

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KUALITAS  
LAYANAN MOBILE BANKING TERHADAP KEPUASAN  
NASABAH BANK BNI SYARIAH YOGYAKARTA**

**(Studi Kasus Pada Bank BNI Syariah Kantor Cabang Yogyakarta)**

**Galan Adiguna Syufriadi dan Syah Amelia Manggala Putri**

*Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Jl. Brawijaya, Kasihan, Bantul,  
Yogyakarta, 55183*

*E-mail: [galanmawan@gmail.com](mailto:galanmawan@gmail.com)*

*[manggalaputri89@gmail.com](mailto:manggalaputri89@gmail.com)*

**ABSTRAK**

*Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kualitas layanan mobile banking terhadap kepuasan nasabah bank BNI Syariah Kantor Cabang Yogyakarta dengan menggunakan variabel speed, security, accuracy, trust. Obyek dalam penelitian ini adalah nasabah pada Bank BNI Syariah Kantor Cabang Yogyakarta. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu penelitian survei yang menggunakan pendekatan kuantitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang dibagikan kepada nasabah yang menggunakan aplikasi mobile banking pada Bank BNI Syariah Kantor Cabang Yogyakarta di Daerah Istimewa Yogyakarta. Sebanyak 100 kuesioner telah dikumpulkan dan dianalisis dengan bantuan aplikasi SPSS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa speed berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Security berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Accuracy tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dan trust tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.*

*Kata kunci: Kualitas Layanan Mobile Banking, Kepuasan Nasabah*

## PENDAHULUAN

Pada zaman globalisasi yang semakin maju saat ini, teknologi informasi dan komunikasi berkembang sangat pesat. Salah satu bentuk dari teknologi informasi yang mengalami perkembangan signifikan saat ini yang dapat mempengaruhi pola kehidupan dan cara manusia berkomunikasi adalah internet. Pada saat ini, internet juga berpengaruh terhadap industri perbankan. Industri perbankan sekarang telah memberikan layanan yang berbasis internet dan memberikan keuntungan bagi perusahaan perbankan untuk bersaing, menghemat biaya, meningkatkan pelayanan dan kostumisasi besar-besaran serta membantu aktivitas komunikasi dan pemasaran.

Metode konvensional (manual) yang diterapkan perbankan ialah nasabah datang ke bank untuk melakukan transaksi. Bila nasabah ingin melakukan transfer dana ke rekening lain di bank yang sama atau bank yang berbeda, mereka harus datang ke bank, mengisi blanko transfer dan mengantri untuk dilayani. Cara yang dilakukan ini sangat tidak efisien, karena memerlukan waktu yang cukup banyak hanya untuk melakukan kegiatan transfer. Alasan inilah yang membuat pihak bank menentukan penawaran layanan *mobile banking*. *Mobile banking* diharapkan dapat mempercepat layanan bertansaksi dan mengubah metode manual. Pemanfaatan teknologi secara tepat harus juga diperhatikan, untuk memperkecil resiko operasional agar perbankan mampu beroperasi lebih efisien dan tepat.

*Mobile banking* merupakan salah satu layanan perbankan yang menerapkan teknologi informasi. Layanan ini menjadi peluang bagi bank untuk menawarkan diri nilai tambah kepada pelanggan. *Mobile banking* merupakan bagian dari teknologi *internet banking* yang merupakan suatu terobosan layanan informasi perbankan *via wireless* dalam mendukung kegiatan perbankan. *Mobile banking* memiliki keunggulan lain untuk transaksi menjadi lebih singkat dan efisien.<sup>1</sup>

Adapun penelitian terdahulu dan pernyataan yang dikemukakan oleh Gummesson dan Lovelock menunjukkan bahwa elemen dari kualitas layanan yang terdiri dari *speed*, *security*, *accuracy*, dan *trust* merupakan hal penting yang perlu

---

<sup>1</sup>Andika Febrianta dan Indrawati, Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Bca Di Kota Bandung. *E-Proceeding of Management* 206.Vol.3, No.3, hal. 1-2

dianalisa dan dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan.<sup>2</sup>Kualitas pelayanan yaitu suatu bentuk penilaian terhadap tingkat suatu pelayanan yang diterima dengan tingkat pelayanan yang diharapkan. Penilaian tersebut salah satunya bisa saja mendapatkan sanksi teguran ataupun kerugian yang bisa menurunkan nilai suatu perusahaan atau bisa berupa penilaian positif yang nantinya akan menjadikan perusahaan tersebut menjadi baik dan mendapatkan keuntungan dari kualitas layanan.

### **Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka rumusan masalah penelitian ini adalah:

1. Apakah *speed* di layanan *mobile banking* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di Bank BNI Syariah Kantor Cabang Yogyakarta?
2. Apakah *security* di layanan *mobile banking* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di Bank BNI Syariah Kantor Cabang Yogyakarta?
3. Apakah *accuracy* di layanan *mobile banking* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di Bank BNI Syariah Kantor Cabang Yogyakarta?
4. Apakah *trust* di layanan *mobile banking* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di Bank BNI Syariah Kantor Cabang Yogyakarta?

### **KERANGKA TEORI**

#### **Teori Kualitas Layanan**

Menurut penelitian sebelumnya Lovelock dan Wirtz menyatakan bahwa penggunaan teknologi yang semakin canggih dalam pelayanan jasa akan mengarah pada suatu tujuan yaitu dimana produktivitas pegawai merupakan salah satu kunci untuk menuju profitabilitas, dan secara khusus dapat menghemat waktu pegawai

---

<sup>2</sup>Gummesson, E., dan Lovelock, C. (2004). Whither Services Marketing? In Search of a New Paradigm and Fresh Perspectives. *Jurnal of Service Research*, 7(1),

(mempercepat waktu pengerjaan) dalam melayani setiap pelanggan, dan akan meningkatkan tingkat akurasi hasil pelayanan.<sup>3</sup> Menurut penelitian Gummesson dan Lovelock menyatakan bahwa kualitas layanan *mobile banking* menjadi empat bagian, yaitu:

- a. *Speed*, adalah kecepatan dan kemudahan nasabah dalam melakukan layanan *mobile banking*.
- b. *Security*, adalah jaminan keamanan dalam setiap layanan *mobile banking*.
- c. *Accuracy*, adalah ketepatan dan keakuratan dalam memperoleh informasi mengenai *mobile banking*.
- d. *Trust*, adalah kepercayaan nasabah terhadap bank dimana dilakukannya layanan *mobile banking*.<sup>4</sup>

Pelayanan pelanggan menurut Kotler ialah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak lain, yang pada dasarnya tidak terwujud dan tidak menyebabkan kepemilikan apapun.<sup>5</sup>

### **Teori Kepuasan Nasabah**

Menurut Kotler dan Keller, kepuasan adalah perasaan atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dioperasikan produk atau hasil terhadap ekspektasi mereka pelanggan akan tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi ekspektasi pelanggan akan sangat puas atau senang.

Harapan pelanggan merupakan perkiraan atau keyakinan pelanggan tentang apa akan yang diterimanya bila ia melakukan pembelian atau mengkonsumsi suatu produk atau jasa. Sedangkan kinerja yang dirasakan adalah persepsi pelanggan terhadap apa yang diterimanya setelah mengkonsumsi produk atau jasa yang dibeli. Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang akan ia rasakan dibandingkan dengan harapannya.

---

<sup>3</sup>Lovelock C Wirtz J. *Service Marketing: People, Technology, Strategy*. New Jersey: Pearson Education, Inc. 2011.

<sup>4</sup>Gummesson, E., dan Lovelock, C. (2004). Whither Services Marketing? In Search of a New Paradigm and Fresh Perspectives. *Jurnal of Service Research*, 7(1), 20-41.

<sup>5</sup>Kotler P dan Keller L K. *Manajemen Pemasaran*. Terjemah. Jakarta: Penerbit Erlangga. 2009.

Sedangkan menurut Kotler dan Amstrong menyatakan bahwa konsumen akan dapat melakukan pemilihan yang didasarkan pada sebuah 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.<sup>6</sup>

### **Hubungan Kualitas Layanan dengan Kepuasan Pelanggan**

Menurut Lovelock dan Wirtz dalam bahwa kualitas jasa merupakan satu komponen dari kepuasan pelanggan.<sup>7</sup>

Elemen kualitas layanan *speed* dapat memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi perbankan dengan lebih cepat sehingga meningkatkan kepuasan nasabah terhadap kecepatan dan kemudahan bertransaksi (kepuasan atas kecepatan). Elemen kualitas layanan *security* dapat menjamin kerahasiaan data transaksi dan data nasabah sehingga nasabah merasa puas atas jaminan keamanan menggunakan fasilitas *mobile banking* (kepuasan atas keamanan).

Elemen kualitas layanan *accuracy* dapat memberikan informasi data transaksi dan data keuangan nasabah secara akurat sehingga nasabah merasa puas atas tingkat keakurasian layanan *mobile banking* (kepuasan atas akurasi). Elemen kualitas layanan *trust* dapat memberikan kepercayaan nasabah atas kredibilitas layanan *mobile banking* yang diberikan oleh pihak bank sehingga nasabah akan percaya atas layanan *mobile banking* (kepuasan atas kepercayaan).

Berdasarkan penelitian terdahulu dan pernyataan yang dikemukakan oleh Gummesson dan Lovelock tersebut menunjukkan bahwa elemen dari kualitas layanan yang terdiri dari *speed*, *security*, *accuracy*, dan *trust* merupakan hal penting yang perlu dianalisa dan dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan.<sup>8</sup>

---

<sup>6</sup>Kotler P & Amstrong G. *Prinsip-prinsip pemasaran*. Terjemahan. Jakarta: Penerbitan Erlangga. 2008.

<sup>7</sup>Lovelock, C, Wirtz, J. *Service* 2011

<sup>8</sup>Gummesson, E dan Lovelock, C. *Whither.*, hal 20-41

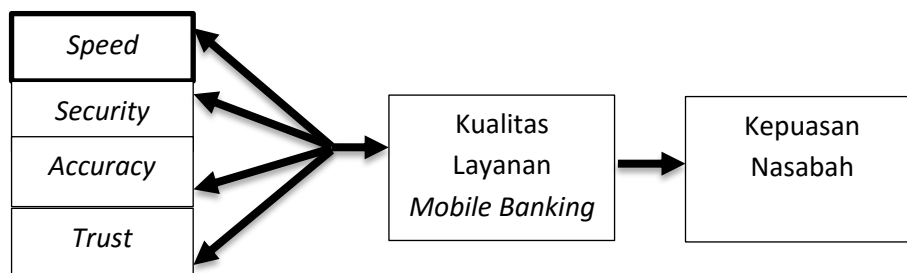
## Pengertian Mobile Banking

*Mobile banking* merupakan fasilitas layanan dalam pemberian kemudahan akses bertransaksi melalui ponsel dan kecepatan dalam memperoleh informasi terkini dan transaksi finansial secara *real time*. *Mobile banking* dapat diakses oleh nasabah perorangan melalui ponsel yang memiliki teknologi GPRS. *Mobile banking* adalah saluran distribusi bank untuk mengakses rekening yang dimiliki nasabah melalui teknologi GPRS dengan sarana telepon seluler (ponsel).<sup>9</sup>

## Kerangka Pemikiran

Gambar. 1

Kerangka konseptual penyusunan hipotesis



## METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, dalam pendekatan kuantitatif adalah untuk mengelola data-data yang diperoleh dari lokasi penelitian merupakan data yang berbentuk angka atau data kuantitatif yang diangka.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini ialah dengan menggunakan *Non Probability Sampling*, yaitu mengambil sampel secara sengaja dan metode yang digunakan adalah *Sampling Insidental* memilih secara kebetulan bertemu dan cocok sebagai sumber data dengan berbagai pertimbangan diantaranya responden

---

<sup>9</sup>Hani'ah, Ika Khoiriyatul, Analisis Pengaruh Kualitas Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Syariah Mandiri Cabang Semarang. *Skripsi Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri Walisongo Semarang*. 2012, hal. 2

adalah pertama nasabah yang menggunakan layanan *mobile banking* Bank BNI Syariah Kantor Cabang Yogyakarta.

Data penelitian berupa data primer dan data sekunder. Dalam hal ini data primer adalah data tanggapan langsung dari nasabah, melalui pengisian kuesioner yang diberikan pada responden mengenai faktor *trust* (kepercayaan), *accuracy* (akurasi), *speed* (kecepatan), dan *security* (keamanan) dalam layanan *mobile banking* Bank BNI Syariah Kantor Cabang Yogyakarta. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan salah satu teknik untuk mengumpulkan data yang sesuai, yaitu: Kuesioner yaitu alat penelitian yang dilakukan dengan cara menyebarkan daftar pertanyaan tertutup memperoleh keterangan dari sejumlah nasabah yang menjadi objek penelitian..<sup>10</sup>

Jawaban setiap item instrument yang menggunakan skala Likert memiliki bobot dari 1 sampai 4 untuk menelaah seberapa kuat subjek setuju atau tidak setuju dengan pernyataan. Skor 1 untuk jawaban Sangat Tidak Setuju (STS), skor 2 untuk jawaban Tidak Setuju (TS), skor 3 untuk jawaban Setuju (S) dan skor 4 untuk jawaban Sangat Setuju (SS). Dengan jumlah responden 100 nasabah pengguna layanan *mobile banking* Bank BNI Syariah Kantor Cabang Yogyakarta.

Pada penelitian ini, analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda digunakan oleh peneliti untuk mengetahui seberapa besar pengaruh hubungan antara variabel independen, *speed* (X1), *security* (X2), *accuracy* (X3) dan *trust* (X4) dengan variabel (Y) yaitu kepuasan nasabah di Bank BNI Syariah Yogyakarta. Persamaan regresi linier berganda dapat dirumuskan seperti ini:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Keterangan :

Y = Kepuasan Nasabah

a = Konstanta

b<sub>1</sub> = Koefisien Regresi Dari Kecepatan

b<sub>2</sub> = Koefisien Regresi Dari Keamanan

b<sub>3</sub> = Koefisien Regresi Dari Akurasi

b<sub>4</sub> = Koefisien Regresi Dari Kepercayaan

---

<sup>10</sup>Sugiyono. *Metode.*, hal. 93.

$X_1 = \textit{Speed}$

$X_2 = \textit{Security}$

$X_3 = \textit{Accuracy}$

$X_4 = \textit{Trust}$

$e = \textit{Standard Error}$

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Karakteristik Responden**

Dalam penelitian ini dikumpulkan data primer untuk mengetahui factor-faktor yang mempengaruhi kualitas layanan mobile banking terhadap kepuasan nasabah Bank BNI Syariah Kantor Cabang Yogyakarta tahun 2018 melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden. Hasil penelitian dapat dinyatakan sebagai berikut :

- a. Usia yang paling banyak menggunakan layanan mobile banking umur <25.
- b. Jenis kelamin yang paling banyak menggunakan layanan mobile banking laki-laki.
- c. Jenis pekerjaan yang paling banyak menggunakan layanan mobile banking mahasiswa.
- d. Pendidikan terakhir yang paling banyak menggunakan layanan mobile banking adalah SD-SMU.

### **Uji Asumsi Klasik**

Berikut ini merupakan uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolinieritas dan uji heteroskedastisitas dengan pengerjaan menggunakan aplikasi SPSS.



**Tabel 1. Uji Normalitas**

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.28753094
Most Extreme Differences	Absolute	.096
	Positive	.096
	Negative	-.059
Kolmogorov-Smirnov Z		.959
Asymp. Sig. (2-tailed)		.317

Berdasarkan Tabel 4.7 dapat diketahui nilai *asympt.sig* sebesar  $0,317 > 0,05$  sehingga dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

**Tabel 2. Uji Heteroskedastisitas**

Variabel	Sig	Batas	Keterangan
Speed	0.357	$>0,05$	Tidak terjadi heterokedasitas
Security	0.366	$>0,05$	Tidak terjadi heterokedasitas
Accuracy	0.167	$>0,05$	Tidak terjadi heterokedasitas
Trust	0.769	$>0,05$	Tidak terjadi heterokedasitas

Berdasarkan tabel 4.8 dapat diketahui bahwa nilai probabilitas lebih besar dari 5%, dengan demikian variabel yang diajukan dalam penelitian tidak terjadi heterokedasitas.

**Tabel 3. Uji Multikolinieritas**

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Speed	0.483	2.069	Tidak terjadi multikolinieritas
Security	0.483	2.071	Tidak terjadi multikolinieritas
Accuracy	0.582	1.718	Tidak terjadi multikolinieritas
Trust	0.581	1.720	Tidak terjadi multikolinieritas

Berdasarkan tabel 4.9 dapat diketahui bahwa nilai *tolerance value*  $> 0,10$  atau nilai  $VIF < 10$  maka tidak terjadi multikolinieritas.

## Analisis Regresi Berganda

Untuk menguji pengaruh *speed*, *security*, *accuracy* dan *trust* terhadap kepuasan nasabah digunakan analisis regresi linier berganda. Dalam model analisis regresi linier berganda akan diuji secara simultan (uji F) maupun secara parsial (uji t). Ketentuan uji signifikansi uji F dan uji t adalah sebagai berikut:

Menerima  $H_a$ : jika probabilitas ( $p$ )  $\leq 0,05$  artinya *speed*, *security*, *accuracy* dan *trust* secara simultan maupun parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah.

**Tabel 4. Hasil Uji F**

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	286.794	4	71.699	41.503	.000 <sup>b</sup>
Residual	164.116	95	1.728		
Total	450.910	99			

Berdasarkan Regresi Simultan, diperoleh nilai F-hitung sebesar 41,503 dengan probabilitas ( $p$ ) = 0,000. Berdasarkan ketentuan uji F dimana nilai probabilitas ( $p$ )  $\leq 0,05$ , *speed*, *security*, *accuracy* dan *trust* secara simultan mampu memprediksi perubahan kepuasan nasabah.

**Tabel 5. Hasil Uji T**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2.987	.840		3.555	.001
1 Speed	.240	.076	.283	3.179	.002
Security	.277	.077	.319	3.584	.001
Accuracy	.092	.068	.110	1.352	.180
Trust	.292	.097	.243	2.993	.004

$$Y = 2.987 + 0.240X_1 + 0.277X_2 + 0.092X_3 + 0.292X_4 + e$$

- a. *Speed*, berdasarkan uji regresi parsial, diperoleh nilai t-hitung sebesar 3,179 koefisien regresi (beta) 0,240 dengan probabilitas (p) = 0,002. Berdasarkan hasil olah data dimana nilai probabilitas (p)  $\leq$  0,05 dapat disimpulkan bahwa *speed* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.
- b. *Security*, berdasarkan uji regresi parsial, diperoleh nilai t-hitung sebesar 3,584 koefisien regresi (beta) 0,277 dengan probabilitas (p) = 0,001. Berdasarkan hasil olah data dimana nilai probabilitas (p)  $\leq$  0,05 dapat disimpulkan bahwa *security* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.
- c. *Accuracy*, berdasarkan uji regresi parsial, diperoleh nilai t-hitung sebesar 1,352 koefisien regresi (beta) 0,092 dengan probabilitas (p) = 0,180. Berdasarkan hasil olah data dimana nilai probabilitas (p)  $>$  0,05 dapat disimpulkan bahwa *accuracy* tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.
- d. *Trust*, berdasarkan uji regresi parsial, diperoleh nilai t-hitung sebesar 2,993 koefisien regresi (beta) 0,292 dengan probabilitas (p) = 0,004. Berdasarkan hasil olah data dimana nilai probabilitas (p)  $\leq$  0,05 dapat disimpulkan bahwa *trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

**Tabel 6. Hasil Uji Koefisien Determinasi**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.798 <sup>a</sup>	.636	.621	1.314

Besar pengaruh *speed*, *security*, *accuracy* dan *trust* secara simultan terhadap kepuasan nasabah ditunjukkan oleh nilai Adjusted R Square sebesar 0,621. Artinya, 62,1% kepuasan nasabah dipengaruhi oleh *speed*, *security*, *accuracy* dan *trust*. Sisanya 37,9% dipengaruhi oleh variabel lain seperti *reliability*, *tangible* dan lainnya.

## **Kesimpulan**

1. *Speed* berpengaruh positif terhadap Kepuasan Nasabah. Hal tersebut terbukti dengan nilai t hitung sebesar 3,179 dengan probabilitas 0,002 dimana angka tersebut signifikan karena ( $p \leq 0,05$ ).
2. *Security* berpengaruh positif terhadap Kepuasan Nasabah. Hal tersebut terbukti dengan nilai t hitung sebesar 3,584 dengan probabilitas 0,001 dimana angka tersebut signifikan karena ( $p \leq 0,05$ ).
3. *Accuracy* tidak berpengaruh positif terhadap Kepuasan Nasabah. Hal tersebut terbukti dengan nilai t hitung sebesar 1,352 dengan probabilitas 0,180 dimana angka tersebut signifikan karena ( $p > 0,05$ ).
4. *Trust* berpengaruh positif terhadap Kepuasan Nasabah. Hal tersebut terbukti dengan nilai t hitung sebesar 2,993 dengan probabilitas 0,004 dimana angka tersebut signifikan karena ( $p \leq 0,05$ ).

## **Saran**

1. Bagi Bank Hasil penelitian ini diharapkan bisa memberikan masukan yang bermanfaat dalam menentukan langkah selanjutnya ke arah yang lebih baik, khususnya sebagai bahan evaluasi atas kinerja bank ini dalam kompetisi dalam dunia perbankan nasional.
2. Bagi jurusan Ekonomi Perbankan Syariah (EPI) Hasil ini merupakan informasi perihal layanan mobile banking kaitanya dengan kepuasan nasabah.
3. Bagi Peneliti Selanjutnya Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan acuan bagi peneliti berikutnya yang berminat meneliti mengenai kepuasan nasabah.

## DAFTAR PUSTAKA

- Andika Febrianta dan Indrawati, Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Bca Di Kota Bandung. E-Proceeding of Management 206.Vol.3, No.3, hal. 1-2
- Gummesson, E., dan Lovelock, C. (2004). Whither Services Marketing? In Search of a New Paradigm and Fresh Perspectives. *Jurnal of Service Research*, 7(1), hal 20-41
- Lovelock C Wirtz J. *Service Marketing: People, Technology, Strategy*. New Jersey: Pearson Education, Inc. 2011.
- Kotler P dan Keller L K. *Manajemen Pemasaran*. Terjemah. Jakarta: Penerbit Erlangga. 2009.
- Kotler P & Armstrong G. *Prinsip-prinsip pemasaran*. Terjemahan. Jakarta: Penerbitan Erlangga. 2008.
- Hani'ah, Ika Khoiriyatul, Analisis Pengaruh Kualitas Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Syariah Mandiri Cabang Semarang. Skripsi Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri Walisongo Semarang. 2012, hal. 23
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif R&D*. Bandung: Alfabeta.

