

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA TEORITIK

A. Tinjauan Pustaka

1. Penelitian Terdahulu

- a. Penelitian yang dilakukan Aditya Wardhana (2015) Jurnal Fakultas Komunikasi dan Bisnis Universitas Telkom. Vol.10 no.2 dengan judul “*Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking (M-Banking) Terhadap Kepuasan Nasabah*”. Jurnal ini untuk mengetahui bagaimana kualitas layanan *mobile banking* terhadap kepuasan nasabah. dalam penelitian ini skala penelitian adalah *skala likert*, yaitu skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapatan, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah dari delapan bank terbesar di Indonesia penyedia layanan *m-banking* yaitu nasabah bank Mandiri, bank BRI, bank BCA, bank BNI, bank CIMB Niaga, bank Danamon, bank Permata dan bank bertransaksi. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer berupa data tanggapan langsung dari nasabah yang menggunakan layanan *m-banking* melalui kuisioner. Hasil penelitian jurnal ini yaitu membahas tentang pengaruh kualitas layanan *mobile banking* terhadap kepuasan nasabah adalah institusi perbankan di Indonesia

sudah memiliki fasilitas layanan *m-banking* yang memiliki kecepatan sesuai dengan kebutuhan nasabahnya, dapat memberikan jaminan keamanan bagi nasabah pengguna *m-banking*, telah memenuhi aspek yang akurat yang dapat memberikan kepercayaan bagi nasabahnya. Kepuasan pengguna layanan *m-banking* meliputi kepuasan atas kecepatan (*speed satisfaction*), kepuasan atas keamanan (*security satisfaction*), kepuasan akurasi (*accuracy satisfaction*) dan kepuasan atas kepercayaan (*trust satisfaction*). Dan pengaruh kualitas layanan *m-banking* terhadap kepuasan nasabah di Indonesia sebesar 59,29% dan sisanya sebesar 40,71% dipengaruhi oleh variabel lain diluar variabel penelitian.

- b. Penelitian yang dilakukan Rahma Novita Sari. Jurnal fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom, Bandung. Dengan judul "*Pengaruh Kualitas Layanan BRI Mobile Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia (PERSERO), Tbk Kantor Cabang Palangkaraya Kalimantan Tengah*" penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kepuasan nasabah mengenai kualitas layanan *BRI mobile* berdasarkan persepsi nasabah bank BRI kantor Cabang Palangkaraya, mengetahui kepuasan nasabah bank BRI kantor Cabang Palangkaraya yang menggunakan layanan *BRI mobile*, dan mengetahui pengaruh kualitas layanan *BRI mobile* terhadap kepuasan nasabah bank BRI Cabang Palangkaraya. Pendekatan penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif

dengan metode kausal. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *nonprobability sampling* jenis *incidental sampling*. Berdasarkan hasil uji hipotesis secara parsial didapat sub variabel akurasi dan keamanan berpengaruh tetapi tidak signifikan karena nilai t hitung > nilai t tabel dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 hingga H1 diterima. Berdasarkan hasil uji hipotesis secara simultan kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah bank BRI kantor Cabang Palangkaraya yang menggunakan layanan BRI *mobile*, hal ini dibuktikan dengan F hitung > F tabel ($2,925 > 2,310$) dengan tingkat signifikansi 0,025 (taraf signifikansi yang diterima $\alpha = 0,05$). Berdasarkan koefisiensi determinasi didapat bahwa variabel kualitas layanan mampu menjelaskan kepuasan nasabah 11% dan sisanya sebesar 89% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

- c. Penelitian yang dilakukan Zulia Nawafila (2015) Skripsi Fakultas Agama Islam Program Studi Ekonomi Perbankan Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta dengan judul "*Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Internet Banking (Studi Kasus Bank Syariah Mandiri D.I.Yogyakarta)*". tujuan penelitian ini adalah untuk menguji dan menganalisis pengaruh bukti fisik (*tangibles*) seperti informasi web dan desain web, keadaan (*realibility*) seperti kelancaran dan kemudahan mengakses

internet, pengaruh daya tanggap (*responsiveness*) layanan *call center* yang tanggap dan jelas terhadap permasalahan nasabah, dan pengaruh jaminan (*assurance*) seperti keamanan saat transaksi dan keamanan *web* terhadap kepuasan pengguna *internet banking*. Objek penelitian ini adalah Bank Syariah Mandiri D.I.Yogyakarta, subyek dalam penelitian ini adalah nasabah pengguna *internet banking* Bank Syariah Mandiri D.I.Yogyakarta. teknik pengumpulan sample menggunakan *non probability sampling* dengan metode *purposive sampe*. *Purposive sample* dilakukan dengan cara mengambil subyek yang tidak didasarkan pada strata atau runderom tetapi didasarkan pada tujuan tertentu. Teknik pengumpulan data dengan metode angket (kuisisioner terstruktur) yang bersifat kualitatif yang kemudian di kuantitatifkan dengan *skala likert*. Hasil penelitian adalah bukti fisik berpengaruh positif dan *signifikan* terhadap kepuasan nasabah pengguna internet hal r berganda yang menunjukkan bahwa nilai $t_{table} = 0,276$ dan t_{hitung} sebesar ini diargumentasikan berdasarkan hasil olah data dengan *regresi linear* 4.566 dan nilai $sig\ t = 0,000 < 0,005$. hal ini menunjukkan bahwa antara fisik dan kepuasan memiliki hubungan dan memberikan pengaruh diantaranya, yang kedua $t_{tabel} = 0,242$ dan t_{hitung} sebesar 3.835 dan nilai $sig\ t = 0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa antara kehendakan dan kepuasan nasabah memiliki hubungan dan memberikan pengaruh diantara keduanya.

- d. Penelitian yang dilakukan Fifip chopipah (2013) Skripsi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universita Islam Negri Syarif Hidayatullah Jakarta dengan judul “*Pengaruh Kualitas Layanan Internet Banking Klikbca Terhadap Kepuasan Nasabah*”. Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji bagaimana kualitas layanan *internet banking* KLIKBCA terhadap kepuasan nasabah. Dalam penelitian ini wilayah penelitian berfokus pada responden yang menggunakan jasa Klik BCA wilayah Jakarta. Variabel yang digunakan adalah satu variabel *dependent* yaitu kepuasan nasabah dan variabel *independent* yaitu kepuasan nasabah. Teknik penentuan sampel dengan dua teknik yaitu populasi dan teknik *sampling* yaitu teknik *convenience sampling*, berarti unit sample yang ditarik mudah dihubungi, tidak menyusahkan, mudah untuk mengukur dan bersifat kooperatif. Teknik pengumpulan data dengan data primer dan data sekunder. Hasil dari penelitian dan pembahasan pengaruh kualitas layanan internet banking KLIKBCA terhadap kepuasa nasabah adalah hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan *internet banking* dengan dimensi *efficiency*, *fulfilment*, *realibility*, dan *privacy* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Dan 65,8% kepuasan nasabah dapat dijelaskan oleh variabel kualitas layanan internet banking dengan dimensi *efficiency*, *fulfilment*, *realibility*, dan

privacy, bahwa 34,2% dipengaruhi variabel lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini.

B. Kerangka Teoritik

1. Dasar-Dasar Perbankan Islam

Lahirnya Bank syariah di Indonesia sejak pada tahun 1992. Pertama kali Bank Islam atau Bank Syariah di Indonesia yaitu Bank Muammalat Indonesia, tahun 1992 sampe dengan tahun 1999, Bank Muammalat di Indonesia perkembangannya tergolong rendah. Semenjak adanya krisis moneter di Indonesia pada tahun 1997 sampe dengan tahun 1998, maka para *bankir* melihat bahwa Muammalat Indonesia (BMI) tidak terlalu terlibat dampak krisis moneter. Tahun 1999 muncul Bank Syariah Mandiri dari konvensi Bank Susila Bakti yang merupakan Bank Konvensional yang dibeli oleh Bank Dagang Negara, kemudian dikonvensi menjadi Bank Syariah Mandiri, Bank Syariah kedua di Indonesia. (Ismail: 2011: 31)

Beberapa pakar ekonomi Islam memberikan definisi tentang ekonomi syariah :

- a. Definisi ekonomi syariah menurut Muhammad Abdullah Al-Arabi adalah sekumpulan dasar-dasar umum ekonomi yang disimpulkan dari Al-Qur'an dan As-Sunnah dan merupakan bangunan perekonomian yang didirikan di atas landasan dasar-dasar tersebut sesuai dengan tiap lingkungan dan masa.

- b. Menurut Muhammad Syauqi Al-Fanjari ekonomi syariah adalah ilmu yang mengarahkan kegiatan ekonomi dan mengatur sesuai dengan dasar-dasar dan siasat ekonomi islam.
- c. Definisi lain dikemukakan oleh M. Metwally. Beliau memberi definisi ekonomi islam sebagai ilmu yang mempelajari perilaku muslim (yang beriman) dalam suatu masyarakat islam yang mengikuti Al-qur'an , Hadits Nabi, Ijma dan Qiyas
- d. Ekonomi Islam adalah ilmu sosial yang mempelajari masalah ekonomi masyarakat yang diilhami oleh nilai-nilai Islam (*Mannan*)
- e. Ekonomi Islam adalah suatu ilmu dan penerapan hukum syariah yang melindungi ketidakadilan dalam kaitan dengan upaya pencapaian kesejahteraan manusia dan pelaksanaan ibadah kepada ALLAH (*Hasanuz Zaman*)

Dari berbagai definisi diatas, tampak bahwa ada dua istilah yang digunakan, yaitu hukum ekonomi syariah, ada pula yang menggunakan istilah Hukum Ekonomi Islam. Namun demikian walaupun terdapat dua istilah, namun keduanya tidak terdapat perbedaan yang sangat prinsip. Istilah Hukum Ekonomi Islam umum digunakan di berbagai Negara, namun istilah Hukum Ekonomi Syariah relatif hanya di gunakan di Indonesia. (Neni Sri Imaniyati: 2013: 18-19)

Tiga fungsi utama Bank Syariah yaitu, menghimpun, menyalurkan dana masyarakat, dan pelayanan kepada masyarakat dalam bentuk jasa perbankan syariah.

1) Menghimpun Dana Masyarakat

Fungsi menghimpun dana dari masyarakat adalah fungsi utama dari Bank Syariah, dengan bentuk titipan dan menggunakan akad Al - Wadiah serta penghimpunan dana dalam bentuk investasi menggunakan akad Al-Mudharabah. Akad Al-Wadiah adalah akad dari pihak pertama (shohibul maal) yang menitipkan dananya kepada pihak kedua (mudharib). Al-Mudharabbah adalah akad antara pihak yang memiliki dana untuk di investasikan dananya yang disebut shahibul maal, dengan pihak kedua atau bank yang menerima dana yang disebut juga dengan mudharib yang mana pihak mudharib dapat memanfaatkan danayang diinvestasikanoleh shahibul maaluntuk tujuan tertentu yang diperbolehkan dalam syariah islam. (Ismail: 2011: 39-40).

2) Penyaluran Dana Masyarakat

Fungsi kedua dari Bank Syariah adalah penyaluran dana kepada masyarakat yang membutuhkan (*user of fund*). Penyaluran dana masyarakat merupakan kegiatan yang penting bagi bank syariah, bank syariah akan mendapatkan *return* atas dana yang disalurkan kepada masyarakat. *Return* yang diperoleh bank

terhadap penyaluran dana tergantung pada akadnya. Akad-akad yang digunakan adalah akad kemitraan dan akad jual. *Return* dalam akad jual beli atas penyaluran dana adalah *margin* keuntungan. Keuntungan *Margin* adalah merupakan selisih antara harga jual untuk nasabah dan harga beli bank. Pendapatan penyaluran dana masyarakat yang menggunakan akad kerja sama usaha berupa bagi hasil. (Ismail: 2011: 40-41)

3) Pelayanan Jasa Bank

Fungsi Bank Syariah yang ketiga adalah pelayanan jasa bank untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dalam menjalankan aktivitasnya. Terdapat beberapa jenis produk pelayanan jasa yang bank syariah berikan kepada masyarakat atau nasabah yaitu adalah, jasa pengiriman uang (*transfer*), tagihan surat berharga, pemindah bukuan, *kliring*, *inkaso*, garansi bank, *letter of credit*, dan pelayanan jasa lainnya. Aktivitas pada pelayanan jasa nasabah diharapkan oleh bank syariah dapat meningkatkan pendapatan bank yang berasal dari *fee* atas pelayanan jasa bank syariah. Beberapa bank syariah meningkatkan teknologi informasinya untuk memberi kepuasan nasabahnya seperti memberikan pelayanan jasa cepat dan akurat. Pada saat ini Bank syariah berlomba-lomba untuk berinovasi meningkatkan kualitas produk layanan jasa agar mendapatkan imbalan berupa *fee* yang disebut *fee based income* (Ismail: 2011: 41)

2. Kepuasan Nasabah

Menurut Windarti (2012), kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) yang ia rasakan dibanding dengan harapannya. Kotler dan Armstrong (2008) menyatakan bahwa konsumen akan melakukan pemilihan yang didasarkan pada persepsinya tentang nilai dan kepuasan terhadap produk atau jasa dan penyampaian jasanya dan para pelanggan akan membentuk harapan-harapan mengenai nilai dan kepuasan, sehingga penawaran pemasaran tersebut akan menyampaikannya dan terjadi pembelian yang sesuai. (Jurnal Aditya Wardana: 2015: 276)

Menilai kepuasan nasabah tidaklah sangat mudah karena pelanggan memiliki berbagai macam karakteristik. Misalnya seorang nasabah datang ke suatu bank dan mempunyai tujuan tertentu. Jika tujuan nasabah tersebut dapat dicapai oleh bank maka otomatis nasabah tersebut sudah merasa dipuaskan dengan pelayanan bank itu.

Beberapa hal menjadi penyebab tidak diketahuinya harapan pelanggan, yaitu kurangnya interaksi langsung dengan pelanggan dan kurang atau tidak ada upaya untuk menanyakan harapan pelanggan. Jika pihak yang memiliki tanggungjawab tidak memahami harapan nasabah maka tidak akan mengetahui kepuasan nasabahnya, akan menimbulkan serangkaian keputusan yang salah dan buruk sehingga alokasi sumber daya tidak akan optimal. Dengan ini dapat

menimbulkan persepsi pelanggan yang rendah terhadap kualitas produk jasa dan jasa pelayanan yang ditawarkan. (Yamit: 2002: 79)

Berbagai ahli menjelaskan tentang pengertian kepuasan nasabah yang tidak jauh berbeda dari penjelasan diatas. Kepuasan nasabah Menurut Kotler yaitu penilaian dari pelanggan atas penggunaan barang maupun jasa yang dapat dibandingkan dengan harapan sebelum penggunaan. Kepuasan nasabah akan berimbas sangat luas untuk peningkatan keuntungan bank, dan nasabah yang puas terhadap pembelian jasa bank, maka nasabah tersebut akan :

- a. Loyal pada bank, yaitu kecil kemungkinan nasabah tidak akan pindah ke bank lain dan akan tetap setia menggunakan produk – produk bank dan menjadi nasabah yang bersangkutan.
- b. Kembali menggunakan produk bank yang telah digunakan, yaitu kepuasan nasabah terhadap pembelian jasa bank akan mengakibatkan nasabah membeli kembali produk dan jasa yang ditawarkan secara berulang-ulang.
- c. Membeli lagi produk lain dalam bank yang sama, yaitu nasabah akan menggunakan jenis jasa yang ditawarkan sehingga pembelian nasabah menjadi makin beragam dalam satu bank.
- d. Mempromosikan gratis dari mulut ke mulut. Hal ini lah yang bank inginkan dari nasabahnya, karena nasabah akan mempromosikan tentang kualitas pelayanan bank ke nasabah lain akan menjadi bukti akan kualitas jasa yang ditawarkan. (Kasmir: 2000: 263-264)

3. Pengertian *Mobile Banking* Dan *Internet Banking*

a. *Mobile Banking*

Mobile banking adalah sebuah sistem dari lembaga keuangan yang dapat diakses langsung oleh nasabah melalui perangkat *mobile* seperti *telepon selular* untuk melayani kebutuhan nasabah dalam bertransaksi. Dalam sistem *mobile banking* nasabah dapat dengan mudah dalam *transfer*, pengecekan saldo, info nilai tukar uang dan pembayaran-pembayaran yang lainnya.

Untuk mendapatkan fasilitas *mobile banking* ini, nasabah mendaftar terlebih dahulu ke bank dengan meregistrasi nomer HP nasabah pengguna. Perbedaan aplikasi *mobile banking* pada BSM dan Bank Syariah lainnya adalah terdapat kode aktivasi *mobile banking* sebelum nasabah mengaktifkan aplikasi *mobile banking* tersebut, serta menggunakan PIN ATM dalam bertransaksi

Aplikasi *mobile banking* dalam BSM diperuntukkan individu/perorangan dan terdapat biaya *administrasi* bulanan nasabah dan biaya-biaya transaksi layanan yang lainnya, hanya saja terdapat biaya pulsa Rp 50 pertransaksi.

Manfaat bertransaksi dengan *mobile banking* adalah :

- 1) Kenyamanan bertransaksi kapan saja dan dimana saja
- 2) Kemudahan melakukan transaksi seperti layanan di ATM
- 3) Biaya pulsa paling murah, kurang dari Rp 50 per transaksi

- 4) Dapat diaplikasikan pada semua jenis SIM CARD dan *ponsel* yang menggunakan teknologi GPRS
- 5) Dilengkapi dengan *fitur spesial transfer real time* ke 83 bank dan transfer ke bukan pemegang rekening.

Fasilitas atau fitur bertransaksi dengan *mobile banking* adalah

:

- (a) *Transfer* antar rekening di BSM dan antar bank SKN
- (b) *Transfer real time* ke rekening di bank anggota jaringan ATM Bersama dan Prima
- (c) *Transfer* uang tunai (*transfer* ke bukan pemegang rekening)
- (d) Pembelian pulsa
- (e) Pembayaran premi asuransi dan zakat
- (f) Informasi saldo, mutasi dan sebagainya

b. *Internet Banking*

Maryanto Supriyono (2010: 65) mengemukakan, kemajuan teknologi modern pada zaman sekarang seperti komputer perangkat keras, perangkat lunak, sistem jaringan, sistem *host to host*, dan komunikasi data memberikan dampak yang baik kepada jasa perbankan secara elektronik. Perkembangan aplikasi *internet banking* mengalami kenaikan yang besar, transaksi akan lebih mudah, cepat dan *real time* 24 jam kapanpun dan dimana saja.

Untuk layanan aplikasi *internet banking* memberikan keuntungan, lembaga keuangan bank harus menyediakan bagian

integral strategi multichanel yang membolehkan nasabah bagaimanapun, kapanpun, dimanapun, mereka dapat bertransaksi. Layanan yang melalui internet ini disetaip lembaga keuangan bank mempunyai nama dan cara yang berbeda-beda (Riswandi: 2005: 22).

Gambaran *internet banking* yaitu seolah-olah sebagai meja *teller* dan *customer servise* yang berpindah ke nasabah, dimana nasabah pulalah sebagai *teller* dan *customer servise*. Nasabah bebas apa saja dan kapan saja pada menu yang terdapat di internet banking dan fasilitas penunjang nasabah. *Internet banking* diperuntukkan individu/perorangan dan perusahaan/badan hukum. *Internet banking* pada Bank Syariah Mandiri terdapat biaya administrasi bulanan nasabah perorangan sebesar Rp 2.500 dan biaya-baiya transaksi layanan yang lainnya, dengan *Internet banking* nasabah bisa bertransaksi atau transfer lebih dari Rp 10.000.000 serta perbedaan BSM dengan Bank Syariah mandiri lainnya yaitu terdapat kode TAN, Userb ID dan password untuk menjamin keamanan transaksi di perbankan syariah mandiri.

Manfaat bertransaksi dengan *internet banking* adalah :

- 1) Kenyamanan bertransaksi kapan saja da dimana saja
- 2) Dapat mengelola sendiri transaksi keuangan
- 3) Pengamanan berlapis untuk setiap transaksi yang dilakukan di BSM Net Banking

4) Dilengkapin dengan fitur spesial transfer *real time* ke 83 bank dan transfer ke bukan pemegang rekening.

Fasilitas atau fitur bertransaksi dengan *internet banking* adalah

:

- (1) *Transfer real time* ke rekening di bank anggota jaringan ATM Bersama dan Prima
- (2) *Transfer* uang tunai (*transfer* ke buku pemegang rekening)
- (3) *Tranfer* ke bank lain (kliring, RTGS)
- (4) Pembayaran tagihan (telepon, listrik, dll)
- (5) Pembelian pulsa
- (6) Informasi saldo dan data rekening nasabah (tabungan, deposito, giro, pembiayaan) dalam layanan terpadu
- (7) Cetak data mutasi transaksi

4. Indikator Pengaruh Penggunaan Aplikasi *Internet Banking Dan Mobile Banking*

- a. Jaminan keamanan dalam penggunaan aplikasi *Internet Banking Dan Mobile Banking*
- b. Mempermudah dan mempercepat nasabah dalam bertransaksi dengan aplikasi *Internet Banking Dan Mobile Banking*.

C. Hipotesis

Penelitian yang dilakukan Aditya Wardhana (2015) Jurnal Fakultas Komunikasi dan Bisnis Universitas Telkom. Vol.10 no.2 dengan judul “*Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking (M-Banking) Terhadap*

Kepuasan Nasabah". Hasil penelitian ini yaitu pengaruh kualitas layanan *mobile banking* terhadap kepuasan nasabah adalah institusi perbankan di Indonesia sudah memiliki fasilitas layanan *m-banking* yang memiliki kecepatan sesuai dengan kebutuhan nasabahnya, dapat memberikan jaminan keamanan bagi nasabah pengguna *m-banking*, telah memenuhi aspek yang akurat yang dapat memberikan kepercayaan bagi nasabahnya. Kepuasan pengguna layanan *m-banking* meliputi kepuasan atas kecepatan (*speed satisfaction*), kepuasan atas keamanan (*security satisfaction*), kepuasan akurasi (*accuracy satisfaction*) dan kepuasan atas kepercayaan (*trust satisfaction*). Dan pengaruh kualitas layanan *m-banking* terhadap kepuasan nasabah di Indonesia sebesar 59,29% dan sisanya sebesar 40,71% dipengaruhi oleh variabel lain diluar variabel penelitian. Berdasarkan kerangka teori diatas mengenai kepuasan *mobile banking*, dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. **H₁** : pengaruh penggunaan aplikasi *mobile banking* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Penelitian yang dilakukan Fifip chopipah (2013) Skripsi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universita Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta dengan judul "*Pengaruh Kualitas Layanan Internet Banking Klikbca Terhadap Kepuasan Nasabah*". Dari hasil penelitian dan pembahasan penelitian ini pengaruh kualitas layanan aplikasi *internet banking* KLIKBCA pada kepuasa nasabah, hasil pengolahan data adalah variabel kualitas layanan aplikasi *internet banking* dengan dimensi

efficiency, *fulfilment*, *realibility*, dan *privacy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Dan 65,8% kepuasan nasabah pada variabel kualitas layanan internet banking dengan dimensi *efficiency*, *fulfilment*, *realibility*, dan *privacy*, bahwa 34,2% dipengaruhi variabel lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini. Berdasarkan kerangka teori diatas mengenai kepuasan *mobile banking*, dapat dirumuskan sebagai berikut :

2. **H₂** : pengaruh penggunaan aplikasi *internet banking* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Penelitian yang dilakukan Rahma Novita Sari. Jurnal fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom, Bandung. Dengan judul “*Pengaruh Kualitas Layanan BRI Mobile Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia (PERSERO), Tbk Kantor Cabang Palangkaraya Kalimantan Tengah*”. Berdasarkan hasil uji hipotesis secara simultan kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah bank BRI kantor Cabang Palangkaraya yang menggunakan layanan BRI *mobile*, hal ini dibuktikan dengan F hitung > F tabel ($2,925 > 2,310$) dengan tingkat signifikansi 0,025 (taraf signifikansi yang diterima $\alpha = 0,05$). Berdasarkan koefisiensi determinasi didapat bahwa variabel kualitas layanan mampu menjelaskan kepuasan nasabah 11% dan sisanya sebesar 89% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Berdasarkan kerangka teori diatas mengenai kepuasan *mobile banking*, dapat dirumuskan sebagai berikut :

3. **H₃** : pengaruh penggunaan aplikasi *internet banking* dan *mobile banking* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.