

## **PENGARUH KUALITAS LAYANAN DALAM PERSPEKTIF ISLAM TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA *MOBILE BANKING* BSI**

**Rika Rahim<sup>1</sup>, Marlya Fatira AK<sup>2</sup>, Nia Apulina Karina<sup>3</sup>**

Keuangan dan Perbankan Syariah<sup>1,2,3</sup>, Akuntansi, Politeknik Negeri Medan

Rikarahim@students.polmed.ac.id<sup>1</sup>, marlyafatira@polmed.ac.id<sup>2</sup>, Niaapulina10@gmail.com<sup>3</sup>

### **ABSTRAK**

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui besar kualitas layanan dalam perspektif Islam pada produk *Mobile Banking* BSI mempengaruhi kepuasan nasabah PT BSI yang merupakan mahasiswa program studi D4 keuangan dan perbankan syariah Politeknik Negeri Medan. Jenis data dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Sumber data yang digunakan adalah sumber data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data dalam penelitian menggunakan kuisioner yang akan disebarakan kepada nasabah PT BSI yang merupakan mahasiswa program studi D4 keuangan dan perbankan syariah Politeknik Negeri Medan. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda dengan melakukan uji asumsi klasik, uji koefisien korelasi, koefisien determinasi, uji t dan uji F. Hasil penelitian ini menunjukkan Kualitas Layanan dalam Perspektif Islam pada produk *mobile banking* BSI memiliki pengaruh positif yang sangat kuat terhadap kepuasan nasabah PT BSI dengan nilai koefisien korelasi sebesar 0,809.

**Kata Kunci** : Kualitas Layanan dalam perspektif islam, Kepuasan Nasabah, *Mobile Banking*

### **PENDAHULUAN**

Pesatnya perkembangan teknologi atau digitalisasi di bidang perbankan, baik bank konvensional maupun syariah sangat meningkatkan efektivitas dan memudahkan nasabah bank tersebut untuk bertransaksi kapanpun dan dimanapun. Teknologi yang memberikan kemudahan transaksi tersebut adalah *mobile banking*. Menurut Ismail dalam (Nugraha et al., 2021), *Mobile banking* adalah jenis layanan yang disediakan oleh bank untuk melakukan transaksi tanpa harus ke bank tersebut, yang memiliki tujuan untuk meningkatkan pelayanan kepada nasabah, memenuhi keinginan pasar, serta memberi kemudahan kepada nasabah untuk melakukan transaksi.

Penggunaan teknologi seperti *Mobile banking* juga merupakan batu loncatan bagi bank konvensional maupun bank syariah untuk berkembang, terutama bagi bank syariah yang menghadapi berbagai kendala tertentu. Penelitian yang dilakukan oleh Sari dalam (Nadia et al., 2019) menunjukkan bahwa perkembangan dari segi aset, pembiayaan dan jumlah lembaga menunjukkan perkembangan yang menjanjikan bagi perbankan syariah, namun apabila dilihat dari keseluruhan pangsa pasar hanya mencapai angka 3,2% dibandingkan dengan keseluruhan perbankan nasional. Penyebab di balik rendahnya pangsa pasar bank syariah di Indonesia adalah kurangnya pemahaman konsumen terhadap bank syariah, kurangnya sosialisasi serta masalah perdebatan hukum tentang bunga bank secara halal dan haram.

Kekurangan yang dimiliki bank syariah tersebut yang harus bersaing dengan bank konvensional dan bank syariah lainnya dalam rangka pertumbuhan bisnis perbankannya, muncul suatu bank yang melakukan merger yaitu PT Bank Syariah Indonesia (disebut BSI) yang terdiri dari bank BRIS, BSM, dan BNI Syariah yang juga dilengkapi dengan aplikasi *Mobile banking* yang dinamakan BSI Mobile.

BSI menawarkan layanan berbasis syariah yang tidak melanggar hukum Islam dan menghindari kekhawatiran masyarakat muslim tentang bank dan riba. BSI telah meluncurkan *Mobile banking* BSI yang dikenal sebagai BSI Mobile yang dirancang untuk memfasilitasi dan memudahkan nasabah dalam bertransaksi. Hadirnya *Mobile banking* seharusnya berdampak positif bagi kemudahan dan kepuasan nasabah bank BSI. Aplikasi BSI Mobile memiliki desain modern dan antarmuka yang ramah pengguna. Transaksi perbankan seperti transfer, pembayaran dan

pembelian, cek saldo, dan perubahan dapat dilakukan di mana saja dan kapan saja. Bebas bertransaksi dengan aplikasi mobile BSI karena keamanan pengguna terjamin.

Menurut Keller dalam (Dwinurpitasari, 2019) salah satu ukuran keberhasilan suatu bank dalam menjalankan usahanya secara profesional adalah dari kepuasan nasabah-nasabahnya atas penggunaan layanan bank tersebut. Kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang berkualitas tinggi akan memperkuat citra perusahaan, mempertahankan konsumen untuk terus menggunakan layanan perusahaan tersebut, serta mampu menarik calon nasabah baru. Semakin baik kualitas pelayanan suatu bank, baik dari sisi transaksi yang ditawarkan oleh bank maupun kegiatan keuangan lainnya, maka semakin cepat para nasabah akan memprioritaskan produk yang disediakan bank tersebut.

Berdasarkan kuisioner pra-penelitian dengan mahasiswa D4 Keuangan dan Perbankan Syariah Politeknik Negeri Medan yang disebar pada tanggal 16 April 2022 dengan 47 Responden. Berikut seberapa banyak kuantitas mahasiswa pengguna *Mobile banking* Bank Syariah Indonesia.

**Tabel 1.** Tabel Hasil Pra-Penelitian

No.	Pertanyaan	Persentase	
		Ya	Tidak
1.	Seorang Nasabah BSI	91.5%	8.5%
2.	Pengguna aktif <i>Mobile banking</i> BSI	80.9%	19.1%
3.	Puas dengan fitur layanan yang disediakan di <i>Mobile banking</i> BSI	77.8%	22.2%

Sumber: Data diolah 16 April 2022

Dalam mendapatkan jawaban dengan hasil 22.2% responden yang tidak puas dengan fitur layanan yang disediakan di *mobile banking* BSI dikarenakan berbagai alasan. Alasan-alasan seperti aplikasi dan fitur layanan sering berkendala, Aplikasi kurang menarik, Kurangnya fitur E-Wallet, fitur chat Aisyah yang berproses terlalu lama untuk menyampaikan keluhan kepada customer service melalui aplikasi, proses transaksi lama dan sebagainya. Ketidakpuasan nasabah terhadap fitur layanan *Mobile banking* BSI akan memberikan dampak kepada bank BSI.

Ini menunjukkan adanya masalah sehingga mempengaruhi kualitas layanan *Mobile banking* BSI, dari uraian diatas dapat ditentukan pertanyaan penelitiannya adalah berapa besar kualitas layanan dalam perspektif Islam pada produk *mobile banking* BSI mempengaruhi kepuasan nasabah PT BSI. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui besar kualitas layanan dalam perspektif Islam pada produk *Mobile banking* BSI mempengaruhi kepuasan nasabah PT BSI.

## TINJAUAN PUSTAKA

### Kualitas Layanan dalam Perspektif Islam

Kunci untuk mempertahankan pelanggan dan memberikan nilai tinggi melalui nilai pelanggan adalah kualitas layanan (Rosnaini, 2019). Seorang muslim hidup bukan hanya untuk mengejar uang. Berusaha memberikan nilai tambah dan pelayanan merupakan hal yang lebih penting. Pahalanya, dari sudut pandang Islam, pendapatan merupakan produk sampingan dari pelayanan dalam perspektif Islam. Semakin besar manfaat pelayanan yang diberikan kepada nasabah, semakin besar pula potensi pendapatan yang akan diterima oleh nasabah. Umat Islam juga harus ingat bahwa jatah rezeki kita telah ditetapkan dalam lauhul mahfudz (Wibowo, 2020).

خِذِي هَذَا لَأَنْ تَعْرِضِي مِثْلَهُ لِمَنْ يَشَاءُ وَلَا تَتَمَمُوا الْحَبَّ يَثُّ مِنْهُ تَنْفٌ قُونََ وَأَسْتُمْ بَأْ  
هَ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ عَنِ الْعَالَمِينَ

Artinya: “Janganlah kamu memilih yang buruk untuk kamu keluarkan, padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memicingkan mata (enggan) terhadapnya. Dan ketahuilah bahwa Allah Mahakaya, Maha Terpuji.” (Q.S. Al-Baqarah:267).

Konferensi Nasional Sosial dan Engineering Politeknik Negeri Medan Tahun 2022

Ayat diatas menegaskan bahwa Islam memperhatikan sebuah pelayanan yang berkualitas, memberikan efek yang baik terhadap orang yang mengerjakannya dan bukan efek yang buruk (Parakkasi, 2020).

Dalam Islam, pilar sikap melayani adalah berbuat ihsan kepada orang lain. Al-Qur'an menyuruh manusia untuk berbuat ihsan kepada orang lain sebagaimana Allah telah berbuat baik kepada manusia. Dalam surah Al-Qashash ayat 77 Allah berfirman:

الدَّارَ الْآخِرَةَ وَلَا تَنْسَ نَ صَيْبِكَ مِنَ الدُّنْيَا وَآخِ سَنَ كَمَ ۖ ۖ وَابْتَغِ فِيمَا آتَاكَ اللَّهُ  
أَحْسَنَ اللَّهُ إِلَيْكَ وَلَا تَبْغِ الْفُسَادَ فَ يَ الْأَرْضِ ۚ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُفْسِدِينَ

Artinya: “Dan carilah (pahala) negeri akhirat dengan apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu, tetapi janganlah kamu lupakan bagianmu di dunia dan berbuatbaiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik kepadamu, dan janganlah kamu berbuat kerusakan di bumi. Sungguh, Allah tidak menyukai orang yang berbuat kerusakan.” (Q.S. Al-Qashash:77).

Layanan yang berkualitas seringkali sulit untuk dapat dicapai karena satu dan lain hal yang berefek kepada harapan nasabah atas pelayanan yang berkualitas. Kesulitan ini timbul karena kualitas layanan ditentukan oleh banyak faktor, terdapat beberapa faktor yang turut menentukan tingkatan kualitas layanan salah satunya adalah kualitas layanan aplikasi *Mobile banking*.

Dalam Islam, pelayanan harus didasarkan pada etika dan ditujukan kepada ibadah untuk mendapatkan keridhaan Allah SWT. Nasabah yang datang harus dilayani dengan baik dan memberikan solusi kepada nasabah.

Berikut beberapa ayat Al-Quran dan hadis terkait pentingnya layanan dalam Islam (Rustam, 2020):

1. Quran Surah Lukman ayat 19

لصَوْتُ تِ الْأَصْوَاتِ أَنْكَرَنَّ ۖ ۖ كَ صَوْتِ مَنْ وَاعْضُضْ كَ مَشِيٍّ يِ فِ صَدِ وَاقٍ  
عِ مِ الْخِ

Artinya: “Dan sederhanakanlah dalam berjalan dan lunakkanlah suaramu. Sesungguhnya seburuk-buruk suara ialah suara keledai.” (Q.S. Lukman:19).

2. Hadis

Anas bin Malik meriwayatkan Rasulullah SAW suka memperbanyak minyak rambut, merapikan jenggot serta sering mengenakan penutup kepala hingga beliau menyerupai pakaian penjual minyak. (H.R. Tirmidzi dan Baihaqi).

3. Hadis

“Barang siapa di antara kamu yang mampu memberikan manfaat kepada saudaranya maka bersegeralah melakukannya” (H.R. Muslim).

Kenyataannya tugas seorang pelayan tidak sesederhana memutar telapak tangan. Tekanan eksternal, seperti keluhan dari pelanggan layanan, sering kali berbenturan dengan tekanan internal, seperti ekspektasi pekerjaan yang berlebihan dan kompensasi yang buruk. Saat itulah iman berperan sebagai sumber inspirasi untuk melayani semua orang (Widad et al., 2020). Allah Swt berfirman dalam surah

4. Al Quran Surah At-Taubah ayat 105:

مِ عَلِ لِي ۖ ۖ وَسْتَرْدُونَ نَ مَنُ وَ الْمُو هِ وَرَسُولُ عَمَلِكُمْ اللَّهُ فَسَيَرَى اَعْمَالُ وَ وَقِ  
نَ تَعْمَلُوا كُنْتُمْ مَا بَ نُكُمْ فَيُنَبِّ وَ الشَّهَادَةَ الْعَيْبِ

Artinya: “Dan katakanlah, “Bekerjalah kamu, maka Allah akan melihat pekerjaanmu, begitu juga Rasul-Nya dan orang-orang mukmin, dan kamu akan dikembalikan kepada (Allah) Yang

Mengetahui yang gaib dan yang nyata, lalu diberitakan-Nya kepada kamu apa yang telah kamu kerjakan.”” (Q.S. At-Taubah:105).

### **Kepuasan Nasabah**

Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang ketika memperoleh suatu produk atau jasa dan membandingkan kinerja produk atau jasa yang diperoleh dengan harapan menerima produk atau jasa yang lebih baik (Rosnaini, 2019).

Persepsi harapan pelanggan menentukan kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan. Pengalaman pelanggan ketika mencoba suatu produk atau menerima layanan berdampak pada persepsi mereka tentang produk atau layanan tersebut. Produk atau layanan yang diterima oleh pelanggan berkualitas tinggi, pelanggan lebih mungkin memiliki kesan positif dan sebagai hasilnya tingkat kepuasan akan lebih tinggi. Besarnya kepuasan ditentukan oleh lima kriteria: kualitas produk, kualitas layanan, aspek emosional, harga, dan biaya sebagai berikut (Wahyuningsih & Janah, 2018):

- 1) Kualitas produk, Jika hasil evaluasi menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan memiliki kualitas yang baik, konsumen akan puas terhadap produk tersebut.
- 2) Kualitas pelayanan, khususnya dalam industri jasa. Pelanggan akan puas jika mendapat layanan yang sangat baik atau sesuai yang diharapkan.
- 3) Faktor emosional, pelanggan yang bangga yakin bahwa orang lain akan terkesan jika mereka menggunakan produk dari merek tertentu.
- 4) Harga, Produk dengan kualitas yang sama akan memiliki harga yang lebih rendah dan memberikan nilai yang lebih besar kepada pelanggannya.
- 5) Biaya dan kemudahan agar barang atau jasa dapat diperoleh. Pelanggan yang tidak perlu membayar biaya tambahan atau kehilangan waktu untuk mendapatkan produk atau layanan cenderung lebih puas. Pelanggan puas dengan kemudahan yang didapat melalui layanan perbankan, misalnya ATM.

### **Mobile Banking**

*Mobile banking* adalah layanan yang memungkinkan nasabah bank untuk melakukan transaksi menggunakan *smartphone* atau ponsel mereka. Nasabah dapat mengakses layanan *mobile banking* melalui menu pada kartu SIM (*Subscriber Identity Module*), USSD (*Unstructured Supplementary Service Data*), atau melalui aplikasi yang dapat diunduh dan diinstal. Dibandingkan dengan SMS banking, *mobile banking* lebih nyaman karena nasabah tidak perlu mengetahui struktur pesan SMS yang akan dikirimkan ke bank atau nomor tujuan SMS banking. (Otoritas Jasa Keuangan, 2015).

### **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Variabel terikat di penelitian ini adalah kepuasan nasabah pada mobile banking BSI. Variabel Bebas yang digunakan adalah kualitas layanan dalam perspektif Islam. Analisis regresi linear berganda digunakan untuk menjawab pertanyaan penelitian. Lokasi penelitian ini dilaksanakan di Politeknik Negeri Medan, Jl. Almamater No. 1, Padang bulan, Medan Baru, Kota Medan, Sumatera Utara.

Adapun rancangan penelitian ini sebagai berikut:

1. Menentukan populasi adalah populasi dalam penelitian ini adalah nasabah PT BSI wilayah Sumatera Utara yang merupakan Mahasiswa D4 Keuangan dan Perbankan Syariah Politeknik Negeri Medan yang menggunakan mobile banking BSI.
2. Mempersiapkan pedoman kuisisioner adalah peneliti akan mempersiapkan pertanyaan kuisisioner untuk mendapat penilaian informasi terkait pertanyaan penelitian dengan menggunakan indikator penilaian dari dimensi yang diturunkan dari variabel penelitian.

Pengumpulan data adalah suatu cara mengumpulkan informasi secara sistematis dan teratur untuk memperoleh data yang diperlukan (Ikhsan et al., 2014). Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuisisioner/angket dan studi kepustakaan. Kuisisioner pada penelitian ini berupa daftar

## Konferensi Nasional Sosial dan Engineering Politeknik Negeri Medan Tahun 2022

pernyataan tertulis yang disebarakan kepada responden yang nasabah PT BSI wilayah Sumatera Utara yang merupakan Mahasiswa D4 Keuangan dan Perbankan Syariah Politeknik Negeri Medan yang menggunakan *mobile banking* BSI. Pernyataan direspon dalam bentuk skala likert, yang diungkapkan melalui kata-kata misalnya: sangat setuju, setuju, ragu-ragu/netral, kurang setuju, dan tidak setuju.

Studi kepustakaan adalah prosedur untuk mengumpulkan informasi yang diperlukan untuk menyelesaikan proyek penelitian. Studi ini memanfaatkan perpustakaan dan sumber online untuk mengumpulkan informasi.

Teknik analisis data yang digunakan adalah Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menjawab pertanyaan penelitian pertama, sedangkan koefisien determinasi dan koefisien korelasi digunakan dan disempurnakan dengan analisis faktor untuk menjawab pertanyaan penelitian kedua. *software statistical product and service solution* (SPSS) membantu analisis data dengan analisis regresi linear sederhana dan koefisien korelasi.

Regresi linier sederhana adalah teknik statistik yang mengevaluasi kekuatan hubungan sebab akibat antara variabel pengaruh dan variabel faktor penyebab (X). Variabel Efek biasanya dilambangkan dengan Y atau juga dikenal sebagai Respon, sedangkan Faktor Penyebab biasanya dilambangkan dengan X atau Prediktor. SLR (*Simple Linear Regression*), yang sering disingkat SLR, adalah metode statistik lain yang digunakan dalam manufaktur untuk mengantisipasi atau memprediksi karakteristik kualitas dan kuantitas. (Ghodang & Hantono, 2020).

Tujuan dari analisis korelasi adalah untuk mengetahui kekuatan hubungan linier (hubungan) antara dua variabel (Ghozali, 2016). Korelasi terbagi dua yaitu adalah korelasi positif dan negatif. Korelasi menggambarkan hubungan yang sama antara variabel dalam arah yang sama, menyiratkan bahwa jika satu variabel besar, variabel lainnya juga akan sama. Sebaliknya ditunjukkan oleh korelasi negatif, yang menunjukkan bahwa jika satu variabel memiliki nilai yang besar, yang lain akan memiliki nilai yang lebih rendah. Angka korelasi berkisar antara 0 (nol) sampai dengan 1 (satu). Kuat atau lemahnya hubungan antar variabel ditentukan oleh besarnya nilai korelasi.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Analisis Regresi Linear Sederhana

Tabel 2. Hasil Regresi Linear Sederhana

		Coefficients <sup>a</sup>					Correlations		
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients					
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Zero-order	Partial	Part
1	(Constant)	.053	.402		.131	.896			
	Kualitas Layanan dalam Perspektif Islam	.986	.091	.809	10.849	.000	.809	.809	.809

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber: data diolah dengan SPSS 25

$$\text{Kepuasan Nasabah} = 0,53 + 0,986 \text{ KL}$$

Dari rumus regresi di atas maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Nilai konstanta sebesar -0,53 menyatakan bahwa apabila tidak ada nilai kualitas layanan dalam perspektif Islam serta kepercayaan maka nilai kepuasan sama dengan -0,53 atau dalam kata lain nasabah tidak puas saat menggunakan aplikasi *Mobile banking* BSI.
2. Nilai koefisien 0,986 menandakan bahwa variabel kualitas layanan memiliki hubungan terhadap kepuasan nasabah, dan apabila nilai variabel kualitas layanan mengalami kenaikan sebesar 1

satuan maka kepuasan nasabah dalam menggunakan aplikasi aplikasi *Mobile banking* BSI meningkat sebesar 0,986 satuan.

**Tabel 3.** Hasil Koefisien Korelasi

<b>Correlations</b>			
		Kualitas Layanan dalam Perspektif Islam	Kepuasan Nasabah
Kualitas Layanan dalam Perspektif Islam	Pearson Correlation	1	.809**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	64	64
Kepuasan Nasabah	Pearson Correlation	.809**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	64	64

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: data diolah dengan SPSS 25

Berdasarkan tabel 3 dapat dilihat bahwa variabel kualitas layanan dalam perspektif islam memiliki nilai korelasi sebesar 0,809 yang artinya kualitas layanan dalam perspektif islam berpengaruh sangat kuat secara parsial terhadap kepuasan nasabah pada *Mobile banking* BSI.

#### **Pengaruh Kualitas Layanan dalam Perspektif Islam terhadap Kepuasan Nasabah pada *Mobile banking* BSI**

Berdasarkan hasil perhitungan regresi yang terdapat pada tabel 2 hasil analisis regresi linier sederhana menunjukkan besarnya koefisien regresi untuk variabel kualitas layanan dalam perspektif islam menunjukkan tanda positif yaitu 0,986. Nilai koefisien 0,986 menandakan bahwa variabel kualitas layanan memiliki hubungan linear secara positif terhadap kepuasan nasabah, dan apabila nilai variabel kualitas layanan mengalami kenaikan sebesar 1 satuan maka kepuasan nasabah dalam menggunakan aplikasi aplikasi *Mobile banking* BSI meningkat sebesar 0,896 satuan. Uji ini menunjukkan bahwa hasilnya sesuai dengan hipotesis kualitas layanan dalam perspektif Islam pada produk *mobile banking* BSI berpengaruh linear secara positif terhadap kepuasan nasabah PT BSI.

Berdasarkan hasil perhitungan koefisien korelasi yang terdapat pada tabel 3 maka diketahui bahwa nilai koefisien korelasi sebesar 0,809 atau 80,9% menunjukkan adanya hubungan yang sangat kuat antara variabel independen dengan variabel dependen karena mendekati angka 1. Hal ini berarti kualitas layanan dalam perspektif islam memiliki hubungan yang sangat kuat dengan kepuasan nasabah pada *Mobile banking* BSI.

Pengaruh positif berarti memiliki pengaruh yang searah dengan kepuasan nasabah pada *Mobile banking* BSI atau dengan kata lain semakin tinggi kualitas layanan dalam perspektif islam akan berpengaruh terhadap semakin tinggi kepuasan nasabah pada *Mobile banking* BSI demikian sebaliknya jika semakin rendah kualitas layanan dalam perspektif islam maka akan menyebabkan kepuasan nasabah pada *Mobile banking* BSI semakin rendah.

Menurut Wahyuningsih & Janah, Kepuasan nasabah adalah hasil dari kemampuan penyedia produk untuk memenuhi harapan nasabah, dan dapat mempengaruhi sikap, pembelian berulang dan loyalitas karena nasabah yang puas lebih loyal. Perkembangan teknologi yang pesat, tidak dapat dipungkiri telah menimbulkan pandangan negatif, yaitu berkembangnya kejahatan yang lebih maju yang dikenal sebagai cybercrime, serta penggunaan teknologi informasi dan komputer yang canggih oleh para penjahat untuk tujuan pencucian uang dan kejahatan yang menyebabkan kejahatan yang menimbulkan kekhawatiran dan tidak percayanya nasabah dalam menggunakan *electronic banking*.

## Konferensi Nasional Sosial dan Engineering Politeknik Negeri Medan Tahun 2022

Keadaan tersebut sejalan dengan teori Wibowo yang menyebutkan bahwa Berusaha memberikan nilai tambah dan pelayanan merupakan hal yang lebih penting. Pasalnya, dari sudut pandang islam, pendapatan merupakan produk sampingan dari pelayanan dalam perspektif islam. Semakin besar manfaat pelayanan yang diberikan kepada nasabah, semakin besar pula potensi pendapatan yang akan diterima oleh nasabah.

Penelitian terdahulu yang diteliti oleh Putri pada tahun 2021 juga sejalan dengan hasil penelitian ini bahwa kualitas layanan dalam perspektif Islam memiliki hubungan yang positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada *Mobile banking*, sehingga dapat disimpulkan bahwa hasil penelitian ini sesuai dengan teori dan penelitian terdahulu.

### **SIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan melalui tahap pengumpulan data, pengolahan data serta analisis data yang mengacu pada masalah dan tujuan penelitian, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa Kualitas Layanan dalam Perspektif Islam pada produk *Mobile banking* BSI memiliki pengaruh positif yang sangat kuat terhadap kepuasan nasabah PT BSI, ditunjukkan dengan nilai koefisien korelasi sebesar 0,809.

### **UCAPAN TERIMA KASIH**

Terima Kasih Kepada Politeknik Negeri Medan melalui Pusat Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (P3M) yang telah mendanai penelitian ini.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Ghodang, H., & Hantono. (2020). *Metodologi Penelitian Kuantitatif (Konsep Dasar dan Aplikasi Analisis Regresi dan Jalur dengan SPSS)*. Penerbit Mitra Grup.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IMB SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Dipenogoro.
- Ikhsan, A., Muhyarsyah, Tanjung, H., & Oktaviani, Ay. (2014). *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi dan Manajemen*. Citapustaka Media.
- Nadia, S., Ibrahim, A., & Jalilah, J. (2019). Analisis Hambatan Pertumbuhan Perbankan Syariah Di Indonesia (Kajian Terhadap Perbankan Syariah Di Aceh). *JIHBIZ: Global Journal of Islamic Banking and Finance.*, 1(2), 153. <https://doi.org/10.22373/jihbiz.v1i2.8575>.
- Nugraha, T. P., Parlyna, R., & Hidayat, N. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Aplikasi Pembayaran X* (Vol. 2, Issue 2).
- Otoritas Jasa Keuangan. (2015). *Bijak Ber-ebanking*. In *Bijak Ber-ebanking*. [https://www.ojk.go.id/Files/box/buku\\_bijak\\_ber-ebanking.pdf](https://www.ojk.go.id/Files/box/buku_bijak_ber-ebanking.pdf).
- Parakkasi, D. I. H. I. (2020). *Pemasaran Syariah Era Digital*. Penerbit Lindan Bestari.
- Rosnaini. (2019). *Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan* (Issue May 2017). Global Research And Consulting Institute.
- Wahyuningsih, N., & Janah, N. (2018). Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Menggunakan Internet Banking Pada Bank Muamalat. In *Al-Amwal: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syari'ah* (Vol. 10, Issue 2). <https://doi.org/10.24235/amwal.v10i2.3596>.
- Wibowo, A. S. (2020). *The Islamic Way of Happiness*. Elex Media Komputindo.