

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Industri perbankan syariah di Indonesia telah mengalami peningkatan dan pengembangan yang signifikan dalam kurun tiga dekade ini. Inovasi produk, peningkatan layanan, serta pengembangan jaringan menunjukkan *trend* yang positif dari tahun ke tahun. Bahkan, semangat untuk melakukan percepatan juga tercermin dari banyaknya Bank Syariah yang melakukan aksi korporasi. Tidak terkecuali dengan Bank Syariah yang dimiliki Bank BUMN, yaitu Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah. Puncak dari pemanfaatan potensi dari perbankan syariah di Indonesia ini terjadi pada tahun 2021.¹

Sejarah bergabungnya Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah menjadi satu entitas yaitu Bank Syariah Indonesia (BSI) terjadi pada 1 Februari 2021 yang bertepatan dengan 19 Jumadil Akhir 1442 H. Penggabungan ketiga bank syariah ini akan menyatukan kelebihan dari ketiga Bank Syariah sehingga menghadirkan layanan yang lebih lengkap, jangkauan lebih luas, serta memiliki kapasitas permodalan yang lebih baik. Didukung sinergi dengan perusahaan induk (Mandiri, BNI, BRI) serta komitmen pemerintah melalui Kementerian BUMN, Bank Syariah Indonesia didorong untuk dapat bersaing di tingkat global.² Oleh karena itu, BSI adalah salah satu

¹Ahmad Firdaus Lingga, "Analisis Potensi Kelas Menengah Muslim Indonesia sebagai Pasar bagi Bank Syariah Indonesia (BSI)". JIKEM: Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi dan Manajemen, Vol. 2, No. 2, 2022, hlm. 3367.

² Bank Syariah Indonesia (BSI), *Sejarah Perseroan*, Diakses melalui <https://ir.bankbsi.co.id/corporatehistory.html> pada tanggal 05 September 2023

pemain utama dalam industri ini dan berusaha untuk mempertahankan dan meningkatkan jumlah nasabahnya. Untuk mencapai tujuan ini, BSI perlu memahami faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah, karena loyalitas nasabah merupakan faktor kunci dalam kesuksesan jangka panjang sebuah bank.

Perkembangan teknologi saat ini berkembang sangat pesat dengan kualitas yang semakin canggih, perkembangan teknologi ini pun tampaknya mempengaruhi kehidupan di semua sektor, tak terkecuali sektor perbankan. Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi berpengaruh terhadap perubahan perilaku dan kebiasaan masyarakat, mereka terdorong untuk mencari solusi praktis dan cepat dalam setiap aktivitas. Perkembangan perbankan saat ini memberikan dan menawarkan kemudahan bagi nasabah yang membutuhkan pelayanan perbankan. Pemanfaatan teknologi informasi ini menjadi suatu kebutuhan untuk mendukung perkembangan bisnis sehingga pemanfaatan teknologi secara tepat pun harus diperhatikan agar risiko yang terjadi dapat diminimalkan.³

Berdasarkan hasil survey Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) tingkat penetrasi Internet Indonesia sepanjang tahun 2022-2023 mencapai 78,19%, sehingga jumlah penduduk Indonesia yang terkoneksi dengan Internet di tahun 2022-2023 sebanyak 215.626.156 jiwa dari total populasi sebesar 275.773.901 jiwa. Apabila dibandingkan dengan survei APJII

³ Putri Mauliddina, Dama Mustika, dan Anis Mahmudah Dariati, "Pengaruh Kualitas Layanan *Mobile Banking* terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) di Rumah Sakit Thursina". *Finest: Jurnal Riset dan Pengembangan Ekonomi Islam*, Vol. 6, No. 1, 2022, hlm. 80.

periode sebelumnya, tingkat penetrasi Internet Indonesia tahun ini mengalami peningkatan sebesar 1.17%.⁴

Sektor perbankan di Indonesia dalam konteks revolusi teknologi informasi yang terus berkembang menghadapi transformasi signifikan dalam cara layanan disajikan kepada nasabah. Salah satu dampak utama dari perkembangan ini adalah peningkatan penggunaan layanan perbankan berbasis teknologi, seperti *mobile banking*. Dalam era digital saat ini, *mobile banking* telah menjadi salah satu sarana yang sangat penting dalam memberikan pelayanan kepada nasabah. *Mobile banking* memungkinkan nasabah untuk mengakses layanan perbankan secara mudah dan nyaman melalui perangkat seluler mereka.⁵ Pemanfaatan layanan *mobile banking* memberikan dampak positif dalam meningkatkan efisiensi, efektivitas, serta produktivitas bagi masyarakat yang menghadapi rutinitas padat.⁶

Adapun *mobile banking* yang dimiliki Bank Syariah Indonesia (BSI) adalah BSI *Mobile*, keunggulan *mobile banking* BSI atau BSI *Mobile* ini adalah tersedianya aplikasi BSI *Mobile* yang memungkinkan nasabah dengan mudah melakukan tugas perbankan yang dapat dilakukan di mana saja dan kapan saja. Pada Bank Syariah Indonesia (BSI), *mobile banking* merupakan solusi modern yang memungkinkan nasabah untuk mengakses rekening, mentransfer dana, membayar tagihan, dan melakukan berbagai transaksi perbankan lainnya secara *online*.⁷

⁴ APJII, *Survei APJII Pengguna Internet di Indonesia Tembus 215 Juta Orang*, Diakses melalui <https://apjii.or.id/berita/d/survei-apjii-pengguna-internet-di-indonesia-tembus-215-juta-orang> pada tanggal 30 Agustus 2023.

⁵ Muammar Arafat Yusmad, *Aspek Hukum Perbankan Syariah dari Teori ke Praktik* (Yogyakarta: Deepublish, 2018), hlm. 79.

⁶ M Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah* (Bandung: Alfabeta, 2017), hlm. 213.

⁷ Dinda Ayu Agustina dan Diah Krisnaningsih, "Pengaruh Penggunaan BSI *Mobile* terhadap Kepuasan Nasabah di BSI Cabang Jenggolo". *Jurnal Tabarru: Islamic Banking and Finance*, Vol. 6, No. 1, 2023, hlm. 181.

Mobile banking memberikan nasabah fleksibilitas yang lebih besar dalam mengelola keuangan mereka. Oleh karena itu, untuk mempertahankan dan meningkatkan jumlah nasabah yang menggunakan *mobile banking*, BSI harus memastikan bahwa ragam produk yang ditawarkan melalui platform ini cukup menarik dan kualitas pelayanan *mobile banking* memadai agar dapat menciptakan peluang baru dalam membentuk loyalitas nasabah. Loyalitas pelanggan memegang komitmen untuk membeli kembali produk atau layanan yang disukai secara konsisten di masa depan, meskipun ada pengaruh situasional dan upaya pemasaran yang berpotensi menyebabkan peralihan perilaku.⁸

Terdapat beberapa faktor yang bisa mempengaruhi loyalitas pelanggan, menurut Swastha dan Irawan faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan meliputi harga, penggolongan dan keragaman produk/jasa, kualitas pelayanan, desain tempat, lokasi, dan promosi.⁹ Dari sini dapat diketahui bahwa keragaman produk menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan, dengan adanya keragaman produk yang banyak, maka akan memudahkan konsumen atau pelanggan dalam memilih dan membeli berbagai macam produk sesuai dengan keinginan mereka.

Keragaman produk merupakan keputusan mengenai kedalaman dan kelebaran keragaman produk, variasi dari setiap produk serta kualitas produk tersebut. Di samping keragaman produk yang menunjukkan lebih banyak

⁸ Hary Irvan Tarigan, Yulinda Manurung, dan Winida Marpaung, "Loyalitas Pelanggan dan Kualitas Pelayanan pada Pelanggan Jasa Transportasi *Online*". *Jurnal Philanthropy: Journal of Psychology*, Vol. 3, No. 1, 2019, hlm 35.

⁹ Basu Swastha dan Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern*, Edisi Kedua (Yogyakarta: Liberty, 2008), hlm. 122.

pilihan yang tersedia, kemungkinan terpenuhi kebutuhan pun lebih besar, sehingga para konsumen tidak perlu menghamburkan waktu dan tenaga untuk mencari produk yang diinginkan. Salah satu cara yang harus dilakukan dalam mempertahankan dan meningkatkan loyalitas pelanggan adalah ragam produk yang disediakan oleh perusahaan.¹⁰ Oleh karena itu, perusahaan harus membuat keputusan yang tepat mengenai keragaman produk yang dijual, karena dengan adanya macam-macam produk dalam arti produk yang lengkap mulai dari merek, ukuran, kualitas, dan ketersediaan produk.

Memperhatikan keragaman produk, perusahaan juga harus berupaya untuk memberikan pelayanan yang baik, sebab pelayanan yang berkualitas merupakan salah satu cara untuk menarik dan mempertahankan konsumen. Pelayanan harus diperhatikan karena dalam memilih suatu produk atau jasa, konsumen selalu berupaya untuk memaksimalkan nilai yang dirasakan. Apabila konsumen merasa nilai yang dirasakan lebih tinggi daripada yang diharapkan, maka konsumen akan merasa puas dan cenderung akan loyal.¹¹

Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan untuk memenuhi keinginan konsumen. Sudah menjadi kewajiban perusahaan untuk memberikan pelayanan yang baik dalam menghadapi konsumen. Perusahaan harus mampu meninjau kembali hal-hal yang dibutuhkan konsumen dan melakukan upaya yang maksimal dalam memberikan pelayanan yang terbaik.¹²

¹⁰ Zunita Rohmawati, "Kualitas, Harga dan Keragaman Produk terhadap Loyalitas Pelanggan". *JRE: Jurnal Riset Entrepreneurship*, Vol. 1, No. 2, 2018, hlm. 19.

¹¹ *Ibid.*, hlm. 20

¹² Joko Bagio Santoso, "Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen (Studi pada Konsumen Geprek Benu Rawamangun)". *Jurnal Akuntansi dan Manajemen*, Vol. 16, No. 1, 2019, hlm. 129.

Keragaman produk dan kualitas pelayanan diharapkan dapat menarik konsumen serta membuat konsumen loyal terhadap perusahaan. Selain itu, keragaman produk, kualitas pelayanan, loyalitas nasabah, dan kepuasan konsumen juga memiliki hubungan yang erat dikarenakan produk yang baik harus diimbangi dengan pelayanan yang baik. Jika produk sudah baik dan beragam namun pelayanan yang diberikan buruk, konsumen akan merasa tidak puas dan kecewa serta loyalitas konsumen pun akan menurun. Begitupun sebaliknya, pelayanan yang baik tidak ada artinya jika tidak diimbangi dengan kualitas maupun keragaman produk yang baik yang sesuai dengan harapan konsumen. Semakin tinggi tingkat kualitas, maka semakin tinggi pula kepuasan nasabah yang dihasilkan.¹³

Kepuasan pelanggan sebagai ukuran sampai sejauh mana harapan pelanggan tersebut dapat dipenuhi oleh transaksi yang dilakukan. Sedangkan loyalitas pelanggan sebagai ukuran seberapa besar kecenderungan pelanggan untuk melakukan transaksi kembali selanjutnya dan loyalitas juga mengukur tingkat keinginan pelanggan tersebut untuk melakukan berbagai aktivitas positif sebagai mitra perusahaan dalam pemasaran dengan memberikan rekomendasi yang positif tentang perusahaan yang baik kepada orang lain.¹⁴

Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa nasabah Bank Syariah Indonesia di Kota Tasikmalaya, di dapat informasi bahwa sejauh ini produk dan pelayanan *mobile banking* Bank Syariah Indonesia cukup baik dimana terdapat berbagai fitur yang memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi seperti

¹³ Anita Puspasari, "Pengaruh Kualitas Produk terhadap *Word of Mouth* melalui Kepuasan Pelanggan". *Jurnal Ilmu Manajemen*, Vol. 2, No. 4, 2018, hlm. 1738.

¹⁴ Khamdan Rifa'i, *Membangun Loyalitas Pelanggan* (Jember: IAIN Jember, 2019), hlm. 42.

penarikan dana, transfer, *top up e-wallet* dan sebagainya. Selain itu, pada *mobile banking* Bank Syariah Indonesia juga terdapat fitur untuk pembukaan rekening, layanan Islami, berbagi ziswaf, pemberitahuan waktu shalat atau bisa cek waktu shalat, arah kiblat, dan lain-lain.

Adapun kendala yang di alami yaitu aplikasi yang terkadang *error* apalagi saat melakukan *transfer* terlalu malam biasanya muncul layanan tidak tersedia, terkadang juga saat sedang membuka aplikasi BSI *Mobile* tiba-tiba keluar dari aplikasi dengan sendirinya, selain itu menurut nasabah terdapat fitur yang kurang seperti pembelian pulsa belum terlalu lengkap, dimana tidak terdapat nominal Rp. 5.000 dan Rp. 10.000, yang tersedia hanyalah Rp. 15.000 keatas. Beberapa pengguna juga mengalami kesulitan dalam navigasi aplikasi karena fitur terkesan membingungkan dan belum terkategori dengan baik ke dalam menu dan submenu, arah kiblat juga terkadang berubah-ubah, serta apabila ingin mengganti nomor telepon yang digunakan untuk BSI *Mobile* pun cukup rumit dan harus datang ke kantor BSI.¹⁵

Bank Syariah Indonesia (BSI) pada bulan Mei diduga terkena serangan siber *ransomware* yang dimana peretas mengenkripsi data-data berharga milik target kemudian meminta sejumlah uang untuk membukanya kembali. Serangan *ransomware* ini membuat sistem layanan perbankannya mengalami gangguan selama sehari-hari, mulai dari layanan *mobile banking* hingga Anjungan Tunai Mandiri (ATM). Kejadian tersebut tentunya membuat resah para nasabah.

Dampak lumpuhnya layanan BSI sangat dirasakan nasabah dikarenakan nasabah kesulitan *login* ke aplikasi untuk melakukan pengecekan saldo hingga transaksi digital. Berbagai proses transaksi yang harus

¹⁵ Wawancara dengan Dewi Anggarani, Nadya Putrie Handayani, dan Annisa Nurjanah selaku nasabah Bank Syariah Indonesia, tanggal 31 Agustus 2023 di Universitas Siliwangi Tasikmalaya.

menggunakan BSI gagal karena sistem yang bermasalah, hal ini membuat para karyawan merasa kesal dikarenakan gaji yang disimpan di rekening BSI belum bisa diambil sehingga terpaksa harus meminjam uang terlebih dahulu ke saudara dan yang lainnya. Selain itu, akibat dari peristiwa ini membuat loyalitas nasabah menurun dikarenakan beberapa nasabah mengalami kerugian seperti pelaku usaha mengalami rugi apalagi nasabah yang berjualan *online* dikarenakan jualan *online* bergantung pada aplikasi *mobile Banking*, penarikan uang yang terpotong namun tidak keluar dari ATM, transaksi yang dilakukan oleh nasabah melalui BSI *Mobile* berkurang, sebagian nasabah mengalihkan saldonya ke Bank lain bahkan ada beberapa nasabah yang berkeinginan untuk beralih ke Bank lain atau tidak menggunakan BSI kembali karena merasa takut untuk melakukan transaksi melalui BSI.¹⁶

Selain itu, berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa nasabah Bank Syariah Indonesia di Kota Tasikmalaya, saat terjadi gangguan layanan BSI membuat mereka cukup resah dikarenakan mereka menyimpan semua uangnya di rekening BSI apalagi banyak berita-berita negatif yang tersebar yang mengatakan bahwa saldo di rekening bisa hilang sehingga membuat mereka cukup panik. Oleh karena itu, dengan terjadinya hal ini bisa mengakibatkan loyalitas dan kepuasan nasabah pun menurun, dikarenakan nasabah mengalami kesulitan untuk mengecek saldo hingga melakukan berbagai transaksi digital apalagi kejadian ini terjadi selama sehari-hari sehingga mereka tidak dapat melakukan penarikan uang maupun melakukan transfer uang.¹⁷

¹⁶ BBC News Indonesia, BSI Diduga Kena Serangan Siber, Pengamat Sebut Sistem Pertahanan Bank ‘Tidak Kuat’, Diakses melalui <https://www.bbc.com/indonesia/articles/cn01gdr7eero.amp> pada tanggal 01 September 2023.

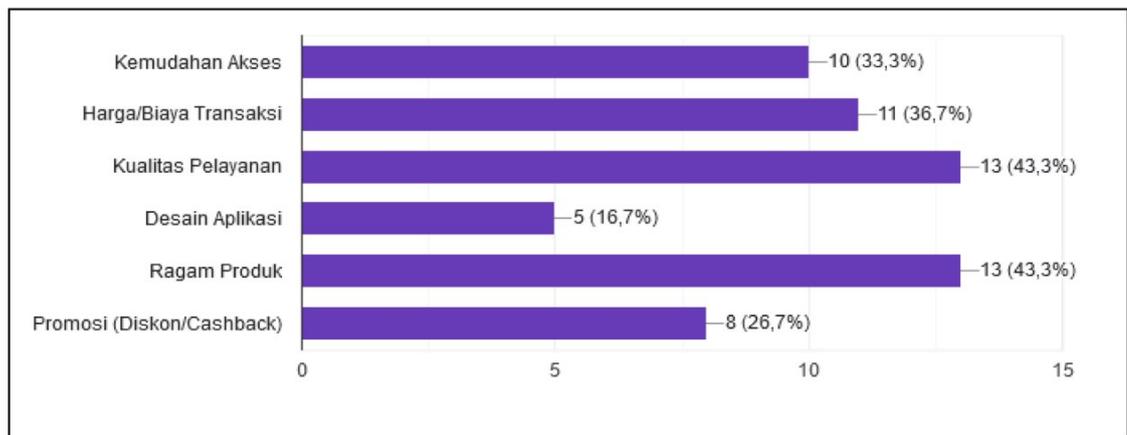
¹⁷ Wawancara dengan Hesti Apriliani dan Naza Adrian selaku nasabah Bank Syariah Indonesia, tanggal 31 Agustus 2023 di Tamansari Kota Tasikmalaya.

Adapun hasil wawancara dengan nasabah Bank Syariah Indonesia di Kota Tasikmalaya lainnya sebelum Bank Syariah melakukan merger, mereka selalu merasa puas menggunakan Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah sehingga mereka sering melakukan transaksi berkali-kali tanpa kendala apapun, namun setelah Bank Syariah melakukan merger mereka terkadang merasa kecewa dikarenakan proses aktivasi BSI *Mobile* yang rumit dan tidak efisien dimana nasabah diharuskan memiliki pulsa untuk proses verifikasi dan lainnya, proses ini lebih rumit dibandingkan *M-Banking* yang lain.

Sistem BSI juga sering terjadi error seperti gagal saat melakukan transfer penting, pembayaran listrik, pembayaran menggunakan Qris, dan lainnya. Beberapa nasabah menilai bahwa penanganan keluhan mengenai BSI *Mobile* tidak responsif dan efisien, dampak permasalahan tersebut beberapa nasabah tidak melakukan transaksi melalui BSI kembali, tidak menyimpan dananya di BSI lagi, mengalihkan semua dananya ke Bank lain, bahkan beralih ke bank konvensional atau bank swasta lainnya.¹⁸

Selain melakukan wawancara peneliti juga melakukan penyebaran kuesioner kepada nasabah Bank Syariah Indonesia di Kota Tasikmalaya, hasil studi pendahuluan yang peneliti lakukan dengan menyebarkan kuesioner untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah BSI dan kepuasan nasabah BSI menggunakan *mobile banking* didapat 30 responden dengan hasil sebagai berikut:

¹⁸ Wawancara dengan Ratna Dewi, Anggi Lestari, Riana Enggawati, Dede Amina, dan Rita Januarita selaku nasabah Bank Syariah Indonesia, tanggal 08 November 2023 di Kantor BSI KCP HZ Musthofa Tasikmalaya

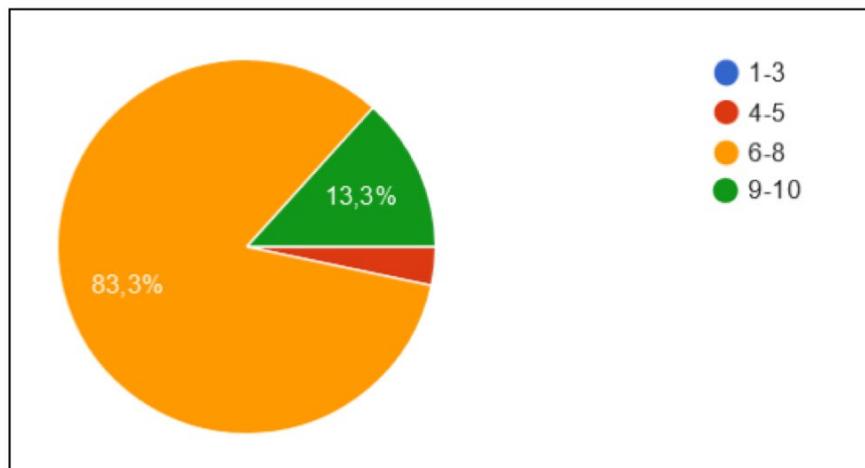


Sumber: Hasil Kuesioner Studi Pendahuluan (2023)

Gambar 1.1 Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah Menggunakan BSI Mobile

Gambar 1.1 di atas menyatakan bahwa ada beberapa faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah dalam menggunakan *mobile banking* Bank Syariah Indonesia, namun faktor yang paling mendominasi yaitu Ragam Produk dan Kualitas Pelayanan dengan 43,3% responden. Beberapa alasan responden memilih kedua faktor tersebut dikarenakan keragaman produk yang disediakan *mobile banking* BSI sesuai dengan kebutuhan sehingga nasabah merasa terbantu dengan adanya keragaman produk pada *mobile banking* BSI tersebut, selain itu karena dengan produk yang beragam nasabah memiliki banyak pilihan untuk menggunakan produk sesuai dengan kebutuhannya, dan hal ini tidak menjadikan alasan untuk nasabah menggunakan produk-produk di bank lain, karena BSI memiliki berbagai produk yang dapat membantu permasalahan nasabah. Serta ditambah dengan kualitas pelayanan yang baik (Islami) tidak membuat nasabah ragu untuk selalu setia terhadap BSI.

Adapun nilai yang diberikan nasabah dalam mengukur kepuasan mereka menggunakan BSI *Mobile* sebagai berikut:



Sumber : Hasil Kuesioner Studi Pendahuluan (2023)

Gambar 1.2 Nilai Kepuasan Nasabah dalam Menggunakan BSI *Mobile*

Dari gambar 1.2 tersebut terlihat bahwa 83,3% nasabah memberikan nilai 6-8 untuk kepuasannya dalam menggunakan BSI *Mobile*, alasan yang diberikan nasabah dalam hal ini dikarenakan fitur pada BSI *Mobile* sudah cukup lengkap, jelas, dan mudah untuk digunakan. Tetapi masih ada beberapa hal yang harus diperhatikan seperti seringkali aplikasi *loading*. Selain itu, nasabah juga membutuhkan kemudahan transaksi dan hal tersebut sudah terpenuhi. Namun, ada sedikit yang perlu ditingkatkan yaitu kerjasama dengan *e-money* yang lain dan keragaman produk yang lain seperti pembelian pulsa dengan nominal yang tidak hanya dari Rp. 15.000 tetapi juga ada yang nominal dibawah itu, *mobile banking* yang terkadang *error* juga menyebabkan sedikit berkurangnya kepuasan nasabah terhadap penggunaan BSI *Mobile*.¹⁹

Berdasarkan hasil penelitian Muhammad Zakiy dan Evrita Putri Azzahroh dengan judul “Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah dengan Kepuasan Nasabah sebagai Variabel *Intervening*” di dapat bahwa kualitas layanan berpengaruh positif terhadap

¹⁹ Nasabah Bank Syariah Indonesia di Kota Tasikmalaya, Hasil Kuesioner Studi Pendahuluan dari tanggal 31 Agustus 2023-07 September 2023.

kepuasan nasabah, kepuasan nasabah berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah, dan kepuasan nasabah memediasi pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah.²⁰

Namun, pada penelitian lain memiliki hasil penelitian yang berbeda, penelitian ini dilakukan oleh Nurul Hidayah, dkk dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kemudahan Transaksi dan Fitur Produk terhadap Kepuasan Nasabah dalam Penggunaan BSI *Mobile Banking*” hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh negatif signifikan terhadap kepuasan nasabah, kemudahan transaksi berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah, serta fitur produk berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah.²¹

Adapun penelitian lainnya yang dilakukan Mochamad Yusuf, dkk dengan judul “Pengaruh Citra Merek, Kualitas Layanan, dan *Digital Banking* terhadap Loyalitas Nasabah melalui Kepuasan Nasabah sebagai Variabel *Intervening* pada PT Bank Syariah Indonesia Cabang Pekalongan Pemuda”, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah, *digital banking* tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah, citra merek berpengaruh dan signifikan terhadap loyalitas nasabah, kualitas layanan tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap loyalitas nasabah, *digital banking* berpengaruh dan signifikan terhadap loyalitas nasabah, kepuasan nasabah berpengaruh dan signifikan terhadap loyalitas nasabah.²²

²⁰ Muhammad Zakiy dan Evrita Putri Azzahroh, “Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah dengan Kepuasan Nasabah sebagai Variabel Intervening”. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, Vol. 3, No. 1, 2017, hlm. 35.

²¹ Nurul Hidayah, dkk "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kemudahan Transaksi dan Fitur Produk terhadap Kepuasan Nasabah dalam Penggunaan BSI *Mobile Banking*," *Jurnal Al-Iqtishod: Jurnal Ekonomi Syariah*, Vol. 4, No. 2, 2022, hlm. 156–157.

²² Mochamad Yusuf, Muhammad Aris Syafi'i, dan Tamamudin, "Pengaruh Citra Merek, Kualitas Layanan, dan *Digital Banking* terhadap Loyalitas Nasabah melalui Kepuasan Nasabah

Penelitian terdahulu yang telah dipaparkan sebelumnya terdapat perbedaan hasil penelitian dimana penelitian oleh Muhammad Zakiy dan Evrita Putri Azzahroh variabel kualitas layanannya berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah dan kepuasan nasabah berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah, sedangkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Nurul Hidayah, dkk kualitas pelayanan berpengaruh negatif signifikan terhadap kepuasan nasabah, fitur produk berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah. Selain itu, hasil penelitian yang dilakukan oleh Mochamad Yusuf, dkk didapat hasil bahwa kualitas layanan tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah, serta kepuasan nasabah berpengaruh dan signifikan terhadap loyalitas nasabah.

Peneliti juga menggunakan variabel kepuasan sebagai variabel *intervening* dikarenakan kepuasan pelanggan merupakan sebuah perbandingan dari apa yang diharapkan pelanggan dengan apa yang telah diterima pelanggan, apabila apa yang diterima oleh pelanggan melebihi harapannya maka pelanggan tersebut dapat meraih kepuasan sehingga dapat menimbulkan sebuah loyalitas nasabah, dan sebaliknya apabila harapan pelanggan lebih tinggi dari yang diterima maka pelanggan tersebut belum terpuaskan.

Tjiptono dan Chandra menyatakan dengan adanya kepuasan memicu keterkaitan positif loyalitas pelanggan sehingga bisa menjadikan sebagai potensi pendapatan masa depan (terutama melalui pembelian ulang, *cross-selling*, dan *up-selling*), menekankan biaya transaksi pelanggan di masa depan (terutama biaya-biaya komunikasi, penjualan, dan layanan pelanggan).²³

sebagai Variabel *Intervening* pada PT Bank Syariah Indonesia Cabang Pekalongan Pemuda". Jurnal *Islamic Business and Finance*, Vol. 4, No. 1, 2023, hlm 68–69.

²³ Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra, *Service, Quality and Customer Satisfaction*, Edisi Kelima (Yogyakarta: Andi Offset, 2019), hlm. 295.

Hubungan antara kepuasan dan loyalitas adalah saat konsumen mencapai tingkat kepuasan tertinggi yang menimbulkan suatu ikatan emosi yang kuat dan komitmen jangka panjang dengan merek perusahaan.

Berdasarkan hasil penelitian Sri Ismulyaty, dkk dengan judul “Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Pengguna *Internet Banking* terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI Kalijero)” kualitas layanan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap loyalitas nasabah, kepuasan nasabah berpengaruh signifikan secara parsial terhadap loyalitas nasabah, serta kualitas layanan dan kepuasan nasabah secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah.²⁴ Atas dasar hal tersebut, peneliti ingin mengkaji lebih komprehensif obyek tersebut dan dituangkan dalam penelitian ini.

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Pengaruh Ragam Produk dan Kualitas Pelayanan *Mobile Banking* terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia dengan Kepuasan sebagai Variabel *Intervening*”.**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka masalah dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh ragam produk *mobile banking* terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia?
2. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan *mobile banking* terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia?

²⁴ Sri Ismulyaty, Nurmaini, dan May Roni, "Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Pengguna *Internet Banking* terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI Kalirejo): *The Effect Of Service Quality and Internet Banking User Satisfaction on Customer Loyalty of Bank Syariah Indonesia (BSI Kalirejo)*," NISBAH: Jurnal Perbankan Syariah, Vol. 8, No. 1, 2022, hlm. 66.

3. Apakah terdapat pengaruh ragam produk *mobile banking* terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia?
4. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan *mobile banking* terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia?
5. Apakah terdapat pengaruh kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia?
6. Apakah terdapat pengaruh ragam produk *mobile banking* terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia melalui kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia?
7. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan *mobile banking* terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia melalui kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh ragam produk *mobile banking* terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan *mobile banking* terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia
3. Untuk mengetahui pengaruh ragam produk *mobile banking* terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan *mobile banking* terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia
5. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia

6. Untuk mengetahui pengaruh ragam produk *mobile banking* terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia melalui kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia
7. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan *mobile banking* terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia melalui kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia

D. Kegunaan Penelitian

Peneliti memiliki harapan untuk terealisasinya sebuah karya ilmiah yang bermanfaat kepada para pembaca. Kegunaan yang diharapkan antara lain:

1. Kegunaan Teoritis
 - a. Memberikan sumbangsih pengetahuan khususnya dalam bidang penelitian yang bersangkutan dengan pengaruh ragam produk dan kualitas pelayanan *mobile banking* terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia dengan kepuasan sebagai variabel *intervening*.
 - b. Mengetahui ada atau tidaknya pengaruh ragam produk dan kualitas pelayanan *mobile banking* terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia dengan kepuasan nasabah sebagai variabel *intervening*.
2. Kegunaan Praktis
 - a. Bagi Peneliti

Penelitian ini berguna untuk meningkatkan pengetahuan dan wawasan peneliti tentang pengaruh ragam produk dan kualitas pelayanan *mobile banking* terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia dengan kepuasan sebagai variabel *intervening*.
 - b. Bagi Pihak Bank Syariah Indonesia (BSI)

Penelitian ini diharapkan dapat membantu pihak bank untuk mengambil langkah strategi pemasarannya terutama dalam menganalisis faktor-

faktor yang mempengaruhi loyalitas dan kepuasan nasabah menggunakan *mobile banking* BSI atau BSI *Mobile*.

c. Bagi Umum

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan pengetahuan dan dapat dijadikan sebagai motivasi untuk melakukan penelitian di masa mendatang.