta: Andi, 2011),h, 164.

¹⁵Helmi, S, *Digital Marketing*, (Medan: USUPress, 2016),h.23.

bank serta layanannya dapat di jangkau dimana saja, selama ada dukungan jaringan internet yang bagus dan stabil.¹⁶ Sehingga diharapkan kebutuhan nasabah dapat terpenuhi dan membuat nasabah merasa puas dengan layanan yang diberikan oleh perbankan.

Islam selalu memudahkan umatnya dalam melakukan suatu hal. Maka dari itu terlihat dari perkembangan dunia teknologi yang semakin canggih membuat manusia dapat mudah mengakses segala informasinya. Pandangan Islam tentang prinsip muamalah yaitu dalam dalil Al-Qur'an surat Al-Baqarah ayat 185:

يُرِيدُ اللَّهُ بِكُمُ الْيُسْرَ وَلَا يُرِيدُ بِكُمُ الْعُسْرَ

“Allah menghendaki kemudahan bagimu dan tidak menghendaki kesulitan bagimu.”

Adapun alasan peneliti memilih Bank Syariah Mandiri Cabang Belawan sebagai tempat penelitian karena Belawan merupakan pelabuhan yang ramai aktivitas bisnis terjadi. Hal ini merupakan peluang untuk berkembangnya bank syariah. Namun Bank Syariah Mandiri Cabang Belawan merupakan satu-satunya bank syariah yang berada di kawasan Belawan.

Bank Syariah Mandiri Cabang Belawan yang merupakan bagian dari kegiatan operasional Bank Syariah Mandiri juga menerapkan *digital banking* sebagai bentuk pelayanan kepada nasabah, seperti pembukaan rekening baru secara *online* dengan menggunakan *mobile banking* untuk pembukaan rekening tabungan, transaksi tunai dan transfer antar bank secara *online* dengan fitur yang sangat baik. Namun masih banyak keluhan dari beberapa nasabah terkait dengan proses pembukaan rekening melalui aplikasi *mobile banking* yang seharusnya memudahkan, namun terdapat kendala, diantaranya Bapak Ramli yang merupakan nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Belawan yang sudah lama dan masih mengalami kesulitan dalam meregistrasi data sendiri, sehingga harus tetap datang

¹⁶Otoritas Jasa Keuangan (OJK) diakses dari <https://www.ojk.go.id/id/kanal/perbankan/Pages/Panduan-Penyelenggaraan-Digital-Branch-oleh-Bank-Umum.aspx>, pada tanggal 20 Februari 2020.

ke kantor Bank Syariah Mandiri Cabang Belawan.¹⁷ Demikian juga hasil wawancara dengan Ibu Hamidah yang mengungkapkan bahwa terkendala dengan jaringan dan menu aplikasi yg dirasa sulit. Selain disebabkan karena kurang familiar dengan sistem digital. Dari hasil wawacara awal ini membuat penulis merasa ada yang harus dilakukan oleh pihak bank. Hasil konfirmasi awal dengan bagian *customer service* terungkap bahwa, hal ini terjadi karena sosialisasi penggunaan *mobile banking* belum diketahui masyarakat dan masih belum dipahami, apalagi bagi nasabah yang lanjut usia. Penggunaan *mobile banking* selain untuk pembukaan rekening, bisa juga untuk penarikan tunai, hal ini juga masih memerlukan sosialisasi kepada nasabah karena masih banyak nasabah yang belum memahami penggunaan tarik tunai melalui *mobile banking* tersebut. Hal inilah yang mengakibatkan banyak nasabah meragukan tingkat keamanan menggunakan *mobile banking* dan mengajukan keluhan ke BSM.

Berikut data yang berhasil di peroleh mengenai rekapitulasi jumlah keluhan nasabah pengguna *mobile banking*:

Tabel 1.1
Rekapitulasi Jumlah Keluhan Nasabah Pengguna *Mobile Banking*
Bank Syariah Mandiri Periode Tahun 2017-2019

Uraian	Tahun		
	2017	2018	2019
TW I	1.417	4.446	2.343
TW II	1.430	1.329	2.002
TW III	4.003	1.635	1.917
TW IV	7.925	2.082	4.130
Jumlah	14.775	9.492	10.392

Sumber: *Annual Report* Bank Syariah Mandiri Tahun 2017, 2018, dan 2019

Berdasarkan Tabel 1.1, dapat diketahui bahwa keluhan dari nasabah terkait layanan *mobile banking* mulai muncul tahun 2017. Berdasarkan laporan tahunan Bank Syariah Mandiri tahun 2017, terdapat 14.775 nasabah yang melakukan pengaduan atau keluhan terkait fasilitas *mobile banking*. Keluhan ini di respon

¹⁷Wawancara dengan Bapak H. Ramli dan Ibu Hamidah pada tanggal 18 Februari 2020, Pukul 10.30 WIB.

cepat oleh perusahaan terutama berkaitan dengan peningkatan kualitas aplikasi *mobile banking* dengan menambah fitur dan kemudahan dalam penggunaannya dan juga penambahan *bandwidth*. Respon cepat ini berhasil menurunkan jumlah keluhan sehingga pada tahun 2018, pengaduan atau keluhan tersebut mengalami penurunan hingga 9.492 nasabah namun mengalami kenaikan lagi pada tahun 2019 hingga mencapai 10.392 nasabah. Kenaikan jumlah keluhan nasabah ini dipengaruhi oleh adanya inovasi aplikasi kegenerasi yang lebih tinggi sehingga membutuhkan waktu dalam proses penyesuaiannya. Dari data ini menunjukkan bahwa pengautan layanan berbasis digital dapat mempengaruhi tingkat keluhan nasabah.

Terkait dengan pelayanan kepada nasabah, sekarang ini konsep *e-service quality* merupakan salah bentuk pelayanan yang diberikan kepada nasabah. *E-Service Quality* merupakan pelayanan dengan memanfaatkan teknologi elektronik digital atau memanfaatkan *internet* sebagai upaya untuk memudahkan nasabah dalam bertransaksi dan memanfaatkan jasa bank. Konsep *e-service quality* terdiri dari beberapa unsur yang mendukungnya yaitu Kegunaan Situs, Kualitas Informasi yang ditampilkan, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan dan Personalisasi.

Dengan *e-service quality* ini, perusahaan berusaha memberikan pelayanan terbaik dan tentunya kepuasan nasabah adalah tujuannya. Kepuasan nasabah akan membuat nasabah nyaman dan loyal kepada perusahaan. Berdasarkan pada latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka penelitian ini akan memfokuskan peneliti pada judul **“Pengaruh *E-Service Quality* Terhadap Kepuasan Dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Nasabah Pengguna *Mobile Banking* (Studi Kasus Bank Syariah Mandiri KCP Belawan)”**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, peneliti dapat mengidentifikasi masalah yang ada. Adapun identifikasi masalah yang diungkapkan dalam penelitian ini adalah:

1. Kepuasan dan loyalitas nasabah menjadi fokus bagi perbaikan sistem pelayanan *digital* dari pihak Bank Syariah Mandiri KCP Belawan.
2. Pentingnya perusahaan dalam memberikan layanan kepada konsumen atau nasabah.
3. Respon yang cepat terhadap perubahan perilaku nasabah dan jenis layanan menjadi fokus dalam meningkatkan kualitas layanan.
4. Investasi terhadap infrastruktur layanan akan memberikan layanan yang lebih baik.
5. Keluhan nasabah dapat dijadikan sebagai evaluasi dalam memberikan layanan yang prima kepada nasabah.
6. Regulasi dan kebijakan yang diberikan oleh OJK dijadikan sebagai pedoman dalam melakukan perbaikan layanan kepada nasabah terutama dalam merespon perkembangan teknologi informasi.

C. Batasan Penelitian

Pembatasan penelitian perlu dilakukan dengan tujuan agar pokok bahasan penelitian yang diteliti tidak terlalu melebar dari yang sudah ditentukan mengingat keterbatasan waktu serta kemampuan peneliti. Peneliti membatasi penelitian ini hanya dilakukan kepada nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Belawan yang menggunakan layanan *mobile banking*. Adapun pembatasan masalah yang diteliti dibatasi kepada loyalitas nasabah setelah menilai *e-service quality* yang diberikan oleh Bank Syariah Mandiri KCP Belawan dengan kepuasan nasabah sebagai variabel moderating.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang sebelumnya maka dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh langsung adanya *e-service quality* terhadap loyalitas nasabah pengguna *mobile banking* di Bank Syariah Mandiri KCP Belawan?
2. Bagaimana pengaruh adanya *e-service quality* terhadap kepuasan nasabah pengguna *mobile banking* di Bank Syariah Mandiri KCP Belawan?
3. Bagaimana pengaruh adanya *e-service quality* terhadap loyalitas nasabah melalui variabel kepuasan nasabah pengguna *mobile banking* di Bank Syariah Mandiri KCP Belawan?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah yang telah dikemukakan sebelumnya maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana pengaruh dari adanya *e-service quality* terhadap loyalitas nasabah pengguna *mobile banking* di Bank Syariah Mandiri KCP Belawan.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana pengaruh dari adanya *e-service quality* terhadap kepuasan nasabah pengguna *mobile banking* di Bank Syariah Mandiri KCP Belawan.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana pengaruh dari adanya *e-service quality* terhadap loyalitas nasabah melalui variabel kepuasan nasabah pengguna *mobile banking* di Bank Syariah Mandiri KCP Belawan.

F. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara teoritis dan praktis sebagai berikut:

1. Secara Teoritis

Diharapkan mampu memperluas dan mengembangkan dinamika intelektual yang berkaitan dengan ilmu manajemen terutama bidang pemasaran dan

diharapkan dapat menjadi acuan ataupun perbandingan studi lanjutan bagi pihak yang ingin mendalami ataupun meneliti lebih jauh tentang permasalahan yang berkaitan dengan fokus permasalahan ini.

2. Secara Praktis

a. Bagi Perusahaan

Penelitian ini dapat dijadikan suatu masukan berupa sumbangan pemikiran yang mungkin bermanfaat dalam membantu mengevaluasi pelaksanaan kegiatan pemasaran, serta dapat digunakan sebagai alat bantu perencanaan strategi pemasaran dimasa mendatang.

b. Bagi Akademisi

Penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi dan rujukan bagi peneliti selanjutnya yang diharapkan dapat lebih mengembangkan penelitian ini dimasa mendatang.

c. Bagi Peneliti

Penelitian ini bermanfaat untuk ilmu pengetahuan dan menambah wawasan tentang aspek-aspek yang terdapat dalam perusahaan.

G. Sistematika Pembahasan

Untuk mempermudah pembahasan permasalahan yang ada maka sistematika pembahasan dalam penelitian ini disusun menjadi 5 (lima) bab yang secara garis besar dapat diuraikan:

BAB I :Pendahuluan. Bab ini merupakan pengantar menuju penelitian yang menjelaskan tentang latar belakang masalah sebagai cikal bakal penelitian dilakukan, identifikasi masalah, batasan masalah dan rumusan masalah yang berguna memfokuskan penelitian, tujuan dan manfaat penelitian mengetengahkan pentingnya penelitian ini, serta sistematika pembahasan yang memudahkan pengecekan pada karya tulis.

Bab II :Kajian Teori. Pada bab ini terdiri dari landasan teori yang merupakan uraian teori tentang perbankan syariah, *e-service quality*, kepuasan nasabah, loyalitas nasabah, hubungan antar variabel, penelitian

terdahulu, kerangka pemikiran dan pengembangan hipotesis. Pada bab ini juga membahas telaah pustaka tentang informasi variabel-variabel yang diteliti, landasan teoritik, dan hipotesis yang berkaitan dengan variabel.

BAB III :Metode Penelitian. Pada bab ini akan dijelaskan tentang metode-metode yang digunakan dalam penelitian ini. Bab ini menjelaskan mengenai jenis dan pendekatan penelitian, lokasi dan waktu penelitian populasi dan sampel penelitian, teknik pengukuran data, jenis dan sumber data, definisi operasional variabel, instrumen penelitian, pengujian instrument penelitian dan teknik analisis data.

BAB IV :Hasil dan Pembahasan. Pada bab ini akan dijelaskan tentang hasil analisis dari pengelolaan data, baik analisis secara deskriptif maupun analisis hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan. Analisis tersebut kemudian diinterpestasikan terhadap hasil pengolahan data dengan menggunakan teori.

Bab V :Penutup. Pada bab ini akan menggambarkan hasil dari analisis yang disebut dengan kesimpulan kemudian juga berisi saran yang berkaitan dengan penelitian.

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil perhitungan statistik pada penelitian ini, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Berdasarkan hasil analisis dengan *SmartPLS*, hubungan *e-service quality* terhadap kepuasan nasabah memiliki *t-value* sebesar 13,230. Karena nilai *t-value* $>1,96$ maka H_1 diterima, sehingga dapat dijelaskan bahwa terdapat pengaruh langsung dari variabel *e-service quality* terhadap kepuasan nasabah pengguna *mobile banking* Bank Syariah Mandiri KCP Belawan. Besarnya pengaruh variabel *e-service quality* terhadap kepuasan nasabah adalah sebesar 0,834. Koefisien pada hubungan ini bernilai positif, sehingga dapat disimpulkan bahwa pengaruh *e-service quality* terhadap kepuasan nasabah searah. Artinya, semakin baik *e-service quality* maka kepuasan nasabah akan meningkat, sebaliknya semakin buruk *e-service quality* maka kepuasan nasabah akan semakin menurun.
2. Berdasarkan hasil analisis dengan *SmartPLS*, hubungan *e-service quality* terhadap loyalitas nasabah memiliki *t-value* sebesar 3,267. Karena nilai *t-value* $>1,96$ maka H_2 diterima, sehingga dapat dijelaskan bahwa terdapat pengaruh langsung dari variabel *e-service quality* terhadap loyalitas nasabah pengguna *mobile banking* Bank Syariah Mandiri KCP Belawan. Besarnya pengaruh variabel *e-service quality* terhadap loyalitas nasabah adalah sebesar 0,436. Koefisien pada hubungan ini bernilai positif, sehingga dapat disimpulkan bahwa pengaruh *e-service quality* terhadap loyalitas nasabah searah. Artinya, semakin baik *e-service quality* maka loyalitas nasabah akan meningkat, sebaliknya semakin buruk *e-service quality* maka loyalitas nasabah akan semakin menurun.
3. Berdasarkan hasil analisis dengan *SmartPLS*, hubungan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah memiliki *t-value* sebesar 3,666. Karena nilai *t-value* $>1,96$ maka H_3 diterima, sehingga dapat dijelaskan bahwa terdapat pengaruh

langsung dari variabel kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah pengguna *mobile banking* Bank Syariah Mandiri KCP Belawan. Besarnya pengaruh variabel kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah adalah sebesar 0,499. Koefisien pada hubungan ini bernilai positif, sehingga dapat disimpulkan bahwa pengaruh kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah searah. Artinya, semakin baik kepuasan nasabah maka loyalitas nasabah akan meningkat, sebaliknya semakin buruk kepuasan nasabah maka loyalitas nasabah akan semakin menurun.

B. Saran

Berdasarkan hasil pembahasan dan kesimpulan, saran yang akan peneliti sampaikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

Dari penelitian ini, bahwa berbagai perbaikan yang dilakukan oleh Bank Syariah Mandiri KCP Belawan pada *e-service quality* adalah pada atribut-atribut yang meliputi informasi yang akurat (benar), aplikasi *mobile banking* BSM yang memiliki reputasi yang baik, semua pembayaran terkonfirmasi secara *online*, aplikasi *mobile banking* BSM mudah dijalankan atau digunakan, dan produk atau jasa terkirim sesuai dengan waktu yang telah dijanjikan. Hal ini perlu menjadi perhatian bagi perusahaan untuk dilakukan perbaikan, sehingga dapat memenuhi harapan nasabah terhadap kinerja *e-service quality* pada aplikasi *mobile banking* Bank Syariah Mandiri. Pihak pengelola, dalam hal ini PT. Bank Syariah Mandiri, juga perlu melakukan kontrol terhadap kinerja *e-service quality* secara berkala agar dapat terus mempertahankan kualitas yang sudah baik dan terus melakukan peningkatan *e-service quality* yang ada, agar mampu memenuhi kebutuhan nasabah dalam bertransaksi diperbankan sehingga nasabah akan terus meningkatkan penggunaan layanan *mobile banking* tersebut.

2. Bagi Akademisi

Bagi peneliti selanjutnya, disarankan dapat memperluas atau mengembangkan penelitian ini dengan meneliti faktor lain yang dapat mempengaruhi kepuasan nasabah ataupun loyalitas nasabah, misalnya faktor *word of mouth*, citra merek,

dan kualitas produk atau jasa. Peneliti selanjutnya juga dapat menggunakan metode lain dalam meneliti loyalitas nasabah, misalnya melalui wawancara mendalam terhadap nasabah, sehingga informasi yang di peroleh dapat lebih bervariasi daripada angket yang jawabannya telah tersedia.

DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur'an Al-Karim

Adam, Muhammad. 2015. *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi*. Bandung: Alfabeta.

Anggraeni, Ni Made Savitri dan Ni Nyoman Kerti Yasa, *Pengaruh E-Service Quality Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Dalam Pengguna Internet Banking (Studi Kasus Pada Commonwealth Bank Cabang Seminyak Bali)*, dalam *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, Vol.16, No.2, 2012.

Anshoer. M, *et. al*, *Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Satisfaction Pada Pelanggan Situs Toko Online Brodo*, dalam *Jurnal Bisnis, Manajemen, Informatika (JBMI)*, Vol. 15 No. 3, 2019.

Akbar, Ario Arzaq dan Tjahjono Djatmiko, *Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Customer Satisfaction Dan E-Customer Loyalty Pada Lazada.co.id*, dalam *Jurnal e-Proceeding Management*, Vol. 3, No. 1, 2016.

Akhmadi, M. Denaldi Danial dan Erni Martini, *Pengaruh E-Service Quality Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Aplikasi OVO*, dalam *Jurnal Mitra Manajemen*, Vol. 4, No. 6, 2020.

Ariani, Fifi, Syamsul Bachri dan Suardi, *Pengaruh E-Service Quality Terhadap Customer Satisfaction, Trust, Dan Dampaknya Pada Repeat Usage Pada BNI Mobile Banking Di KCP Palu*, dalam *Jurnal Katalogis*, Vol. 6, No. 3, 2018.

Argawijana, *et al*, *Mengukur Tingkat Kualitas Layanan Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT Johar Megah Motor Kota Makassar*, dalam *Jurnal Ilmu Ekonomi*, Vol. 2, No. 1, 2020.

Assauri, S, *Strategic Marketing*, Cetakan Satu, Edisi Satu, Depok: Raja Grafindo Persada, 2012.

Audi, M. F, *et al*, *Adoption of Mobile Banking Applications in Lebanon*, dalam *Journal of Internet Banking and Commerce*, Vol. 21, No. 1, 2016.

Bharti, M, *Impact of Dimensions of Mobile Banking on User Satisfaction*, dalam *Journal of Internet Banking and Commerce*, Vol. 21, No. 1, 2016.

- Budiman, Arief, Edy Yulianto dan M. Safifi, *Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Satisfaction Dan E-Loyalty Nasabah Pengguna Mandiri Online*, dalam *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 14, No.1, 2020.
- C. Fornell, *A Second Generation of Multivariate Analysis: Classification of Method and Implication for Marketing Research*. In M.J. Houston (ed). *Review of Marketing*, (pp.,1987).
- David, *Pengaruh E-Service Quality Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Pada Transportasi Online Grab*, dalam *Jurnal AGORA*, Vol.6, No.2, 2018.
- Eisingerich, Andreas B. dan Gaia Rubera, *Drivers of Brand Commitment: A Cross National Investigation*, dalam *Journal of International Marketing*, Vol. 18, No.2, 2010.
- Fathurrahman, Ayief, *Meninjau Ulang Landasan Normatif Perbankan Syariah Di Indonesia*, dalam *Jurnal Al-Mawarid*, Vol. 11, No. 1, 2010.
- Fatrio, Novel, *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah (Studi Kasus: Pada PT. Bank Bukopin Kantor Cabang Tegal)*, Tesis-Universitas Diponegoro, Semarang, 2006.
- Ghozali, et al, *Partial Least Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 untuk Penelitian Empiris*, Ed.2, (Semarang: Universitas Diponegoro, 2015).
- Ghozali, Imam dan Fuad, *Structural Equation Modeling, Teori, Konsep dan Aplikasi dengan Lisrel 9.10 edisi 4*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2014).
- Griffin, Jill, *Customer Loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*, (Jakarta: Erlangga, 2010).
- Guilford, J.P, *Fundamental Statistic in Psychology and Education*, 3rd Ed. New York: McGraw-Hill Book Company, Inc, 1956.
- Hadi, S. dan Novi, *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan Mobile Banking*, dalam *Jurnal Ekonomi dan Bisnis OPTIMUM*, Vol. 5, No. 1, 2015.
- Hapsara, R. F, *Pengaruh Kegunaan, Kemudahan, Resiko dan Kepercayaan Terhadap Mobile Banking (Studi Pada Nasabah Bank BRI KCP Solo Kartasura)*, Naskah Publikasi Ilmiah, Univ. Muhammadiyah Surakarta, 2015.

- Haryono, Siswoyo, *Structural Equation Modeling (SEM) Untuk Penelitian Manajemen dengan Amos 18.00*. (Jakarta: Intermedia Personalia Utama Jakarta, 2013).
- Hasan, A, *Marketing*, (Yogyakarta: Media Pressindo, 2008).
- Helmi, Syafrizal, *Digital Marketing*, (Medan: USUPress, 2016).
- Ho, C. I. & Lee, Y. L, *The Development Of An E-Travel Service Quality Scale*, *Tourism Management*, 28 (6), 2007.
- Hurriyati, Ratih, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, Bandung: Alfabeta, 2010.
- Husein, Ananda Sabil, *Penelitian Bisnis Dan Manajemen Menggunakan Partial Least Square (PLS) Dengan Smart PLS 3.0*, (Univ. Brawijaya: Modul Ajar, 2015).
- Ikatan Bankir Indonesia, *Mengenal Operasi Perbankan 1*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2014).
- Jonathan, Hansel, *Analisis Pengaruh E-Service Quality Terhadap Customer Satisfaction yang Berdampak Pada Customer Loyalty PT Bayu Buana Travel Tbk*, dalam *Jurnal The Winners*, Vol. 14, No. 2, 2013.
- Juliandi, A, *Metodologi Penelitian Kuantitatif untuk Ilmu-Ilmu Bisnis*, (Medan: M2000, 2013).
- Karim, Adiwarmarman, *Bank Islam Dalam Analisis Fiqh*, (Jakarta: Gema Insani, 2003).
- Kerlinger, Fred N, *Asas-Asas Penelitian Behavioral*, (Yogyakarta: UGM, 1973).
- Kotler, P., dan Keller, K.L., *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12, (Jakarta: Erlangga, 2012).
- Kuncoro, Mudrajad, *Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi*, (Yogyakarta.: Erlangga, 2009).
- Laurent, Felicia, *Pengaruh E-Service Quality Terhadap Loyalitas Pelanggan Gojek Melalui Kepuasan Pelanggan*, dalam *Jurnal AGORA*, Vol.4, No.2, 2016.
- Lovelock, Christoper, *et al*, *Pemasaran Jasa: Manusia, Teknologi, Strategi*, (Jakarta:Erlangga, Edisi 7, Jilid 2, 2010).

- Lovelock, C. dan Jochen Wirtz, *Service Marketing: People, Technology, Strategy*, Boston: Pearson, 2011.
- Lupiyoadi, R, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta: Salemba Empat, Edisi 3, 2013).
- Mardapi, D, *Pengukuran, Penilaian dan Evaluasi Pendidikan*. (Yogyakarta: Nuha Medika, 2012).
- Napitupulu, D., *Model Keberhasilan Implementasi E-Services (Sistem Layanan Berbasis Elektronik) di Indonesia Studi Kasus: Pemerintah Kota X*, Forum Tahunan Iptek dan Inovasi Nasional VI, Forum Iptekin: 2016.
- Naresh K, Maholtra, *Marketing Research: An applied orientation* (6th ed), (New Jersey: Pearson Education, 2010).
- Nawang Sari, Sri dan Nadea Dwirahma Putri, *Pengaruh E-Service Quality Dan E-Trust Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna BNI Mobile Banking Melalui Citra Bank Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Nasabah Pengguna BNI Mobile Banking Di Kota Depok)*, dalam *Jurnal Ilmiah Matrik*, Vol. 20, No.1, 2020.
- Nurastuti, W, *Teknologi Perbankan*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011).
- Otoritas Jasa Keuangan (OJK) diakses dari <https://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/tentang-syariah/Pages/Perbankan-Syariah.aspx>, pada tanggal 20 Februari 2020.
- Otoritas Jasa Keuangan (OJK) diakses dari <https://www.ojk.go.id/id/kanal/perbankan/Pages/Panduan-Penyelenggaraan-Digital-Branch-oleh-Bank-Umum.aspx> ,diakses pada tanggal 20 Februari 2020.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A. and Malhotra, *E-S-Qual: A Multiple-Item Scale For Assessing Electronic Service Quality*, dalam *Journal of Service Research*, Vol.7, No.3, 2005.
- Pertiwi, F. dan V. V. Adhivinna, *Pengaruh Risiko, Manfaat Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Kepercayaan Nasabah Dalam Menggunakan Internet Banking Di Yogyakarta (Studi Kasus pada Nasabah Bank Mandiri)*, dalam *Jurnal Akmenika*, Vol. 13, No. 3, 2014.

- Prisanti, Mega Della, Imam Suyadi, Zainul Arifin, *Pengaruh E-Service Quality Dan E-Trus Terhadap E-Customer Satisfaction Serta Implikasinya Terhadap E-Customer Loyalty (Studi Pada Nasabah PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Pembantu Lawang)*, dalam *Journal of Business Studies*, Vol.2, No.1, 2017.
- PT Bank Syariah Mandiri, *Memperkuat Daya Saing Melalui Peningkatan Keunggulan Perusahaan*, Laporan Tahunan 2018, diunduh pada tanggal 20 Februari 2020.
- Puhantara, Wahyu, *Metode Penelitian Kualitatif Untuk Bisnis*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010).
- Putri, Amelia Eka dan Verinita, *Analisis E-Service Quality, E-Recovery Service Quality, Terhadap Loyalitas Melalui Perceived Value Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Pelanggan Shopee Di Kota Padang)*, dalam *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, Vol. 4, No. 4, 2019.
- Rais, Muhammad, *Mushaf Jalalain, Al-Qur'an Terjemah Per Kata Dan Tafsir Jalalain Per Kalimat*, (Tangerang: Pustaka Kibar, 2012).
- Romadhan, Rakhmat et. al , *E-Service Quality Kepuasan Konsumen Melalui E-Commerce Terhadap Loyalitas Konsumen*, dalam *Jurnal GeoEkonomi*, Vol. 10, No. 2, 2019.
- Sabda, Oktavianus Chrisna, *Analisis Pengaruh Harga Dan Kualitas Layanan Elektronik Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pengguna Aplikasi Shopee*, dalam *Jurnal Ilmu Manajemen*, Vol. 8, No. 4, 2020.
- Salma, Fitria Solahika dan Ririn Tri Ratnasari, *Pengaruh Kualitas Jasa Perspektif Islam Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Hotel Grand Kalimas Di Surabaya*, dalam *Jurnal Ekonomi Syariah* Vol.2, No.4, 2015.
- Sarwono, J., dan Narimawati, U, *Membuat Skripsi, Tesis dan Disertasi dengan Partial Least Square SEM (PLS-SEM)*. (Yogyakarta: ANDI, 2015).
- Setiawan, Supriadi, *Loyalitas Pelanggan Jasa*, (Bogor: IPB Press, 2011).
- Setyawati, Sri Murni, *Dampak Integrasi E-Service Quality Dan E-Satisfaction Pada E-Repurchase Intention Konsumen Aplikasi Go-Jek Kategori Go-Ride*, dalam *Jurnal Performance*, Vol.26, No.2, 2019.
- Sondakh, Conny, *Kualitas Layanan, Citra Merek dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Nasabah dan Loyalitas Nasabah Tabungan (Studi pada Nasabah Taplus BNI Cabang Manado)*, *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen*, Vol 3 No. 1. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi, 2014.

- Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. (Bandung: Alfabeta, 2013).
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2014).
- Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan (Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*, (Bandung: Alfabeta, 2018).
- Sukardi, *Metodologi penelitian pendidikan: kompetensi dan praktiknya*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2009).
- Sutabri. T, *Sistem Informasi Manajemen* (Edisi Revisi), Edisi Kedua, Cetakan Pertama, Yogyakarta: Andi, 2016.
- Swaid, S. I., & Wigand, R. T, *Measuring The Quality of E-Service: Scale Development and Intitial Validation*. Journal of Electronic Commerce Research, Vol. 10, No. 1, 2009.
- Tjiptono, F, *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*, (Yogyakarta: ANDI, 2014).
- Tjiptono, F, *Service Quality & Satisfaction*, (Yogyakarta: ANDI, 2016).
- Tjiptono, F, dan Gregorius, Chandra, *Pemasaran Strategik*, Edisi ke-3, (Yogyakarta: ANDI, 2017).
- Tjiptono, F dan Gregorius Chandra, *Service, Quality and Satisfaction*, ed. 3. (Yogyakarta: Andi, 2011).
- Trisnawati, Olivia Mimin dan Syaifuddin Fahmi, *Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik (E-Servqual) Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna Mobile Banking (Studi Pada Pengguna Mobile Banking Bank Sinarmas Cabang Malang)*, dalam Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia, Vol. 4, No. 2, 2017.
- Website Resmi Bank Syariah Mandiri. www.banksyariahmandiri.co.id diakses pada tanggal 28 Februari 2020.
- Wuryanto, Baskoro Adi, *Analisis Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Word-Of Mouth Marketing (WOM) Studi Pada Hungry Buzz Diner Semarang*, (Tesis, Program Pascasarjana. Univ. Diponegoro, 2007).
- Yahya. R, dkk, *Akuntansi Perbankan Syariah Teori dan Praktik Kontemporer*, Edisi 2, Jakarta: Salemba Empat, 2014.
- Yusmad, Muammar Arafat, *Aspek Hukum Perbankan Syariah dari Teori ke Praktik*, (Yogyakarta: Deepublish, 2018).

- Zainal, Arifin, *Evaluasi Pembelajaran*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2012).
- Zulfa. Moch, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Islam Dan Citra Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pasien Rumah Sakit Islam Jawa Tengah*. (Disertasi tidak diterbitkan, Program Pascasarjana, Univ. Airlangga, Surabaya, 2010).
- Zulfitri, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Mega Syariah Cabang Jakarta*, dalam *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Sosial* Univ. Mercu Buana, Jakarta, 2012.
- Zulkarnain, Rizal *et. al*, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening* (Studi Kasus Pada PT Bank Syariah Mu'amalah Cilegon), dalam *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2020.