

Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Aceh Syariah Cabang Bireuen

Rismawan, SE., M.S.M

Institut Agama Islam Almuslim Aceh

Email: rismawan_rz@yahoo.com

ABSTRACT

The rapid development of technology is directly utilized by the banking industry, especially Islamic banking by bringing up digital product innovations. Mobile banking is one of a series of technological advances that aim to facilitate customer transactions and provide information to customers through the features provided. In the development of digital products, service quality is the most important thing because it is directly felt by customers, so that it will form customer satisfaction in using a product. The method used in this study is quantitative research method. The variables of his research are service quality (X) and satisfaction (Y). The data collection technique was carried out through a questionnaire, the sample taken amounted to 82 respondents using incidental sampling techniques. The analysis tool uses IBM SPSS Statistic 22 which includes validity tests, reliability tests, classical assumption tests, simple linear regression analysis, determination coefficients, T hypothesis tests. The results showed that the quality of mobile banking services affects customer satisfaction at PT. Bank Aceh Syariah Bireuen Branch, this is seen from the results of the t count value of mobile banking service quality on customer satisfaction of 2,054 with a significance of $0,043 < 0,05$ while the t table value is $1,663 < 2,054$ t count. So the value of t count is greater than t table, this shows that H_0 is rejected and H_a is accepted which states that the quality of mobile banking services has a significant effect on customer satisfaction.

Keywords: *Quality, Service, Customer Satisfaction*

ABSTRAK

Perkembangan teknologi yang semakin pesat dimanfaatkan langsung oleh industri perbankan khususnya perbankan syariah dengan memunculkan inovasi produk digital. Mobile banking adalah salah satu serangkaian kemajuan teknologi yang bertujuan untuk mempermudah transaksi nasabah serta memberikan informasi kepada nasabah melalui fitur yang disediakan. Dalam pengembangan produk digital kualitas layanan menjadi hal terpenting karena langsung dirasakan oleh nasabah, sehingga akan membentuk kepuasan nasabah dalam pemakaian suatu produk. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif. Yang menjadi variabel penelitiannya adalah kualitas layanan (X) dan kepuasan (Y). Teknik pengumpulan datanya dilakukan melalui kuisioner, sampel yang diambil berjumlah 82 responden dengan menggunakan teknik sampling insidental. Alat analisis menggunakan IBM SPSS Statistic 22 yang meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear sederhana, koefisien determinasi, uji hipotesis T. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan mobile banking berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Aceh Syariah Cabang Bireuen, hal tersebut dilihat dari hasil nilai thitung kualitas layanan mobile banking

terhadap kepuasan nasabah sebesar 2,054 dengan signifikan $0,043 < 0,05$, sedangkan nilai ttabel $1,663 < 2,054$ thitung. Jadi nilai thitung lebih besar dibandingkan ttabel, hal ini menunjukkan H_0 ditolak dan diterimanya H_a yang menyatakan bahwa kualitas layanan mobile banking pengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Kata kunci: Kualitas, Layanan, Kepuasan Nasabah

PENDAHULUAN

Di era Globalisasi saat ini, sangat berdampak positif terhadap kemajuan di bidang teknologi dan juga ekonomi. Perkembangan teknologi yang semakin pesat dimanfaatkan juga oleh industri perbankan. Teknologi digital dalam sektor keuangan biasa dikenal dengan istilah *financial technology (fintech)*, yang memunculkan ekosistem baru untuk inklusi keuangan hingga aktivitas bank tidak harus dilakukan lagi secara manual, tetapi beralih dengan menggunakan sistem otomatis dan proses transaksi dapat dilaksanakan oleh customer itu sendiri dengan cepat dan mudah, yang tentunya tidak terlepas dari penggunaan internet. Dampak dari perkembangan teknologi sendiri yaitu berkembangnya *e-business* dan *e-banking*. Salah satunya dengan meluncurkan produk *mobile banking*.

Layanan Mobile banking bank Syariah adalah pengembangan dari dua bentuk inovasi bank Syariah sebelumnya yaitu SMS banking dan internet banking yang digunakan dengan perangkat *handphone* dan laptop yang memudahkan nasabah dalam bertransaksi.¹ Beberapa jenis transaksi Mobile Banking antara lain transaksi non financial dan transaksi financial. Transaksi non financial meliputi informasi saldo, informasi mutasi tiga transaksi terakhir, ganti PIN, cek history transaksi dan daftar transaksi favorit. Sedangkan transaksi financial meliputi transfer sesama rekening, transfer antar bank, pembayaran tagihan mulai dari rekening listrik, air, telepon, infak, sedekah, pembayaran zakat dan lain- lain.

Kualitas layanan adalah perbandingan layanan antara kenyataan dan harapan nasabah, jika kenyataan yang diterima lebih dari yang diharapkan, maka kualitas layanan dapat dikatakan bermutu dan nasabah akan puas, sebaliknya jika kualitas layanan yang diterima kurang dari yang diharapkan,

¹ Muammar Arafat Yusmad, *Aspek Hukum Perbankan Syariah dari Teorik Praktik*, (Yogyakarta: Deepublish, 2018), h. 79.

maka kualitas layanan dikatakan tidak bermutu dan nasabah akan kecewa atau tidak puas.

Perbankan dalam menyediakan fasilitas *mobile banking* memiliki tujuan untuk mencapai kepuasan nasabah. Kepuasan merupakan tanggapan emosional yang dirasakan oleh nasabah saat menikmati pengalaman mereka dalam menggunakan produk atau jasa.² Kepuasan akan membuat nasabah untuk kembali menggunakan produk atau jasa yang diberikan sebaliknya, jika nasabah kecewa dengan produk maupun jasa yang ditawarkan maka nasabah akan enggan menggunakan produk atau jasa itu kembali.

Meskipun layanan *mobile banking* di kabupaten Bireuen memberikan kemudahan bagi para nasabahnya akan tetapi tetap didapati banyak keluhan atau kurang nyamannya nasabah pada saat penggunaan layanan tersebut. Dalam implementasi *mobile banking* menggunakan internet sehingga sering terjadi trouble. Selain itu keterbatasan akses sinyal disetiap daerah masyarakat, kurangnya pengetahuan dan manfaat dari layanan *mobile banking* juga merupakan salah satu faktor yang membuat nasabah lebih memilih mengantri daripada menggunakan *mobile banking*. Keluhan- keluhan yang disampaikan oleh para nasabah merupakan suatu bentuk ketidak nyamanan dari sisi nasabah yang mana dapat mengurangi kepercayaan pengguna terhadap kualitas layanan *mobile banking*.

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dipaparkan tersebut, penulis tertarik untuk mengkaji, membahas dan meneliti lebih lanjut, sehingga judul yang diangkat dalam penelitian ini adalah “Pengaruh Kualitas Layanan *Mobile Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Aceh Syariah Cabang Bireuen.”

LANDASAN TEORI

1. Kualitas Layanan

Kata kualitas mengandung banyak definisi atau makna karena setiap orang yang berbeda akan mengartikannya secara berbeda. Kualitas adalah kepuasan pelanggan sepenuhnya terhadap suatu produk yang berkualitas, yaitu sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen atas suatu produk atau jasa.³

²Axel Hernandez dan Felix David, “Pengaruh *Mobile Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Dalam Transaksi Sehari-hari”. (IT- EXPLORE, Jurnal Penerapan Teknologi Informasi dan Komunikasi Vol.01 No. 01, 2022). h. 18.

³Idayati , I., Kesuma, I. M., Aprianto, R., &Suwarno, S. *The Effect of Service Quality on Citizen’s Expectation Through Dimension of Tangible, Emphaty, Reliability, Responsiveness*. International Journal of Dinamic Economics and Business, Vol 4 No 3,(2020), h. 241.

Pelayanan merupakan sebuah kinerja yang dapat dirasakan langsung oleh nasabah, pelayanan sendiri bertujuan untuk memberikan rasa puas dan juga nyaman kepada nasabah.⁴ Layanan juga dapat diartikan dengan jasa yaitu suatu tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya *intangiable* (tidak berwujud fisik), yang hanya bisa dirasakan (*implisit service*).

Berdasarkan beberapa definisi yang telah dipaparkan di atas maka kualitas layanan dapat diartikan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan maupun sesuai dengan ekspektasi nasabah. Kualitas layanan merupakan suatu penyajian produk atau jasa yang sesuai dengan standar perusahaan dan diupayakan dalam penyampaian produk dan jasa tersebut sama dengan apa yang diharapkan konsumen.⁵ Husain dan Sani, mengemukakan arti kualitas pelayanan merupakan penyampaian jasa yang baik atau sangat baik, jika dibanding dengan ekspektasi pelanggan.⁶

a. Dimensi Kualitas pelayanan

Adapun Kualitas layanan menurut Indrasari, diukur berdasarkan lima dimensi, yaitu:

- a) Berwujud (*tangible*) yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan yang dapat diandalkan keadaan lingkungan sekitarnya merupakan bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa.
- b) Keandalan (*reliability*) yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Keinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi.
- c) Jaminan dan Kepastian (*assurance*) yaitu pengetahuan, kesopanan santunan dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk

⁴Wulandari, R., &Rusmahafi, Aulawi, F. *Membidik Nasabah Bank Syariah*, (Nas Media Pustaka, 2020).

⁵ Rizal Zulkarnain, Her Taufik, Agus David Ramdansyah, *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Nasabah*, (Banten: Universitas Banten Jaya, Jurnal Manajemen dan Bisnis, 2020), h. 5.

⁶ Husain, T., &Sani, A. *Kepuasan Pelanggan Toko Online Yang Dipengaruhi Kualitas Produk Dan Layanan*, (Jurnal Ilmu Pengetahuan Dan Teknologi Komputer, Vol. 5, No. 2, 2020), 291-296

menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Hal ini meliputi beberapa komponen antara lain komunikasi (*communication*), kredibilitas (*credibility*), keamanan (*security*), kompetensi (*competence*), dan sopan santu (*courtesy*).

- d) Empati (*empathy*) yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan atau nasabah.
- e) Ketanggapan (*responsiveness*) yaitu suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan dengan penyampaian informasi.⁷

2. Mobile Banking

Mobile banking merupakan sebuah layanan yang disediakan oleh suatu bank untuk memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi secara online yang dapat diakses dimana saja dan kapan saja melalui *smartphone* yang berbasis internet. Mobile banking ialah salah satu layanan jasa perbankan yang dapat digunakan oleh para nasabah yang sudah terdaftar memiliki rekening pada bank yang bersangkutan. Menurut Amalia dan Hastriana Mobile banking adalah suatu teknologi yang memiliki inovasi serta memiliki layanan informasi yang terbaru di dalam industri perbankan sehingga nantinya dapat mempermudah para nasabahnya dalam melakukan transaksi. Dan saat ini juga setiap industri perbankan baik yang konvensional maupun syariah memiliki mobile banking tersendiri dalam melakukan proses transaksi.⁸

a. Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Mobile Banking

- 1) Kemudahan Penggunaan, kemudahan pengguna mobile banking telah dirasakan oleh nasabah dengan dapat memahami fitur- fitur serta cara bertransaksi melalui mobile banking.
- 2) Manfaat, telah dirasakan oleh para nasabah berupa layanan dan fitur yang disediakan serta menghemat waktu tanpa harus datang ke bank untuk melakukan transaksi.

⁷Indrasari, M., *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*, (Surabaya: Unitomo Press, 2019), h. 63.

⁸Amalia, P., & Hastriana, A. Z, *Pengaruh Kemudahan, Keamanan, dan Fitur Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah dalam Bertransaksi Pada Bank Syariah Indonesia*, (2022), 70-89.

- 3) Kemampuan akses, dengan semakin majunya teknologi saat ini, nasabah menuntut pihak bank untuk menyediakan fasilitas dan akses yang cepat, mudah dan aman serta nyaman dalam melakukan kegiatan transaksi.
- 4) Keamanan, berupa suatu hak dan privasi setiap nasabah. Kerahasiaan data- data nasabah sangat diperlukan agar terciptanya kepercayaan dan menimbulkan kepuasan dalam menjaga informasi pribadi yang didapat dari transaksi elektronik terhadap pengguna yang berwenang.

b. Kelebihan Penggunaan Mobile Banking

- 1) Mudah digunakan hanya dengan *smartphone* yang diakses menggunakan jaringan internet. Dengan modal tersebut nasabah sudah bisa melakukan transaksi dengan memanfaatkan fitur- fitur yang tersedia pada aplikasi mobile banking.
- 2) Menghemat waktu, tidak perlu menghabiskan banyak waktu untuk mengantri di bank dan lebih fleksibel, bisa melakukan transaksi kapan saja dan dimana saja selama 24 jam selama didukung oleh jaringan internet.
- 3) Hemat biaya atau ongkos transportasi ke bank tanpa harus keluar mencari mesin ATM untuk bertransaksi.

c. Kekurangan Penggunaan Mobile Banking

- 1) Tidak bisa melakukan penarikan karena semua jenis transaksi hanya dilakukan via *handphone*, jadi tidak bisa melakukan penarikan uang tunai seperti datang langsung ke bank atau melalui ATM.
- 2) Bergantung pada pulsa dan jaringan seluler, transaksi dengan mobile banking mungkin terlihat mudah, tapi setiap transaksi yang dilakukan harus dengan dukungan yang memadai dari *smartphone*. Dalam bertransaksi harus dipastikan bahwa jaringan seluler yang digunakan memiliki akses internet yang lancar.
- 3) Rawan kejahatan bila kurang hati- hati. Setiap transaksi harus ada verifikasi atau menyertakan PIN untuk validasi kepemilikan rekening. Bila tidak hati- hati dalam menyimpan PIN dan menaruh *handphone*, mungkin akan terjadi tindakan kejahatan seperti kehilangan *handphone* dan pelaku kejahatan tersebut akan melakukan transaksi dengan kartu seluler tersebut tanpa sepengetahuan pemiliknya.

3. Kepuasan Nasabah

Kepuasan dapat diartikan sebagai perasaan puas, rasa senang dan kelegaan seseorang dikarenakan mendapat suatu produk, jasa atau layanan dengan baik sesuai dengan yang diinginkan. Nasabah adalah orang yang berhubungan dengan suatu bank dan telah mempunyai rekening atau seseorang yang menggunakan jasa bank dalam bertransaksi. Kepuasan nasabah merupakan evaluasi pembeli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil (*outcome*) yang sama dengan harapan pelanggan.⁹ Ketidakpuasan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan pelanggan. Menurut Tjiptono kepuasan nasabah adalah persepsi pembeli berkenaan dengan kesesuaian atau ketidaksesuaian antara hasil pelayanan yang didapatkan dibandingkan dengan pengorbanan yang dilakukan.

a. Faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah

- 1) Kualitas produk (*product quality*), Nasabah akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.
- 2) Harga produk (*price*), merupakan nilai yang dapat dikenakan terhadap produk tersebut. Produk yang memiliki kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada nasabahnya.
- 3) Kualitas layanan (*service quality*), yakni seberapa baik pelayanan yang diterima oleh nasabah. Nasabah akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan.
- 4) Sikap terhadap produk, yakni berupa sikap yang muncul dari emosi atau rasa dari dalam diri nasabah. Nasabah akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadapnya bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan karena kualitas dari produk tetapi nilai sosial yang membuat nasabah menjadi puas terhadap merek tertentu.

⁹Rahmadina Riski Annur, Yahya Tanjung, *Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah di PT. Bank Sumut*, (Jurnal Bintang Manajemen Vol.1, No.1, 2023), h. 194

- 5) Biaya dan kemudahan mendapatkan produk, yaitu apakah dalam memperoleh suatu produk dibutuhkan biaya yang cukup besar atau kecil, termasuk juga nasabah mudah mendapatkannya atau tidak. Nasabah akan merasa puas jika tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa.

b. Indikator Kepuasan Nasabah

Merujuk terkait pendapat Tjiptono, Kotler dan Keller yang dikutip Djunaidi,

menggunakan 4 indikator kepuasan konsumen yaitu:¹⁰

- 1) Kepuasan Nasabah, hal ini terjadi apabila nasabah merasa puas.
- 2) Konfirmasi harapan, hal ini digunakan untuk mengetahui ketidakesesuaian atau kesesuaian terhadap harapan nasabah.
- 3) Minat membeli ulang, hal ini digunakan untuk mengetahui nasabah dalam penggunaan ulang produk.
- 4) Ketersediaan merekomendasikan, nasabah akan merekomendasikan kepada keluarga, kerabat, dan orang lain apabilaapa yang didapat telah sesuai dengan harapannya.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah *field research* (penelitian lapangan) menggunakan pendekatan kuantitatif. Metode penelitian merupakan *desain survey*, yaitu penelitian yang mengambil sampel dari suatu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pokok pengumpulan data pokok.¹¹ Penentuan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non probability sampling* yaitu tidak memberikan kesempatan atau peluang yang sama pada setiap anggota populasinya untuk terpilih menjadi anggota sampel. Teknik yang digunakan adalah *Sampling Insidental*. *Sampling Insidental* adalah teknik

¹⁰Djunaidi, G, F., *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Dalam Menggunakan Minyak Kayu Putih pada Ketel Walbarua di Desa Ubung*, (CV. Penerbit Qiara Media, 2020).

¹¹ Rusli, T.S. and Boari, Yoseb; Amelia, D.A. (2024) Pengantar Metodologi Pengabdian Masyarakat. Pidie: Yayasan Penerbit Muhammad Zaini.

penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan (*Insidental*) bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 82 responden menggunakan rumus slovin. Teknik pengumpulan data yang akan dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan kuesioner (Angket).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. Koefisien Determinasi(R^2)

Ujikoefisien determinan pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel independen terhadap variabel dependen. Semakin besar nilai koefisien determinasi, maka semakin baik kemampuan variabel independen menerangkan variabel dependen.

Tabel 4. 8
HasilKoefesionDeterminasi
Model Summary^b

Model	R	Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.224 ^a	.050	.038	1.084

a. Predictors: (Constant), kualitas layanan

b. Dependent Variable: kepuasan nasabah

Hasil pada tabel 4. 8 model summary menunjukkan bahwa nilai koefisien determinasi (*R Square*) sebesar 0,050 artinya bahwa kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah sebesar 5% sedangkan sisanya 95% (100- 5%) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diketahui dan tidak termasuk dalam analisis regresi dalam penelitian ini.

2. Uji Parsial (Uji T)

Uji ini dilakukan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh variabel Kualitas layanan terhadap Kepuasan nasabah dengan menggunakan uji statistik (uji t) apabila nilai thitung > nilai t tabel, maka H0 ditolak dan Ha diterima, sebaliknya apabila nilai thitung < nilai t tabel, maka H0 diterima dan Ha ditolak.

Keterangan:

- a. Jikathitung > ttabel Ho di tolak dan Ha di terima, artinya ada pengaruh antara variable bebas dan variable terikat.
- b. Jikathitung < ttabel Ho di terimadan Ha di tolak, artinya tidak ada pengaruh antara variable bebas dan variable terikat.

Kesimpulan :

- a. Jika $sig > 0,05$ maka H_0 diterima.
- b. Jika $sig < 0,05$ maka H_0 ditolak.

Tabel 4. 9
Hasil Uji Hipotesis Parsial (Uji T)
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
Constant	14.668	1.609		9.118	.000
litasayanan (X)	.149	.073	.224	2.054	.043

a. Dependent Variable: kepuasan nasabah (Y)

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pada tabel 4.10. Hasil nilai thitung kualitas layanan mobile banking terhadap kepuasan nasabah sebesar 2,054 dengan signifikan $0,043 < 0,05$, sedangkan nilai ttabel $1,663 < 2,054$ thitung. Jadi nilai thitung lebih besar dibandingkan ttabel, hal ini menunjukkan H_0 ditolak dan diterimanya H_a yang menyatakan bahwa kualitas layanan mobile banking pengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dibahas maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas layanan mobile banking terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Aceh Syariah Cabang Bireuen. Hal ini dilihat dari nilai (*R Square*) sebesar 0,050. Hal ini menunjukkan bahwa variabel independent kualitas layanan mobile banking berpengaruh terhadap kepuasan nasabah sebesar 5%. Sedangkan 95% (100- 5%). Dijelaskan oleh faktor lain yang tidak diteliti oleh peneliti.
2. Pengaruh Kualitas layanan *mobile banking* (X) terhadap Kepuasan nasabah (Y) pada PT. Bank Aceh Syariah Cabang Bireuen. Hasil pengujian hipotesis (Uji T) menunjukkan bahwa besarnya nilai thitung pada variabel kualitas layanan adalah $2,054 > t_{tabel} 1,663$ dan nilai signifikan pada $0,043 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Aceh Syariah Cabang Bireuen.

Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah di uraikan diatas, maka peneliti menyampaikan beberapa hal yang bias disarankan didalam penelitian ini yakni:

1. Bagi IAI Almuslim Aceh, penulis sarankan agar mahasiswa dapat meningkatkan pengetahuan terhadap kualitas layanan mobile banking khususnya pada Bank Aceh Syariah. Dan hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi perpustakaan di IAI Almuslim Aceh bagi mahasiswa lain yang akan melakukan penelitian selanjutnya.
2. Untuk Bank Aceh Syariah sebelum mengambil sebuah keputusan untuk menggunakan layanan mobile banking yang ditawarkan, bank harus mempertimbangkan dan mengevaluasi setiap kualitas layanan yang akan digunakan nasabah agar aktivitas transaksi berjalan dengan tepat dan baik.
3. Bagi peneliti selanjutnya, sebaiknya menggunakan variabel-variabel lain dalam mengangkat masalah untuk memperoleh hasil penelitian yang maksimal sesuai dengan yang diharapkan, penelitian selanjutnya sebaiknya menggunakan sampel yang lebih besar dari penelitian sekarang.

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, P., & Hastriana, A. Z, *Pengaruh Kemanfaatan, Kemudahan Keamanan, dan Fitur M-Banking Terhadap Kepuasan Nasabah dalam Bertransaksi Pada Bank Syariah Indonesia*, 2022.
- Axel Hernandez dan Felix David, "Pengaruh Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Dalam Transaksi Sehari-hari". *IT- EXPLORE*, Jurnal Penerapan Teknologi Informasi dan Komunikasi Vol.01 No. 01, 2022.
- Baihaqi, B. (2023). Peran Hukum Syariah dalam Memitigasi Risiko Pembiayaan Mikro. *Ameena Journal*, 1(4), 434-443.
- Djunaidi, G, F., *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Dalam Menggunakan Minyak Kayu Putih pada Ketel Walbarua di Desa Ubung*, CV. Penerbit Qiara Media, 2020.
- Hasballah, I. (2023). Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Grong-Grong Sigli. *Jurnal Al-Mizan*, 10(2), 204-214.
- Husain, T., & Sani, A. *Kepuasan Pelanggan Toko Online Yang Dipengaruhi Kualitas Produk Dan Layanan*, (*Jurnal Ilmu Pengetahuan Dan Teknologi Komputer*, Vol. 5, No. 2, 2020.
- Idayati, I., Kesuma, I. M., Aprianto, R., & Suwarno, S. *The Effect of Service Quality on Citizen's Expectation Through Dimension of Tangible, Emphaty, Reliability, Responsiveness*. *International Journal of Dinamic Economics and Business*, Vol 4 No 3, 2020.
- Indrasari, M., *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*, Surabaya: Unitomo Press, 2019.
- Muammar Arafat Yusmad, *Aspek Hukum Perbankan Syariah dar iTeori kePraktik*, Yogyakarta: Deepublish, 2018.
- Rahmadina Riski Annur, Yahya Tanjung, *Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah di PT. Bank Sumut*, *Jurnal Bintang Manajemen* Vol.1, No.1, 2023.
- Rizal Zulkarnain, Her Taufik, Agus David Ramdansyah, *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Nasabah*, Banten: Universitas Banten Jaya, *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 2020.
- Rusli, T.S. and Boari, Yoseb; Amelia, D.A. (2024) *Pengantar Metodologi Pengabdian Masyarakat*. Pidie: Yayasan Penerbit Muhammad Zaini.
- Wulandari, R., & Rusmahafi, Aulawi, F. *Membidik Nasabah Bank Syariah*, Nas Media Pustaka, 2020.