

**PENGARUH *WORD OF MOUTH (WOM)* APLIKASI *MOBILE BANKING*
TERHADAP KEPUASAN DAN KEPERCAYAAN NASABAH BSI (Bank
Syariah Indonesia)**

(Studi Kasus pada Mahasiswa UIN Raden Mas Said Surakarta)

SKRIPSI

Diajukan Kepada

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam

Universitas Islam Negeri Suakarta

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna

Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi



Oleh :

Yuli Sri Untari

NIM. 18.52.31.152

PRODI PERBANKAN SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SURAKARTA

2022

PENGARUH *WORD OF MOUTH (WOM)* APLIKASI *MOBILE BANKING*
TERHADAP KEPUASAN DAN KEPERCAYAAN NASABAH BSI (Bank Syariah
Indonesia)

(Studi Kasus Pada Mahasiswa UIN Raden Mas Said Surakarta)

SKRIPSI

Diajukan Kepada
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Mas Said Surakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Dalam Bidang Ilmu Perbankan Syariah

Oleh:

Yuli Sri Untari
NIM: 18.52.31.152

Surakarta, 22 September 2022

Disetujui dan disahkan oleh:
Dosen Pembimbing Skripsi



Melia Kusuma, M.M.
NIK. 19810608201701 2 147

SURAT PERNYATAAN BUKAN PLAGIASI

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Yang bertanda tangan di bawah ini:

NAMA : YULI SRI UNTARI
NIM : 185231152
JURUSAN/PRODI : PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Menyatakan bahwa penelitian skripsi berjudul **“PENGARUH WORD OF MOUTH (WOM) APLIKASI MOBILE BANKING TERHADAP KEPUASAN DAN KEPERCAYAAN NASABAH BSI”**

Benar-benar bukan merupakan plagiasi dan belum pernah diteliti sebelumnya. Apabila di kemudian hari diketahui bahwa skripsi ini merupakan plagiasi, saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian surat ini dibuat dengan sesungguhnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Surakarta, 22 september 2022



Yuli Sri Untari

SURAT PERNYATAAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Yang bertanda tangan di bawah ini :

NAMA : YULI SRI UNTARI
NIM : 18.52.31.152
JURUSAN/PRODI : PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Terkait judul skripsi saya yang berjudul **“PENGARUH *WORD OF MOUTH (WOM)* APLIKASI *MOBILE BANKING* TERHADAP KEPUASAN DAN KEPERCAYAAN NASABAH BSI (Bank Syariah Indonesia)”**

Dengan ini saya menyatakan bahwa saya benar-benar telah melaksanakan penelitian dan pengambilan data dengan menyebar kuesioner. Apabila di kemudian hari diketahui bahwa skripsi ini menggunakan data yang tidak sesuai dengan data yang sebenarnya, saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian surat ini dibuat dengan sesungguhnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Surakarta, 22 September 2022

Yuli Sri Untari

Melia Kusuma, M.M.
Dosen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Mas Said Surakarta

NOTA DINAS

Hal : Skripsi
Sdr : Yuli Sri Untari

Kepada Yang Terhormat
Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Mas Said Surakarta
Di Surakarta

Assalamu 'alaikum Wr. Wb.

Dengan hormat bersama ini kami sampaikan bahwa setelah menelaah dan mengadakan perbaikan seperlunya, kami memutuskan bahwa skripsi saudara Yuli Sri Untari NIM 18.52.31.152 yang berjudul:

“PENGARUH *WORD OF MOUTH (WOM)* APLIKASI *MOBILE BANKING* TERHADAP KEPUASAN DAN KEPERCAYAAN NASABAH BSI (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta)”

Sudah dapat dimunaqasahkan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana ekonomi (SE) dalam bidang ilmu perbankan syariah. Oleh karena itu kami mohon agar skripsi tersebut segera dimunaqasahkan dalam waktu dekat.

Demikian atas dikabulkannya permohonan ini dapat disampaikan terimakasih

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.

Surakarta, 22 September 2022
Dosen Pembimbing Skripsi



Melia Kusuma, M.M

PENGESAHAN

**PENGARUH *WORD OF MOUTH (WOM)* APLIKASI *MOBILE BANKING* TERHADAP KEPUASAN DAN KEPERCAYAAN NASABAH
BSI (Bank Syariah Indonesia)
(Studi Kasus pada Mahasiswa UIN Raden Mas Said Surakarta)**

Oleh:

YULI SRI UNTARI
NIM. 18.52.31.152

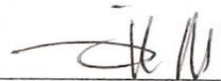
Telah dinyatakan lulus dalam ujian munaqosah
pada hari Senin tanggal 10 Oktober 2022 M / 14 Rabiul Awal 1444 H dan dinyatakan
telah memenuhi persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Dewan Penguji :

Penguji I (Merangkap Ketua Sidang)
Taufiq Wijaya, S.H.I., M.S.I
NIP. 19721218 200901 1 010



Penguji II
Mokhamad Zainal Anwar, S.H.I., M.S.I
NIP. 19801130 201503 1 003



Penguji III
Dr. Agung Abdullah, SE, MM
NIP. 19850301 201403 1 003



Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta



Dr. M. Rahmawan Arifin, M.Si.
NIP. 19720304 200112 1 004

R

MOTTO

“Wahai Tuhan Kami, Tetapkanlah Hati Kami Dalam Islam Dan Berikanlah Jalan
Keluar Kepada Kami Dalam Menyelesaikan Urusan Kami.”

(Q.S. Al – Kahfi : 10)

“Dan barang siapa bertakwa kepada Allah SWT, niscaya Dia menjadikan kemudahan
baginya dalam urusannya.”

(Q.S. At-Talaq : 4)

“Jangan katakan pada Allah ‘aku punya masalah yang besar, tetapi katakan pada
masalah bahwa ‘aku punya Allah Yang Maha Besar”

~ Ali Bin Abi Thalib ~

“Tuhan tidak menuntut kita untuk sukses. Tuhan hanya menyuruh kita berjuang tanpa
henti”

PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan Alhamdulillah puji syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan kekuatan dan kemampuan kepada penulis untuk menyelesaikan karya sederhana ini. Dengan segala kerendahan hati dan penuh kebahagiaan, karya ini penulis persembahkan sebagai tanda cinta kasih, tanggung jawab dan hormat tak terhingga kepada:

Ayah dan Ibunda tercinta

Serta adikku tersayang

Dan setiap hamba Allah yang telah meluangkan waktunya, memberikan tenaga serta pikirannya untuk segala pencapaian yang telah saya terima hingga saat ini.

Terimakasih

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Segala puji dan syukur bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, karunia, dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Word Of Mouth (WOM) Aplikasi Mobile Banking Terhadap Kepuasan Dan Kepercayaan Nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI)”. Skripsi ini disusun untuk menyelesaikan Studi Jenjang Sastra 1 (S1) Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta.

Penulis menyadari sepenuhnya, telah banyak mendapat dukungan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak yang telah menyumbangkan pikiran, waktu, tenaga dan sebagainya. Oleh karena itu, padakeempatan ini dengan setulus hati penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Mudofir, M.Pd., Selaku Rektor Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta.
2. Dr. M. Rahmawan Arifin, S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta.
3. Bapak Rais Sani Muharrami, S.E.I.,M.E.I. selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

4. Melia Kusuma, M.M. selaku dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan banyak perhatian dan bimbingan selama penulis menyelesaikan skripsi.
5. Biro skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam atas bimbingannya dalam menyelesaikan skripsi.
6. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta yang telah memberikan bekal ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
7. Ibu dan Bapak serta keluarga saya, terima kasih atas do'a, cinta dan pengorbanan yang tak pernah ada habisnya, serta kasih sayang kalian yang tak akan terlupakan.
8. Saudara-saudara saya yang sudah mau direpotkan dan selalu mau diajak mondar-mandir ke kampus.
9. Kawan-kawan Perbankan Syariah D tahun angkatan 2018 Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta.
10. Teman-teman dekat saya yang selalu ada di saat susah maupun senang, yang selalu mau mendengarkan curhatan, yang pastinya tak akan terlupakan. Dan pastinya selalu memberikan dukungan dan support dalam penyelesaian skripsi ini.

Kepada semuanya tiada kiranya penulis dapat membalasnya, hanya do'a serta puji syukur kepada Allah SWT. Semoga dan pastinya memberikan balasan kebaiakn kepada semuanya. Aamiin.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Surakarta, 22 September 2022

Penulis

ABSTRACT

This research aims to analyze Word of Mouth or WOM (X) as the independent variable and customer satisfaction (Y1) as the dependent variable, and customer trust (Y2) as the dependent variable. E-servqual theory was originally developed by Parasuraman, Zeithaml and Berry by conducting a series of studies on the service sectors in order to obtain an instrument way to measure service quality. In this model it is also known as the Gap. This model is closely related to the satisfaction model. Gap value can be interpreted as the difference between the perceived value and the expected value or in other words the difference between the value perceived by the customer and the value expected by the customer.

This type of research is quantitative research. Sources of data in this study are primary data and secondary data. This research method uses 100 questionnaires from customers of Bank Syariah Indonesia as a sample and has been selected from the overall population of students from the State Islamic University of Raden Mas Said Surakarta who filled out the questionnaire. Data collection techniques using questionnaires. The data analysis method uses SPSS application tools.

The results of this study prove that 1) Word Of Mouth or WOM mobile banking applications have a significant effect on customer satisfaction, customer satisfaction is seen from the ease and security of using the application; 2) Word Of Mouth or WOM mobile banking application has a significant effect on customer trust, customer trust is seen from the security and satisfaction of the mobile banking application.

Keywords: Word Of Mouth (WOM), mobile banking, customer satisfaction, and customer trust.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa *Word Of Mouth* atau *WOM* (X) sebagai variabel independen dan Kepuasan nasabah (Y1) sebagai variabel dependen, dan Kepercayaan nasabah (Y2) sebagai variabel dependen. Teori E-servqual pada awalnya telah dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml dan Berry dengan melakukan serangkaian penelitian terhadap sektor-sektor jasa sehingga diperoleh suatu cara instrument untuk melakukan pengukuran kualitas jasa. Di dalam model ini juga dikenal dengan istilah *Gap*. Model ini berkaitan erat dengan model kepuasan. Nial *Gap* dapat diartikan sebagai selisih antara nilai persepsi dan nilai harapan atau dengan kata lain selisih antara nilai yang dipersepsikan oleh pelanggan dengan nilai yang diharapkan oleh pelanggan.

Jenis penelitian ini adalah penelitian Kuantitatif. Sumber data dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Metode penelitian ini menggunakan 100 kuesioner responden nasabah Bank Syariah Indonesia sebagai sampel dan telah dipilih dari populasi keseluruhan mahasiswa Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta yang mengisi kuesioner tersebut. Teknik pengumpulan data menggunakan Kuesioner. Metode analisis data menggunakan alat bantu aplikasi SPSS.

Hasil penelitian ini membuktikan bahwa 1) *Word Of Mouth* atau *WOM* aplikasi *mobile banking* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah, kepuasan nasabah dilihat dari kemudahan dan keamanan dalam penggunaan aplikasi tersebut; 2) *Word Of Mouth* atau *WOM* aplikasi *mobile banking* berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan nasabah, kepercayaan nasabah dilihat dari keamanan dan kepuasan pada aplikasi *mobile banking* tersebut.

Kata kunci : *Word Of Mouth (WOM)*, *mobile banking*, kepuasan nasabah, dan kepercayaan nasabah.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING	ii
SURAT PERNYATAAN BUKAN PLAGIASI.....	iii
SURAT PERNYATAAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN	iv
NOTA DINAS	v
PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
MOTTO.....	vii
PERSEMBAHAN.....	viii
KATA PENGANTAR	ix
<i>ABSTRACT</i>	xii
ABSTRAK	xiii
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	9
1.3 Batasan Masalah.....	9
1.4 Rumusan Masalah	9
1.5 Tujuan Penelitian.....	10
1.6 Manfaat Penelitian.....	10
1.7 Jadwal Penelitian	10
1.8 Sistematika Penulisan Skripsi.....	11
LANDASAN TEOR BAB II	13
2.1 Tinjauan Pustaka	13
2.1.1 Pengertian Word of Mouth (WOM).....	13
2.2 Pengertian BSI mobile.....	15

1.2.1	Fitur-fitur Yang Ada Pada Aplikasi BSI mobile.....	15
2.3	Kepuasan Nasabah.....	17
2.3.1	Pengertian Kepuasan Nasabah.....	17
2.3.2	Pengukuran Kepuasan Nasabah.....	18
2.3.3	Faktor-Faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah.....	19
2.4	Pengertian Keperayaan.....	20
2.5	Hasil Penelitian Yang Relevan.....	21
2.6	Kerangka Berfikir.....	23
2.7	Hipotesis.....	24
BAB III	METODE PENELITIAN.....	26
3.1	Waktu dan Wilayah Penelitian.....	26
3.2	Jenis Penelitian.....	26
3.3	Populasi, Sampel, dan Teknik Pengumpulan Sampel.....	26
3.3.1	Populasi.....	26
3.3.2	Sampel.....	27
3.3.3	Teknik Pengambilan Sampel.....	27
3.4	Data dan Sumber Data.....	28
3.4.1	Data Primer.....	28
3.4.2	Data Sekunder.....	28
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	29
3.6	Variabel Penelitian.....	30
3.6.1	Variabel Independen (X).....	30
3.6.2	Variabel Dependen (Y).....	30
3.7	Definisi Operasional Variabel.....	31
3.8	Teknis Analisis Data.....	32
3.8.1	Uji Instrumen.....	32
3.8.2	Uji Asumsi Klasik.....	32
3.8.3	Uji Hipotesis.....	33
BAB IV	PEMBAHASAN.....	36

4.1	DESKRIPSI.....	36
4.1.1	Gambaran Umum.....	36
4.1.2	Karakteristik Responden.....	37
4.2	HASIL PENELITIAN DATA DAN ANALISIS DATA.....	39
4.2.1	UJI INSTRUMEN.....	39
4.2.2	UJI ASUMSI KLASIK.....	42
4.2.3	UJI HIPOTESIS.....	44
	BAB V PENUTUP.....	54
A.	Kesimpulan.....	54
B.	Saran.....	54
	DAFTAR PUSTAKA.....	56
	LAMPIRAN.....	61

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1	30
Tabel 3. 2	31
Tabel 4. 1	37
Tabel 4. 2	38
Tabel 4. 3	39
Tabel 4. 4	39
Tabel 4. 5	40
Tabel 4. 6	41
Tabel 4. 7	41
Tabel 4. 8	41
Tabel 4. 9	42
Tabel 4. 10	43
Tabel 4. 11	44
Tabel 4. 12	45
Tabel 4. 13	46
Tabel 4. 14	47
Tabel 4. 15	48
Tabel 4. 16	49
Tabel 4. 17	50

Tabel 4. 18 50

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	2
Gambar 1.2	6
Gambar 2.1	23

BAB I

PENDAHULUAN

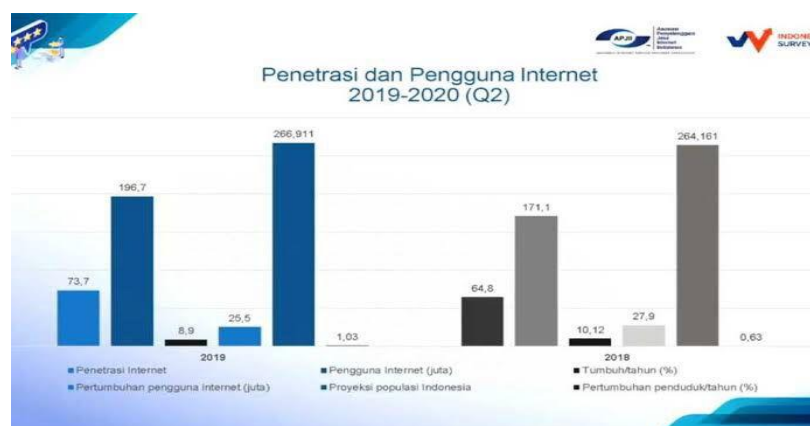
1.1 Latar Belakang Masalah

Teknologi berkembang sangat pesat sampai saat ini, dimana semua kalangan tidak asing lagi dengan adanya teknologi khususnya dalam penggunaan gadget. Gadget yang paling sering digunakan oleh masyarakat yaitu smartphone. Di dalam smartphone terdapat banyak aplikasi, pengguna dapat memanfaatkan smartphone sesuai dengan kebutuhannya. Aplikasi-aplikasi tersebut bisa diinstal melalui *google play store* maupun *App Store*. *Google play store* merupakan sebuah layanan aplikasi yang menyediakan aplikasi seperti permainan, aplikasi ,buku, toko daring untuk produk seperti musik. Dengan adanya layanan tersebut, semua pengguna smartphone dapat mengunduh aplikasi sesuai dengan yang digunakan. *Google play store* tersebut lebih mudah digunakan dibandingkan dengan membuka *website*. Dengan perkembangan *google play store*, memberikan layanan aplikasi yang dapat terhubung dengan perbankan yaitu aplikasi *mobile banking*. (Ika Maret Tiana, 2019)

Di era revolusi industri 4.0 sekarang ini, perkembangan teknologi informasi di mulai dari smartphone hingga media sosial terdapat perubahan gaya hidup masyarakat hingga titik fundamental. Seluruh informasi dan komunikasi yang diperlukan bisa di akses di manapun dan kapanpun kita berada. Mulai dari pembayaran tagihan, pembelian tiket, pembelian makanan, berbagai informasi dan lokasi, perbelanjaan

semua barang, hingga transaksi perbankan sekalipun dapat dilakukan melalui satu genggam yaitu melalui smartphone. Dengan kemajuan teknologi tersebut, sangat membantu dan mempermudah pekerjaan masyarakat secara langsung maupun secara tidak langsung. Dapat mendorong masyarakat sekarang ini yang memerlukan kemudahan dalam semua aspek kehidupan dalam prinsip yang jauh lebih mudah dan praktis sehingga bisa menghemat waktu dan tentunya tidak mengganggu pekerjaan. (Ari Priyani, 2020)

Gambar 1. 1



Sumber : Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), 2020

Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) kembali menyimpulkan hasil survei penetrasi pengguna internet di Indonesia. Berdasarkan hasil survei tersebut, pengguna internet Indonesia pada tahun 2019-2020 adalah sebanyak 196,7 juta pengguna dengan penetrasi 73,3% dari total populasi Indonesia sekitar 266,9 juta. Jumlah pengguna internet tersebut meningkat secara signifikan dibandingkan

hasil survei tahun 2018 yang hanya mencapai 171,1 juta pengguna internet dengan penetrasi 64,8%.

Perbankan merupakan segala sesuatu yang berkaitan tentang bank, yang mencakup kegiatan usaha, mencakup kelembagaan, dan juga proses dan cara melakukan kegiatan usahanya. Bank juga dikatakan sebagai lembaga keuangan yang kegiatan usahanya adalah menghimpun dana dari masyarakat dan kemudian disalurkan kembali ke masyarakat, dan juga terdapat jasa-jasa keuangan lainnya. Berdasarkan kegiatan usahanya, bank dibedakan menjadi dua, yaitu bank konvensional dan bank syariah. Bank syariah merupakan bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip-prinsip hukum Islam. Di dalam kegiatan perbankan, semua berdasarkan yang tertera di dalam fatwa yang telah dikeluarkan oleh Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia. (Utama, 2020)

Bank syariah adalah bank yang dimana suatu kegiatannya mengarah pada hukum Islam serta didalam kegiatannya tidak dibebankan bunga ataupun tidak membayar bunga kepada nasabah. Imbalan yang diterima bank syariah ataupun yang dibayarkan pada nasabah tergantung pada perjanjian dan akad yang telah dilakukan oleh kedua pihak, yaitu antara pihak bank dengan nasabah. Perjanjian (akad) yang ada pada perbankan syariah harus sesuai pada rukun dan syarat akad sebagaimana yang telah diatur dalam syariat Islam. (Andriyanto & Firmansyah, 2019)

Kata syariah sendiri memiliki pengertian, secara etimologis kata syariah merupakan air yang mengalir, dan kata syariah tersebut digunakan untuk pengertian

seperti hukum-hukum Allah yang diturunkan untuk umat manusia atau Hamba Allah. kata syariat juga diungkapkan dalam beberapa ayat Al-Qur'an, artinya dalam ayat tersebut syariah merupakan peraturan. Allah berfirman dalam surat Al-Maidah ayat 48 yang artinya : (Miftahuddin, 2019)

“Dan kami telah menurunkan Kitab (Al-Qur'an) kepadamu (Muhamad) dengan membawa kebenaran, yang membenarkan kitab-kitab yang diturunkan sebelumnya dan menjaganya, maka putuskanlah perkara mereka menurut apa yang diturunkan Allah dan janganlah engkau mengikuti keinginan mereka dengan meninggalkan kebenaran yang telah datang kepadamu. Untuk setiap umat di antara kamu, Kami berikan aturan dan jalan yang terang. Kalau Allah menghendaki, niscaya kamu dijadikan-Nya satu umat (saja), tetapi Allah hendak menguji kamu terhadap karunia yang telah diberikan-Nya kepadamu, maka berlomba-lombalah dalam kebajikan. Hanya kepada Allah kamu semua kembali, lalu diberitahukan-Nya kepadamu terhadap apa yang dahulu kamu perselisihkan.”

Financial Brand telah melakukan penelitian dalam *International Journal of Bank Marketing* yaitu pada terkait dengan lingkungan digital, sejumlah *trend* yang telah ditetapkan untuk pasar dalam menyebarkan pengiriman digital yang cepat dengan desain pada aplikasi di *smartphone* pada tahun 2015. Hal tersebut menyebabkan penambahan penjualan dalam bidang digital dan juga sosial, sehingga masyarakat banyak yang menerima terkait penggunaan aplikasi *mobile banking*. (Ika Maret Tiana, 2019)

Terdapat banyak fasilitas yang telah disiapkan perbankan kepada para nasabah agar nasabah bisa memanfaatkan dan menggunakan fasilitas tersebut dimanapun, kapanpun, dan dalam berbagai hal. Salah satu yang merupakan fasilitas di sektor perbankan yang disarankan dan paling berkontribusi dalam membantu aktivitas transaksi keuangan yaitu *electronic banking (e-banking)*. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menyatakan bahwa e-banking adalah layanan yang sangat efektif dan memungkinkan nasabah Bank untuk melakukan komunikasi, mendapatkan informasi, serta melakukan transaksi perbankan melalui media elektronik seperti *Electronic Data Capture (EDC) / Point Of Sales (POS), internet banking, SMS Banking, Mobile Banking, Automatic Teller Machine (ATM), e-commerce, phone banking, dan video banking*. (Awalia Arumi, 2019)

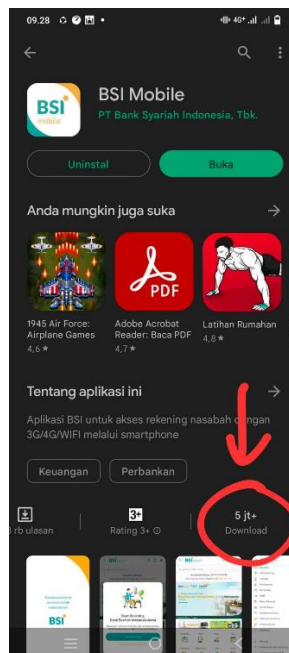
Mobile banking bisa dikatakan sebagai *internet banking* karena *mobile banking* hanya bisa diakses dengan menggunakan internet. Penelitian ini memberikan manfaat bagi perusahaan bagi perbankan terkait dengan pengambilan keputusan terkait sistem informasi juga desain strategi dalam *mobile banking*. Kemampuan inovasi untuk melengkapi kebutuhan pengguna *mobile banking* yaitu ketersediaan fitur atau *feature availability* yang berbeda merupakan faktor penting dalam kesuksesan aplikasi *mobile banking*. (Chasbiandani, 2019)

Dengan adanya peningkatan secara signifikan terhadap suatu produk dan layanan yang berbasis syariah di Indonesia, beberapa terakhir tahun ini membuat pemerintah mencermati hal seperti ini sebagai sebuah peristiwa yang penting pada

perekonomian syariah di Indonesia. Dengan adanya peristiwa tersebut, membuat pemerintah semakin yakin dengan menggabungkan 3 daftar bank syariah besar besutan BUMN, yakni PT Bank BRI Syariah Tbk, PT Bank Mandiri Syariah Tbk, dan PT Bank BNI Syariah Tbk menjadi intensitas baru yang diberi nama Bank Syariah Indonesia (BSI). Tepat tanggal 1 Februari 2021, penggabungan 3 bank tersebut telah diresmikan oleh Presiden Joko Widodo. Bapak Presiden Joko Widodo juga beranggapan bahwa pemerintah sangat serius dalam memperhatikan layanan berbasis syariah yang masih mampu bertahan dalam kondisi perekonomian Indonesia yang belum stabil seperti ini. Bank Syariah Indonesia atau BSI juga menjadi cerminan wajah syariah Indonesia yang universal, modern dan selalu memberikan kebaikan bagi seluruh masyarakat Indonesia. Setelah melakukan merger, Bank Syariah Indonesia menjadi Bank Syariah terbesar di Indonesia dengan jumlah aset Rp239,56 triliun dengan jumlah lebih dari 20.000 karyawan dan 1.000 kantor cabang. Dengan jumlah aset tersebut, Bank Syariah Indonesia atau BSI akan menjadi bank dengan peringkat 7. (Dwita Febrianti, 2021)

Mengenai penjelasan diatas, Bank Syariah Indonesia juga mempunyai layanan mobile banking yaitu bernama BSI mobile. BSI mobile merupakan fasilitas mobile banking yang telah disediakan oleh Bank Syariah Indonesia untuk para nasabahnya guna memiliki akses yang lebih mudah ke rekening tabungan dan bisa melakukan transaksi secara online. Mobile banking ini bisa diakses di mana saja dan kapan saja yang nasabah inginkan hanya melalui perangkat smartphone, baik iOS maupun android. (*Placeholder2*)

Gambar 1. 2



Sumber: Screenshot Hp

Pada PT Bank Syariah Indonesia Tbk (BSI) terus memperkuat inovasi digital dan layanannya. Dengan melalui strategi itu, pengguna BSI mobile terus meningkat jika dibandingkan dengan tahun-tahun sebelumnya. Direktur utama BSI Hery Gunardi menyatakan bahwa pengguna aktif BSI mobile hingga maret 2022 tercatat mencapai 3,77 juta atau tumbuh sekitar 124% secara trahunan. Jumlah pengguna *BSI mobile* tersebut meningkat diakibatkan oleh perubahan pada perilaku masyarakat yang mulai beralih ke *e-channel BSI mobile*.

Jika dilihat dari penelitian terdahulu yang telah dilakukan sebelumnya oleh Fadlan dan Dewantara (2018) yang meneliti tentang pengaruh kegunaan serta

kemudahan dalam penggunaan *mobile banking* dengan studi kasus pada mahasiswa pengguna *mobile banking* Universitas Brawijaya. Indriyani (2018) yang juga meneliti tentang pengaruh kemudahan, kegunaan, kualitas dan risiko pelayanan terhadap minat nasabah dalam menggunakan aplikasi *mobile banking* yang studi kasusnya dilakukan pada nasabah bank BUMN di Kota Surakarta. Sebayang (2017) yang melakukan penelitian tentang kepercayaan, kemudahan, pengaruh resiko serta E-WOM terhadap penggunaan layanan aplikasi *mobile banking* yang studi kasusnya pada penggunaan layanan *mobile banking* bank Mandiri di Kota Bandar Lampung. (Ari Priyani, 2020)

Di dalam penelitian yang berjudul “Pengaruh *Word Of Mouth (WOM)* Aplikasi *Mobile Banking* Terhadap Kepuasan Dan Kepercayaan Pada Nasabah Bank BSI” ini, saya menggunakan objek pada mahasiswa Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta. Hal ini dikarenakan setelah saya melakukan survei pada dua lokasi yaitu kampus Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta dan masyarakat Sragen yakni tempat tinggal saya. Saya lebih tertarik untuk meneliti di Kampus Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta dikarenakan lebih banyak mahasiswa yang memiliki rekening Bank Syariah Indonesia tetapi kebanyakan dari mahasiswa tersebut belum mempunyai aplikasi BSI mobile. Maka dari itu, saya lebih tertarik untuk meneliti pada mahasiswa Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta.

Dengan latar belakang adanya perbedaan perbedaan hasil serta penelitian sebelumnya, peneliti tertarik untuk meneliti apakah perbedaan setiap penelitian sebelumnya akan menjadi hasil yang berbeda pada penelitian ini, oleh karena itu

penulis tertarik untuk meneliti perbedaan hasil yang muncul dari penelitian terdahulu dengan judul “Pengaruh *Word Of Mouth (WOM)* Aplikasi *Mobile Banking* Terhadap Kepuasan Dan Kepercayaan Pada Nasabah Bank BSI. (Studi kasus pada mahasiswa UIN Raden Mas Said Surakarta)”

1.2 Identifikasi Masalah

Dari latar belakang masalah diatas, maka dapat diidentifikasi permasalahan sebagai berikut :

1. Jumlah pengguna BSI *mobile* masih lebih sedikit dibandingkan keseluruhan jumlah nasabah Bank Syariah Indonesia
2. Nasabah masih belum memahami kemudahan penggunaan yang bisa dilakukan sendiri pada layanan BSI *mobile* seperti aktivasi ulang

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan juga identifikasi masalah diatas, maka dapat disimpulkan dalam penelitian ini dan dibatasi sebagai berikut : penelitian ini hanya dikhususkan pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Mas Said Surakarta yang memiliki aplikasi BSI *mobile*, dan melihat Kepuasan Dan Kepercayaan Nasabah Pada Bank BSI.

1.4 Rumusan Masalah

1. Apakah pengaruh *Word Of Mouth (WOM)* Aplikasi *Mobile Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah?

2. Apakah pengaruh Word Of Mouth (WOM) Aplikasi Mobile Banking Terhadap Kepercayaan Nasabah?

1.5 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh Word Of Mouth (WOM) Aplikasi Mobile Banking Terhadap Kepuasan Pada Nasabah
2. Untuk mengetahui pengaruh Word Of Mouth (WOM) Aplikasi Mobile Banking Terhadap Kepercayaan Pada Nasabah

1.6 Manfaat Penelitian

1. Bagi peneliti

Penelitian ini dapat menambah pengalaman dan pengetahuan penulis mengenai efektivitas dan risiko yang ada dalam layanan mobile banking.

2. Bagi akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan kajian atau referensi bagi penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan mobile banking.

3. Bagi lembaga

penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan atau sumbangan pemikiran bagi perusahaan untuk menentukan langkah-langkah selanjutnya dalam menghadapi masalah mengenai fasilitas layanan mobile banking

1.7 Jadwal Penelitian

(Terlampir)

1.8 Sistematika Penulisan Skripsi

Untuk memberikan gambaran yang jelas serta menyeluruh mengenai penulisan penelitian, maka dibuat sistematika penelitian sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini membahas latar belakang yang menjelaskan secara singkat mengenai Pengaruh Word Of Mouth (WOM) Aplikasi Mobile Banking Terhadap Kepuasan Dan Kepercayaan Nasabah Pada Bank BSI. Identifikasi masalah penelitian, batasan masalah, rumusan masalah pada penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian serta sistematika penulisan penelitian.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini menguraikan tentang teori-teori yang berkaitan dengan Pengaruh Word Of Mouth (WOM) Aplikasi Mobile Banking Terhadap Kepuasan Dan Kepercayaan Nasabah Pada Bank BSI. Serta di bab ini memaparkan hasil penelitian terdahulu yang relevan.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tentang waktu dan wilayah penelitian, jenis penelitian, teknik pengambilan sampel, data dan sumber data, teknik pengumpulan data dan teknis analisis data.

BAB IV PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang pemaparan hasil penelitian yang sudah terlaksana.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dan saran. Kesimpulan menjelaskan tentang hasil penelitian dan pembahasan yang disesuaikan dengan rumusan masalah dan tujuan penelitian yang disajikan secara singkat dan jelas. Sedangkan saran, merupakan himbauan kepada pembaca atau instansi hiterkait agar saran yang dipaparkan dapat memberi pengetahuan dan manfaat serta dapat dikembangkan menjadi bahkan kajian peneliitian selanjutnya.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 E-Servqual

E-servqual pada awalnya telah dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml dan Berry dengan melakukan serangkaian penelitian terhadap sektor-sektor jasa sehingga diperoleh suatu cara instrument untuk melakukan pengukuran kualitas jasa. Di dalam model ini juga dikenal dengan istilah *Gap*. Model ini berkaitan erat dengan model kepuasan. Nial *Gap* dapat diartikan sebagai selisih antara nilai persepsi dan nilai harapan atau dengan kata lain selisih antara nilai yang dipersepsikan oleh pelanggan dengan nilai yang diharapkan oleh pelanggan. Model servqual yang diterapkan dalam bidang teknologi dinamakan metode e-servqual. Metode e-servqual pada penelitian ini digunakan untuk menganalisis kualitas sistem informasi, dimana kualitas informasi tersebut sangat berhubungan dengan kepuasan dan kepercayaan.

2.1.2 Pengertian Word of Mouth (WOM)

Word of Mouth (WOM) merupakan suatu kegiatan pemasaran yang dilakukan melalui perantara orang ke orang baik seara tulisan, lisan, atau dengan cara lain seperti alat komunikasi elektronik yang berhubungan pengalaman menggunakan produk atau jasa, atau bisa juga pembelian jasa (Ika Maret Tiana, 2019). Dalam penelitian ini, yang dimaksudkan dalam Word of Mouth adalah berhubungan dengan suatu layanan perbankan, yaitu layanan *Mobile Banking* pada aplikasi *BSI mobile*. *Word of Mouth*

(WOM) mempunyai kekuatan yang cukup besar yang bisa berdampak pada perilaku konsumen. Biasanya, *Word of Mouth* (WOM) banyak terjadi secara alami, seperti masyarakat mulai dengan aktivitas seperti membiarkan sebuah merek yang telah mereka gunakan terhadap orang lain.

Komunikasi pemasaran *word of mouth* (WOM) merupakan salah satu metode atau cara promosi dari pelanggan ke pelanggan, nasabah ke nasabah, dan untuk pelanggan dan nasabah. *WOM* merupakan suatu saluran komunikasi yang bisa dipercaya, karena hal itu berawal dari pelanggan atau nasabah yang sudah pernah atau telah menggunakan suatu produk atau telah menggunakan suatu jasa perusahaan, dan mendapatkan kepuasan sehingga akan merekomendasikan kepada orang lain tentang pengalaman yang telah didapat. *WOM* bisa juga diartikan sebagai komunikasi lisan, tertulis, ataupun elektronik antar masyarakat yang berkaitan dengan kelebihan atau pengalamannya yang telah memakai produk atau jasa yang diberikan perusahaan. (Latief, 2018)

Lembaga keuangan mempunyai suatu tujuan di dalam setiap kinerja yang akan dilaksanakan dengan menunjukkan bahwa *Word of Mouth* pada layanan keuangan, terutama hanya fokus terhadap *Mobile Banking*. Keamanan serta kepercayaan sangat penting dalam mengembangkan *Word of Mouth*, karena hal itu merupakan hasil dari kepuasan seseorang setelah memperoleh layanan. Selain itu, orang yang telah melakukan aktivitas layanan *Mobile Banking* dari aplikasi *BSI mobile*, akan lebih merasa puas jika sesuai dengan harapan. *Word of Mouth* juga didefinisikan sebagai

kemauan seseorang agar direkomendasikan atau mendukung suatu layanan ataupun produk setelah pengalaman yang telah dilakukan. (Ika Maret Tiana, 2019)

2.2 Pengertian BSI mobile

BSI Mobile merupakan saluran distribusi bank yang digunakan untuk mengakses rekening yang dimiliki oleh setiap nasabah melalui teknologi penyampaian data melalui ponsel atau *General Package Radio Service (GPRS)* dengan menggunakan sarana telepon seluler (ponsel). BSI mobile ini bisa ditemukan dan diunduh pada *Play Store* maupun *App Store*. BSI mobile juga diartikan sebagai fasilitas untuk nasabah dan memudahkan nasabah melakukan semua transaksi melalui BSI mobile secara leluasa, kapan saja, dimana saja dan tanpa harus mengunjungi di Bank tersebut. Jadi bisa disimpulkan bahwa BSI mobile tersebut merupakan distribusi bank yang digunakan untuk mengakses rekening yang dimiliki nasabah dengan sarana telepon seluler yang dapat diakses dimana aja, kapan saja, dan tanpa harus mendatangi kantor bank tersebut. (Halimah Nasution, 2022)

2.2.1 Fitur-fitur Yang Ada Pada Aplikasi BSI mobile

Mobile banking pada BSI tidak jauh beda pada mobile banking pada bank lainnya mobile banking BSI juga menyediakan berbagai macam fitur yang bisa memudahkan nasabah dalam mengoperasikan aplikasi mobile banking tersebut. Fitur-fitur yang ada pada aplikasi mobile banking BSI, meliputi:

1. Informasi saldo
2. Daftar mutasi rekening

3. Transfer uang
4. Pembayaran kebutuhan sehari-hari seperti pembayaran listrik PLN, pembayaran air PDAM, pembayaran haji dan umrah, pembayaran biaya pendidikan, pembayaran layanan telepon, pembayaran premi asuransi, pembayaran belanja di e-commerce seperti bukalapak tokopedia dan shopee, iuran BPJS, dan pembelian tiket transportasi.

Dalam menggunakan aplikasi *BSI mobile*, terdapat langkah awal untuk registrasi dan aktivasi ulang. Cara registrasi dan aktivasi pada *BSI Mobile* adalah: (Dwita Febrianti, 2021)

1. Nasabah harus mengunjungi kantor cabang Bank Syariah Indonesia
2. Nasabah mengambil nomor antrian customer service
3. Setelah nomor antrian dipanggil, nasabah mengatakan tujuan datang disini untuk registrasi BSI Mobile
4. Setelah itu, petugas akan melakukan proses registrasi dan nasabah juga akan menerima SMS yang berisikan kode aktivasi dari bank
5. Sembari petugas memproses registrasi tersebut, nasabah diminta mengunduh aplikasi BSI Mobile melalui Play Store maupun App Store
6. Setelah diunduh, buka aplikasi BSI mobile tersebut dan pilih ikon “sudah memiliki rekening”
7. Kemudian pilih aktivasi
8. Masukkan nomor ponsel serta kode aktivasi yang telah dikirimkan oleh bank

9. Buat kata sandi untuk m-banking BSI dan proses aktivasi selesai
10. Setelah proses aktivasi selesai, nasabah bisa mulai menggunakan aplikasi BSI Mobile dengan fitur-fitur yang telah disediakan pada aplikasi tersebut.

2.3 Kepuasan Nasabah

2.3.1 Pengertian Kepuasan Nasabah

Kepuasan pelanggan merupakan suatu pengungkapan perasaan kecewa atau senang seseorang yang muncul sesudah membandingkan antara sebuah kinerja atau hasil produk yang telah diperkirakan terhadap kinerja yang diharapkan oleh nasabah/pelanggan (Atmaja, 2018). Pelanggan yang merasa puas terhadap suatu produk atau layanan, maka akan terus menggunakan produk atau layanan tersebut, tapi sebaliknya jika pelanggan atau nasabah kurang merasa puas, maka dalam menggunakan produk atau layanan menjadi berkurang. Pelanggan atau nasabah memiliki peranan besar dalam menentukan sebuah kepuasan layanan dan kualitas jasa. Layanan yang dimaksud adalah sebuah tindakan atau perilaku yang ditawarkan oleh suatu pihak terhadap pihak lain. Pada umumnya kepuasan yang tinggi itu tercipta apabila pelanggan atau nasabah mendapatkan layanan yang sesuai dengan harapan.

Nasabah merupakan peranan penting dalam pembahasan mengenai kualitas jasa dan kepuasan. Nasabah bisa dikatakan sebagai peranan penting karena dalam mengukur kepuasan terhadap suatu produk atau layanan yang diberikan oleh bank. Terdapat banyak kepuasan yang fokus kepada kepuasan yang tinggi karena para nasabah yang memiliki rasa puas hanya sedikit untuk dapat berubah pikiran jika

mendapat tawaran yang lebih baik. Sebaliknya, sedangkan nasabah sangat merasa puas akan lebih sulit untuk mengubah pilihannya. Agar menciptakan suatu kepuasan nasabah, lembaga keuangan harus dapat mengelola dan menciptakan sistem untuk mendapatkan nasabah yang lebih banyak lagi dan kemampuannya untuk selalu mempertahankan nasabahnya. (Karim, 2020)

2.3.2 Pengukuran Kepuasan Nasabah

Di dunia perbankan, dalam menentukan seberapa besar kepuasan pelanggan atau nasabah bisa dilakukan dengan berbagai macam cara, yaitu : (Nurchosyanti, 2019)

- a. Survei kepuasan pelanggan. Di dalam hal ini, wawancara maupun kuisioner sangat perlu di butuhkan oleh bank, yaitu mengenai tentang segala sesuatu yang berhubungan dengan bank yakni tempat nasabah melakukan transaksi. Dengan begitu, survei kepuasan konsumen atau nasabah sangat perlu bagi bank.
- b. Sistem keluhan dan usulan. Maksudnya, semakin banyak complain atau keluhan yang di lakukan oleh nasabah dalam satu periode, maka berarti semakin kurang baik.
- c. Analisis mantan pelanggan. Dengan mengetahui catatan nasabah yang sebelumnya pernah menjadi nasabah bank untuk mencari tahu sebab-sebab bahwa mereka tidak lagi menjadi nasabah bank.
- d. Konsumen samara, untuk melihat pelayanan bank secara langsung, bank bisa mengirimkan karyawannya atau orang lain untuk berpura-pura menjadi nasabah, hal tersebut dilakukan untuk melihat bagaimana karyawan melayani nasabah sesungguhnya.

Efek kepuasan pelanggan yang bisa timbul dari kualitas pelayanan akan mempermudah suatu perusahaan agar menapai sebuah tujuan dengan jumlah pelanggan atau nasabah yang banyak. Dengan adanya evaluasi mengenai pelayanan, bank dapat mewujudkan pelayanan yang kurang baik untuk diperbaiki. Hal tersebut dilakukan agar sebuah perusahaan maupun lembaga keuangan menjadi lebih baik dan pelanggan atau nasabah juga merasa puas dengan pelayanan yang diberikan. (Saputra, 2020)

2.3.3 Faktor-Faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah

Ada 5 faktor-faktor utama yang dapat mempengaruhi kepuasan nasabah, antara lain :
(Susilawati, 2019)

1. Kualitas produk

Kualitas produk merupakan kemampuan suatu produ untuk melaksanakan fungsinya seperti daya tahan keandalan dan ketetapan kemudahan operasi. Produk atau layanan yang digunakan bisa dikatakan berkualitas apabila pelanggan atau nasabah merasa puas dengan hasil evaluasinya.

2. Kualitas pelayanan

Pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan harapan bisa di dapat oleh pelanggan dan merasa puas apabila pelayanan tersebut baik.

3. Emosional

Perasaan yang ditujukan kepada seseorang atau sesuatu. Emosional dapat ditunjukkan ketika seseorang merasa senang ataupun marah mengenai sesuatu

4. Konsumen akan merasa puas ketika seseorang telah memujinya karena menggunakan merek yang mahal

5. Harga

Produk yang memiliki kualitas harga yang sama, tetapi menetapkan harga yang relatif murah maka akan memberikan nilai yang lebih tinggi.

6. Biaya

Pelanggan atau nasabah tidak perlu mengeluarkan biaya lebih atau biaya tambahan (tidak perlu membuang waktu) untuk mendapatkan suatu produk atau layanan cenderung merasa puas terhadap produk atau layanan tersebut.

2.4 Pengertian Kepercayaan

Kepercayaan merupakan suatu hal yang sangat penting bagi sebuah perusahaan, karena perusahaan tersebut menjanjikan suatu produk atau layanan yang baik dan sesuai yang harus diberikan kepada pelanggan atau nasabah. Kepercayaan juga menjadi hal yang penting ketika seseorang atau nasabah melakukan transaksi yang menggunakan sistem teknologi seperti *Mobile Banking*. Hal ini sangat didukung oleh pihak perbankan yang mampu menyediakan sistem yang baik, sehingga dalam menggunakan fasilitas yang telah disediakan dapat memberikan loyalitas dan minat bagi nasabah atau pemakainya. Jadi, dapat disimpulkan bahwa kepercayaan ialah sikap

yang biasanya ditunjukkan oleh seseorang saat dirinya merasa cukup dan menyimpulkan bahwa dirinya merasa puas atau sesuai dengan harapan. (Ramayani, 2020)

Kepercayaan bisa juga diartikan suatu sikap yang nantinya akan memberikan hasil yang positif dan menguntungkan bagi nasabah apabila nasabah merasa aman dalam berinteraksi. Kurangnya kepercayaan nasabah terhadap suatu lembaga keuangan akan menurunkan kepuasan juga bagi nasabah. Sebaliknya, jika rasa kepercayaan yang di dapat nasabah tinggi, maka rasa puas yang didapat nasabah pun akan tinggi terhadap Produk atau layanan yang diberikan oleh suatu perusahaan. Dengan begitu, dapat ditunjukkan dengan kemampuan karyawan pada saat menanggapi keluhan nasabah dan kebutuhan (Muhammad Fachmi, 2020).

2.5 Hasil Penelitian Yang Relevan

Berdasarkan penelitian yang berkaitan dengan manfaat, kepercayaan, kemudahan penggunaan terhadap minat nasabah menggunakan layanan *mobile banking* yang telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya, dan juga memiliki hasil penelitian yang beragam. Maka, penulis menarik beberapa penelitian tersebut antara lain:

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
	Finnan Aditya Ajie Nugraha, Suharyono	Pengaruh <i>Word Of Mouth marketing</i> terhadap	<i>Word of Mouth</i> , kepuasan konsumen	Tempat penelitian	<i>Word of mouth</i> memiliki pengaruh yang signifikan terhadap

	dan Andrian Kusumawati	kepuasan pembelian dan kepuasan konsumen			keputusan pembelian. <i>Word of mouth marketing</i> memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen
	Asep Dana Saputra dan Mukhammad Khafid Hidayat	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan <i>word of mouth</i> terhadap kepuasan pasien di rumah sakit Prima Husada Malang	<i>Word of mouth</i> , kepuasan pasien	Tempat penelitian, objek penelitian	<i>Word of mouth</i> berpengaruh positif terhadap kepuasan pasien padarumah sakit Prima Husada Malang, kualitas pelayanan berpengaruh dominan terhadap variabel kepuasan pasien di rumah sakit Prima Husada Malang
	Cepi Elpansyah, Sahidillah Nurdin, Yuyu Sri Rahayu	Pengaruh <i>word of mouth</i> terhadap minat beli melalui citra perusahaan dan kepercayaan sebagai variabel intervening pada jasa umroh PT. Indojaya Mulia Wisata	<i>Word of mouth</i> , kepercayaan pelanggan	Tempat penelitian, objek penelitian	Citra perusahaan berpengaruh signifikan terhadap minat beli pada jasa umroh PT Indojaya Mulia Wisata, kepercayaan berpengaruh terhadap minat beli pada jasa umroh PT Indojaya Mulia Wisata, <i>word of mouth</i> berpengaruh signifikan

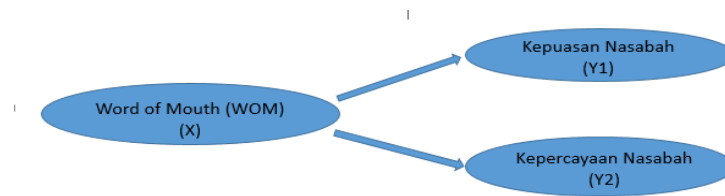
					<p>terhadap minat beli melalui citra perusahaan pada jasa umroh PT Indojava Mulia Wisata, <i>word of mouth</i> berpengaruh signifikan terhadap minat beli melalui kepercayaan pada jasa umroh PT Indojava Mulia Wisata, sedangkan <i>word of mouth</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen pada jasa umroh PT Indojava Mulia Wisata</p>
--	--	--	--	--	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

2.6 Kerangka Berfikir

Berdasarkan uraian landasan teori diatas dalam tinjauan pustaka, maka model kerangka kajian yang digunakan sebagai berikut :

Gambar 2. 1

Kerangka berfikir



Keterangan :

1. Pengaruh *Word of Mouth (WOM)* sebagai variabel independen (X)
2. Kepuasan nasabah sebagai variabel dependen (Y1)
3. Kepercayaan nasabah sebagai variabel dependen (Y2)

2.7 Hipotesis

1. Word of Mouth (WOM) mempengaruhi kepuasan nasabah BSI (Bank Syariah Indonesia)

Kepuasan dalam penelitian ini terdiri dari 4 indikator, yaitu : kepuasan penggunaan aplikasi *BSI mobile*, kepuasan karena tampilan yang menarik, ketepatan pilihan, kepuasan dengan aplikasi *BSI mobile*, dan kepuasan karena keamanan. Maka hasil penelitian menyatakan bahwa :

H1 : Word of Mouth (WOM) aplikasi mobile banking berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah BSI (Bank Syariah Indonesia)

2. Kepuasan dalam penelitian ini terdiri dari 4 indikator, yaitu : kepuasan penggunaan aplikasi *BSI mobile*, kepuasan karena tampilan yang menarik, ketepatan pilihan,

kepuasan dengan aplikasi *BSI mobile*, dan kepuasan karena keamanan. Maka hasil penelitian menyatakan bahwa :

H2 : Word of Mouth (WOM) aplikasi mobile banking berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan nasabah BSI (Bank Syariah Indonesia)

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Waktu dan Wilayah Penelitian

Waktu yang dilakukan dari mulai penyusunan proposal sampai dengan tersusunnya laporan penelitian ini adalah mulai dari bulan Januari 2022 sampai dengan selesai. Penelitian ini dilakukan pada mahasiswa Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta yang terletak di Jl. Pandawa, Dusun IV, Puangan, kecamatan Kartasura, Kabupaten Sukoharjo, Jawa Tengah, 57168. Penelitian ini untuk mengetahui Pengaruh *Word Of Mouth (WOM)* Aplikasi *Mobile Banking* Terhadap Kepuasan Dan Kepercayaan Nasabah Pada BSI (Bank Syariah Indonesia).

3.2 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Metode kuantitatif bisa juga disebut dengan penelitian yang terstruktur dan mengkuantifikasikan data yang untuk digeneralisasikan (Anshori & Iswati, 2009). Biasanya penelitian kuantitatif banyak menggunakan angka, mulai dari penafsiran terhadap datanya, pengumpulan datanya, sampai dengan penampilan hasilnya.

3.3 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengumpulan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi bisa diartikan sebagai subjek/objek yang memiliki sebuah kualitas dan karakteristik tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti yang kemudian untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya (Kusmaningtyas, 2020). Dalam sebuah penelitian,

populasi sangat sering digunakan untuk menggambarkan sekelompok objek yang biasanya dijadikan sasaran dalam penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah belum diketahui mencakup nasabah BSI (Bank Syariah Indonesia) yang menggunakan layanan *BSI mobile* pada mahasiswa Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta.

3.3.2 Sampel

Sampel merupakan bagian dari gambaran secara umum dari populasi. Sampel dalam penelitian biasanya mempunyai sebuah karakteristik sama atau hampir menyerupai dengan karakteristik populasi, sehingga sampel yang digunakan dalam penelitian bisa mewakili populasi yang diteliti (Hatmawan, 2020). Pada penelitian ini akan diambil sampel mahasiswa Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta yang menggunakan layanan aplikasi *BSI mobile*.

3.3.3 Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini yaitu dengan menyebarkan kuisioner pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta yang menggunakan layanan aplikasi *BSI mobile*. Rumus yang digunakan untuk menghitung sampel apabila populasinya tidak diketahui yaitu menggunakan rumus Lemeshow, yaitu: (Purba, 2020)

$n =$

keterangan:

n = jumlah sampel

Z_{α} = nilai standar dari distribusi $\alpha=5\% = 1,96$

P = estimasi proporsi populasi

Q = interval dan penyimpanan

L = tingkat ketelitian 10%

Berdasarkan rumus tersebut, maka:

$$n = = 96,04$$

dari perhitungan tersebut, maka jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah 96 responden dan dibulatkan menjadi 100 responden.

3.4 Data dan Sumber Data

3.4.1 Data Primer

Data primer merupakan sumber data dalam penelitian yang didapat secara langsung dari pihak pertama maupun sumber pertama. Data ini biasanya dikumpulkan oleh peneliti untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan dalam penelitian. Dalam penelitian ini, data primer berupa pendapat subjek penelitian (orang) baik kelompok maupun individu (Totok Rudianto, 2020). Dalam penelitian ini, data primer yang diperoleh langsung dari sumbernya (responden) melalui kuisioner.

3.4.2 Data Sekunder

Data sekunder merupakan sumber data dalam penelitian biasanya diperoleh dengan cara tidak langsung atau media perantara (Totok Rudianto, 2020). Dalam penelitian ini, data sekunder diperoleh dari sumber bacaan yang berkaitan dengan permasalahan yang dibahas seperti buku-buku, jurnal, internet, dan lainnya.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengambilan data pada penelitian ini menggunakan kuesioner. Kuesioner adalah teknik pengumpulan data dalam bentuk pertanyaan dan pernyataan dalam sebuah daftar yang sudah dirangkai oleh peneliti. Kuesioner adalah kuesioner adalah kumpulan beberapa pertanyaan dan pernyataan secara tertulis yang ditunjukkan oleh responden. Kuesioner bersifat tertutup dan berisi pertanyaan ataupun pernyataan terstruktur yang sudah disediakan oleh peneliti. Setelah data kuesioner terkumpul kemudian diidentifikasi dan dibandingkan dengan terori sebelumnya yang sudah ada kemudian peneliti membuat kesimpulan. (Sugiono, Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods), 2015)

Penyebaran kuesioner dalam penelitian ini menggunakan skala likert. Menurut Sugiono (2012:134) Skala likert adalah skala untuk mengukur fenomena, pendapat seseorang atau suatu kelompok dalam fenomena social. Dalam penelitian ini, fenomena social sudah termasuk dalam variable penelitian yang akan disusun dengan item-item berupa pertanyaan dan pernyataan. Jawaban instrument skala likert mempunyai tingkat positif sampai dengan negative antara lain:

Tabel 3. 1

Alternatif Jawaban Dengan Skala Likert

Simbol	Alternatif	Nilai
SS	Sangat Setuju	5
S	Setuju	4
KS	Kurang Setuju	3
TS	Tidak Setuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

3.6 Variabel Penelitian

Pengertian variabel yaitu suatu objek atau penilaian dari seseorang yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk di teliti dan kemudian ditarik kesimpulan. Dalam penelitian ini terdapat dua variable yaitu *variable dependen* dan *variable independen*. (Sugiono, Penelitian Kuantitatif, Kualitas, dan R&D, 2013)

3.6.1 Variabel Independen (X)

Variabel Independen atau disebut dengan variabel bebas yaitu variabel yang yang menjadi sebab terpengaruhnya variabel dependen. Variable independen tersebut yaitu Pengaruh Positif *Word of Mouth* (WOM) Aplikasi BRImo.

3.6.2 Variabel Dependen (Y)

Variabel dependen atau variable tidak bebas yaitu variable yang nilainya dipengaruhi oleh variable independen. Variable dependen tersebut yaitu kepuasan dan kepercayaan nasabah yang menggunakan layanan aplikasi BRImo.

3.7 Definisi Operasional Variabel

Tabel 3. 2

Definisi Operasional Variabel

Variabel Penelitian	Definisi	Indikator	Skala Pengukuran
Word of Mouth (WOM) (X)	Merupakan suatu kegiatan pemasaran yang dilakukan Melalui perantara orang ke orang baik seara tulisan, lisan, atau dengan cara lain seperti alat komunikasi elektronik yang berhubungan pengalaman menggunakan produk atau jasa, atau bisa juga pembelian jasa	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membicarakan 2. Merekomendasi 3. Mempromosikan 	likert
Kepuasan Nasabah (Y1)	Kepuasan pelanggan merupakan suatu pengungkapan perasaan kecewa atau senang seseorang yang muncul sesudah membandingkan antara sebuah kinerja atau hasil produk yang telah diperkirakan terhadap kinerja yang diharapkan oleh nasabah/pelanggan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kepuasan Penggunaan Aplikasi <i>BSI mobile</i> 2. Kepuasan karena tampilan yang menarik 3. Kepuasan karena keamanan 4. Ketepatan pilihan 5. Kepuasan dengan aplikasi BSI mobile 	likert
Kepercayaan Nasabah (Y2)	Kepercayaan ialah sikap yang biasanya ditunjukkan oleh seseorang saat dirinya merasa cukup dan menyimpulkan bahwa dirinya merasa puas atau sesuai dengan harapan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kepercayaan transaksi aman dan mudah dengan aplikasi 2. Informasi benar 3. Aplikasi mendukung transaksi 	likert

		4. Kepercayaan pada layanan aplikasi	
--	--	--------------------------------------------	--

3.8 Teknis Analisis Data

3.8.1 Uji Instrumen

4. Uji Validitas

Uji Validitas adalah proses dimana dilakukan dengan mengkorelasikan antara skor konstruk dengan skor totalnya. Metode pengambilan keputusan dikatakan tidak valid jika nilai signifikan $>0,05$, sebaliknya jika bisa dikatakan valid jika nilai signifikan $<0,05$, maka itemnya dinyatakan valid. (Elisa, 2021)

5. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas adalah uji yang dilakukan untuk melihat apakah instrumen bisa mengukur dari waktu ke waktu suatu yang diukur tersebut secara konsisten. Bisa dikatakan reliable jika hasil yang diberikan itu konsisten. Reliable tidaknya bisa diukur dengan menggunakan metode *cronbach alpha*. Dan kuisioner bisa dikatakanreliable jika nilai *cronbach alpha* lebih besar dari 0,60. (Elisa, 2021)

3.8.2 Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji Normalitas yaitu uji yang digunakan untuk melihat data yang kita miliki dan berdistribusi normal atau tidak. Pengambilan keputusan untuk dapat diuji,

apabila jika $\text{sig} > 0,05$ maka data berdistribusi normal dan apabila jika $\text{sig} < 0,05$ maka tidak berdistribusi normal. (Elisa, 2021)

3.8.3 Uji Hipotesis

1. Uji Regresi Linier Sederhana

Uji ini digunakan untuk menguji signifikan atau tidaknya hubungan yang tidak lebih dari satu variabel melalui koefisien regresinya. Pada penelitian ini, analisis regresi tersebut mempunyai peran sebagai teknik statistik yang bisa digunakan untuk menguji ada tidaknya pengaruh WOM terhadap kepuasan nasabah.

Rumus regresi linier sederhana : (Elisa, 2021)

$$= \alpha + bX$$

$$= \alpha + bX$$

Keterangan:

Y1 = Variabel Dependen (Kepuasan Nasabah)

Y2 = Variabel Dependen (Kepercayaan Nasabah)

α = Konstanta

X = Positif Word of Mouth (WOM)

b = Koefisien Regresi Positif Word of Mouth (WOM)

2. Uji t

Uji ini digunakan untuk membuktikan bahwa variabel yang dibuat oleh peneliti yaitu positif word of mouth mempengaruhi kepuasan nasabah. Jika signifikan $< \alpha (0,05)$, maka variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Dan jika $> \alpha (0,05)$, maka variabel independen sangat berpengaruh terhadap variabel dependen. (Elisa, 2021)

3. Uji f

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen berpengaruh secara simultan dan secara signifikan terhadap variabel dependen. Nilai yang digunakan adalah 0,05. Jika F hasil perhitungan lebih besar dari pada nilai F menurut tabel, maka hipotesis alternatif menyatakan bahwa variabel independen secara simultan sangat berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. (Elisa, 2021)

4. Uji Koefisien Determinasi (Uji)

Uji merupakan suatu ukuran yang sangat penting dalam regresi, karena hal ini bisa memberikan informasi baik atau tidaknya model regresi yang terestimasi pada data sebenarnya. Nilai koefisien determinasi () ini dapat menggambarkan seberapa besar variasi dari variabel terikat Y bisa diterangkan oleh variabel bebas X. Jika nilai koefisien determinasi sama dengan 0 (= 0), yaitu variasi dari Y tidak bisa diterangkan oleh X sama sekali. Apabila = 1,

artinya variasi dari variabel Y secara menyeluruh bisa diterangkan oleh variabel X . Atau bisa juga apabila $r = 1$ maka semua titik pengamatan berada pada tepat garis regresi. Dengan begitu, baik atau tidaknya suatu persamaan regresi ditentukan oleh r yang memiliki nilai antara nol dan satu).

BAB IV

PEMBAHASAN

4.1 DESKRIPSI

4.1.1 Gambaran Umum

Bank Syariah Indonesia atau disebut dengan BSI merupakan penggabungan 3 bank syariah besar. Hal tersebut dilakukan karena adanya peningkatan secara signifikan terhadap suatu produk dan layanan yang berbasis syariah di Indonesia, beberapa terakhir tahun ini membuat pemerintah mencermati hal seperti ini sebagai sebuah peristiwa yang penting pada perekonomian syariah di Indonesia. Dengan adanya peristiwa tersebut, membuat pemerintah semakin yakin dengan menggabungkan 3 daftar bank syariah besar besutan BUMN, yakni PT Bank BRI Syariah Tbk, PT Bank Mandiri Syariah Tbk, dan PT Bank BNI Syariah Tbk menjadi intensitas baru yang diberi nama Bank Syariah Indonesia (BSI). Tepat tanggal 1 Februari 2021, penggabungan 3 bank tersebut telah diresmikan oleh Presiden Joko Widodo. Bapak Presiden Joko Widodo juga beranggapan bahwa pemerintah sangat serius dalam memperhatikan layanan berbasis syariah yang masih mampu bertahan dalam kondisi perekonomian Indonesia yang belum stabil seperti ini.

Mengenai penjelasan diatas, Bank Syariah Indonesia juga mempunyai layanan mobile banking yaitu bernama BSI mobile. BSI mobile merupakan

fasilitas mobile banking yang telah disediakan oleh Bank Syariah Indonesia untuk para nasabahnya guna memiliki akses yang lebih mudah ke rekening tabungan dan bisa melakukan transaksi secara online. Mobile banking ini bisa diakses di mana saja dan kapan saja yang nasabah inginkan hanya melalui perangkat smartphone, baik iOS maupun android.

4.1.2 Karakteristik Responden

a. Jenis Kelamin Distribusi jawaban responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat berdasarkan tabel berikut:

Tabel 4. 1

Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
V Laki-laki	29	29.0	29.0	29.0
a Perempuan	71	71.0	71.0	100.0
l Total	100	100.0	100.0	
i				
d				

Sumber: Data diolah pada 2022

Tabel diatas berisi karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, peneliti menyebarkan kuisioner kepada mahasiswa UIN Raden Mas Said Surakarta. Berdasarkan tabel tersebut responden berdasarkan jenis kelamin didominasi oleh perempuan yaitu sebanyak 71 orang atau 71%, sedangkan karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin laki-laki sebanyak 29 orang atau 29%.

b. Fakultas

Distribusi jawaban responden berdasarkan fakultas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. 2
Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Fakultas

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
V	20	20.0	20.0	20.0
a	20	20.0	20.0	40.0
li	20	20.0	20.0	60.0
d	20	20.0	20.0	80.0
	20	20.0	20.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Data Diolah pada 2022

Dari tabel diatas dapat dilihat karakteristik responden berdasarkan fakultas, peneliti menyebarkan kuisioner kepada mahasiswa UIN Raden Mas Said Surakarta sebanyak 5 fakultas dengan jumlah 100 responden yang terdiri dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Fakultas Ushuludin dan Dakwah, Fakultas Syariah, Fakultas Ilmu Tarbiyah, dan Fakultas Adab dan Bahasa. Berdasarkan jumlah responden, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam sebanyak 20 mahasiswa atau 20%, Fakultas Ushuludin dan Dakwah sebanyak 20 mahasiswa atau 20%, Fakultas Syariah sebanyak 20 mahasiswa atau 20%, Fakultas Ilmu Tarbiyah sebanyak 20 mahasiswa atau 20%, dan Fakultas Adab dan Bahasa sebanyak 20 mahasiswa atau 20%. Jadi, semua mahasiswa per fakultas berjumlah sama, yaitu 20 mahasiswa.

4.2 HASIL PENELITIAN DATA DAN ANALISIS DATA

4.2.1 UJI INSTRUMEN

1. Hasil Uji Validitas

Untuk menghitung validitas ini dengan menggunakan rumus product moment analisis hasil uji validitas akan dibantu dengan SPSS versi 26. Dasar pengambilan keputusan untuk uji validitas dapat dilihat dari nilai sig dan R hitung, jika sig lebih besar ($>$) dari 0,05 dan R hitung lebih besar dari R tabel, maka data yang diolah dapat dinyatakan valid.

Tabel 4. 3

Hasil Uji Validitas Word Of Mouth (X)

No.	Butir Pernyataan	R hitung	R tabel	Ket
1.	WOM01	0,855	0,165	VALID
2.	WOM02	0,818	0,165	VALID
3.	WOM03	0,849	0,165	VALID

Sumber: Data Primer Diolah pada 2022

Dari tabel diatas, dapat menunjukkan seluruh nilai R hitung lebih besar dari nilai R tabel (0,165). Maka dapat disimpulkan bahwa keseluruhan pernyataan yang peneliti ajukan dinyatakan valid.

Tabel 4. 4

Hasil Uji Validitas Kepuasan Nasabah (Y1)

No.	Butir Pernyataan	R hitung	R tabel	Ket
1.	KPSN01	0,691	0,165	VALID
2.	KPSN02	0,737	0,165	VALID
3.	KPSN03	0,622	0,165	VALID
4.	KPSN04	0,853	0,165	VALID

Sumber: Data Primer Diolah Pada 2022

Dari tabel diatas, dapat menunjukkan seluruh nilai R hitung lebih besar dari nilai R tabel (0,165). Maka dapat disimpulkan bahwa keseluruhan pernyataan yang peneliti ajukan dinyatakan valid.

Tabel 4. 5

Hasil Uji Validitas Kepercayaan Nasabah (Y2)

No.	Butir Pernyataan	R hitung	R tabel	Ket
1.	KPCN01	0,723	0,165	VALID
2.	KPCN02	0,820	0,165	VALID
3.	KPCN03	0,783	0,165	VALID
4.	KPCN04	0,701	0,165	VALID

Sumber: Data Primer Diolah pada 2022

Dari tabel diatas, dapat menunjukkan seluruh nilai R hitung lebih besar dari nilai R tabel (0,165). Maka dapat disimpulkan bahwa keseluruhan pernyataan yang peneliti ajukan dinyatakan valid.

2. Hasil Uji Reliabilitas

Dasar pengambilan keputusan untuk uji reliabilitas dilihat tingkat alpha dihitung lebih besar dari koefisien Alpha Cronbach's yaitu sebesar 0,60 maka data yang diujikan memiliki tingkat reliabilitas yang baik.

Tabel 4. 6
Hasil Uji Reabilitas Word Of Mouth (X)
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.792	3

Sumber: Data diolah pada 2022

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,792 yang menunjukkan bahwa angka tersebut lebih besar dari 0,60. Maka data yang diolah dapat dikatakan reliabel.

Tabel 4. 7
Hasil Uji Reliabilitas Kepuasan Nasabah (Y1)
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.706	4

Sumber: Data diolah pada 2022

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,706 yang menunjukkan bahwa angka tersebut lebih besar dari 0,60. Maka data yang diolah dapat dikatakan reliabel.

Tabel 4. 8
Hasil Uji Reliabilitas Kepercayaan Nasabah (Y2)
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.753	4

Sumber: Data diolah pada 2022

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,753 yang menunjukkan bahwa angka tersebut lebih besar dari 0,60. Maka data yang diolah dapat dikatakan reliabel.

4.2.2 UJI ASUMSI KLASIK

1. Uji Normalitas

Dasar dari pengambilan keputusan uji normalitas adalah dengan melihat nilai signifikannya, jika nilai sig lebih besar ($>$) dari 0,05 maka data dapat dikatakan normal dan sebaliknya jika nilai sig lebih kecil ($<$) dari 0,05 maka dikatakan tidak normal.

Tabel 4. 9

Hasil Uji Normalitas Word Of Mouth (X) Terhadap Kepuasan Nasabah (Y1)
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.22975906
Most Extreme Differences	Absolute	.081
	Positive	.081
	Negative	-.075

Test Statistic	.081
Asymp. Sig. (2-tailed)	.101 ^c

Sumber: Data diolah pada 2022

Dari data diatas dapat dilihat bahwa nilai sig yaitu sebesar 0,101, artinya lebih besar (>) dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Word Of Mouth (X) terhadap Kepuasan Nasabah (Y1) berdistribusi normal.

Tabel 4. 10
Hasil Uji Normalitas Word Of Mouth (X) Terhadap Kepercayaan Nasabah (Y2)

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^a ,	Mean	.0000000
^b	Std. Deviation	1.37095907
Most Extreme Differences	Absolute	.091
	Positive	.083
	Negative	-.091
Test Statistic		.091
Asymp. Sig. (2-tailed)		.039 ^c

Sumber: Data diolah pada 2022

Dari data diatas dapat dilihat bahwa nilai sig yaitu sebesar 0,39, artinya lebih besar (>) dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Word Of Mouth (X) terhadap Kepercayaan Nasabah (Y) berdistribusi normal.

4.2.3 UJI HIPOTESIS

1. Uji Regresi Linier Sederhana

Rumus regresi linier sederhana yaitu:

$$= \alpha + bX = \alpha + bX$$

Tabel 4. 11

Hasil Uji Regresi Linier Sederhana Antara Word Of Mouth (X) terhadap Kepuasan Nasabah (Y1)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	5.153	1.151		4.476	.000
Word Of Mouth	.741	.065	.754	11.356	.000

Sumber: Data diolah pada 2022

Berdasarkan tabel diatas hasil perhitungan koefisien regresi sederhana memperlihatkan nilai koefisien konstanta adalah sebesar 5,153 koefisien variabel bebas (X) yaitu sebesar 0,741. Sehingga diperoleh persamaan regresi $Y = 5,153 + 0,741 X$. Berdasarkan persamaan diatas diketahui nilai konstantanya sebesar 5,153 secara matematis, nilai konstanta ini menyatakan bahwa Word Of Mouth bernilai 0 maka Kepuasan Nasabah memiliki nilai

5,153. Selanjutnya nilai 0,741 yang terdapat pada koefisien regresi variabel bebas (Word Of Mouth) menggambarkan bahwa arah hubungan antara variabel bebas X dengan variabel terikat Y adalah positif, dimana setiap kenaikan satu satuan variabel Word Of Mouth akan menyebabkan kenaikan sebesar 0,741. Berdasarkan tabel dapat diketahui bahwa responden sebanyak 100 dihasilkan nilai korelasi sebesar 0,754.

Tabel 4. 12

Hasil Uji Regresi Linier Sederhana Antara Word Of Mouth (X) terhadap Kepercayaan Nasabah (Y2)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	9.414	1.334		7.058	.000
Word Of Mouth	.493	.076	.548	6.486	.000

Sumber: Data diolah pada 2022

Berdasarkan tabel diatas hasil perhitungan koefisien regresi sederhana memperlihatkan nilai koefisien konstanta adalah sebesar 9,414 koefisien variabel bebas (X) yaitu sebesar 0,493. Sehingga diperoleh persamaan regresi $Y = 9,414 + 0,493 X$. Berdasarkan persamaan diatas diketahui nilai konstantanya sebesar 9,414 secara matematis, nilai konstanta ini menyatakan bahwa Word Of Mouth bernilai 0 maka Kepercayaan Nasabah memiliki nilai 9,414. Selanjutnya nilai 9,414 yang terdapat pada koefisien regresi variabel

bebas (Word Of Mouth) menggambarkan bahwa arah hubungan antara variabel bebas X dengan variabel terikat Y adalah positif, dimana setiap kenaikan satu satuan variabel Word Of Mouth akan menyebabkan kenaikan sebesar 0,493. Berdasarkan tabel dapat diketahui bahwa responden sebanyak 100 dihasilkan nilai korelasi sebesar 0,493.

2. Uji t

Tabel 4. 13

**Hasil Uji t Antara Word Of Mouth (X) Terhadap Kepuasan Nasabah (Y1)
Coefficients^a**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	5.153	1.151		4.476	.000
Word Of Mouth	.741	.065	.754	11.356	.000

Sumber: Data diolah pada 2022

Perumusan hipotesis untuk variabel x dan Y1 :

Ha : Word Of Mouth berpengaruh signifikan secara signifikan terhadap kepuasan nasabah

H0 : Word Of Mouth tidak berpengaruh signifikan secara signifikan terhadap kepuasan nasabah

Penetapan nilai t tabel untuk taraf signifikan 5% db = 60 (db = N-2 untuk N = 62) yaitu 2,000 Hasil t hitung diperoleh dengan menggunakan SPSS yaitu sebesar 11.356. Pengambilan keputusan jika t hitung lebih besar dari t tabel maka Ha diterima dan H0 ditolak. Dari hasil perhitungan t hitung sebesar $11.356 > t$ tabel yaitu 2,000 taraf signifikan 5% maka Ha diterima dan H0 ditolak. Dari hasil pengujian hipotesis tersebut terbukti bahwa “Terdapat pengaruh Word Of Mouth terhadap kepuasan nasabah”.

Tabel 4. 14

Hasil Uji T Variabel Word Of Mouth (X) Terhadap Kepercayaan Nasabah (Y2)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	9.414	1.334		7.058	.000
Word Of Mouth	.493	.076	.548	6.486	.000

Sumber: Data diolah pada 2022

Perumusan hipotesis untuk variabel x dan Y2 :

Ha : Word Of Mouth berpengaruh signifikan secara signifikan terhadap kepercayaan nasabah

H0 : Word Of Mouth tidak berpengaruh signifikan secara signifikan terhadap kepercayaan nasabah

Penetapan nilai t tabel untuk taraf signifikan 5% db = 60 (db = N-2 untuk N = 62) yaitu 2,000 Hasil t hitung diperoleh dengan menggunakan SPSS yaitu sebesar 6.486. Pengambilan keputusan jika t hitung lebih besar dari t tabel maka Ha diterima dan H0 ditolak. Dari hasil perhitungan t hitung sebesar $6.486 > t$ tabel yaitu 2,000 taraf signifikan 5% maka Ha diterima dan H0 ditolak. Dari hasil pengujian hipotesis tersebut terbukti bahwa “Terdapat pengaruh Word Of Mouth terhadap kepercayaan nasabah”.

3. Uji f

Dasar dari pengambilan keputusan uji f adalah dengan melihat drajat yang digunakan yaitu 0,05. Apabila F hasil dari perhitungan lebih besar dari nilai F menurut tabel maka hipotesis alternative, yang menyatakan bahwa variabel independe secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Tabel 4. 15

Hasil Uji F Variabel Word Of Mouth (X) Terhadap Kepuasan Nasabah (Y2)

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	197.032	1	197.032	128.969	.000 ^b
Residual	149.718	98	1.528		
Total	346.750	99			

Sumber: Data diolah pada 2022

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai signifikan yaitu 0,000 yang berarti lebih kecil dari 0,05. Hal ini membuktikan bahwa pengaruh *Word Of Mouth* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Tabel 4. 16

Hasil Uji F Variabel Word Of Mouth (X) Terhadap Kepercayaan Nasabah (Y2)

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	79.887	1	79.887	42.074	.000 ^b
Residual	186.073	98	1.899		
Total	265.960	99			

Sumber: Data diolah pada 2022

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai signifikan yaitu 0,000 yang berarti lebih kecil dari 0,05. Hal ini membuktikan bahwa pengaruh *Word Of Mouth* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan nasabah.

4. Uji Koefisien Determinasi (uji)

Dasar pengambilan keputusan uji koefisien determinasi () yaitu, apabila nilai koefisien determinasi sama dengan 0 (= 0), artinya variasi dari Y tidak dapat diterangkan oleh X sama sekali. Sementara apabila nilai = 1, artinya

variasi dari Y keseluruhan dapat diterangkan oleh X. Dengan maksud lain apabila $R^2 = 1$ maka semua titik pengamatan berada tepat pada garis regresi.

Tabel 4. 17

**Hasil Uji Koefisien Determinasi Antara Word Of Mouth (X) Terhadap
Kepuasan Nasabah (Y1)**

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.754 ^a	.568	.564	1.236

Sumber: Data diolah pada 2022

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui R² (Adjusted R Square) adalah sebesar 0,568 setara dengan 56,8%. Hal ini berarti bahwa pengaruh word of mouth sebesar 56,8%. Sisanya 43,2% lainnya dipengaruhi oleh faktor-faktor lainnya yang tidak diteliti.

Tabel 4. 18

**Hasil Uji Koefisien Determinasi Antara Word Of Mouth (X) Terhadap
Kepercayaan Nasabah (Y2)**

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
-------	---	----------	-------------------	----------------------------

1	.548 ^a	.300	.293	1.378
---	-------------------	------	------	-------

Sumber: Data diolah pada 2022

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui R² (Adjusted R Square) adalah sebesar 0,239 setara dengan 23,9%. Hal ini berarti bahwa pengaruh word of mouth sebesar 23,9%. Sisanya 76,1% lainnya dipengaruhi oleh faktor-faktor lainnya yang tidak diteliti.

4.2.4 Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh word of mouth aplikasi mobile banking terhadap kepuasan dan kepercayaan nasabah bank BSI.

a. Pengaruh word of mouth (X) aplikasi mobile banking terhadap kepuasan nasabah (Y1)

Kepuasan didefinisikan sebagai suatu pengungkapan perasaan kecewa atau senang seseorang yang muncul setelah membandingkan antara sebuah kinerja atau hasil produk yang telah diperkirakan terhadap kinerja yang diharapkan oleh nasabah atau pelanggan.

Konsep kepuasan ini menunjukkan tingkat dimana seseorang merasa puas dalam menggunakan layanan aplikasi mobile banking seperti BSI mobile. Konsep ini memberikan pengertian bahwa apabila sistem informasi mudah digunakan, maka pengguna cenderung untuk menggunakan layanan aplikasi tersebut.

Dalam penelitian ini, variabel *word of mouth* memiliki 3 pernyataan, yaitu 1) saya sering membicarakan kepada orang lain tentang kenyamanan

yang saya peroleh jika menggunakan layanan BSI *mobile*, 2) saya merekomendasikan kepada keluarga, teman, dan tetangga yang ingin menggunakan layanan BSI *mobile*, dan 3) saya mempromosikan kepada keluarga, teman, dan tetangga tentang hal yang saya peroleh selama menggunakan layanan BSI *mobile*.

Begitu juga dengan variabel kepuasan memiliki 4 pernyataan yang terdapat pada kuisioner, yaitu 1) saya merasa puas dengan penggunaan layanan aplikasi BSI *mobile*, 2) saya merasa puas dengan layanan BSI *mobile* karena tampilannya yang menarik, 3) saya merasa puas dengan layanan aplikasi BSI *mobile* karena keamanannya yang terjamin, dan 4) saya merasa puas dengan aplikasi BSI *mobile*.

Hasil uji antara word of mouth aplikasi mobile banking dengan kepuasan nasabah menyatakan bahwa word of mouth aplikasi mobile banking berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Dengan nasabah merasa puas, maka dapat menarik minat nasabah untuk menggunakan layanan aplikasi tersebut.

Berdasarkan hasil uji di atas antara word of mouth aplikasi mobile banking dengan kepuasan nasabah menyatakan bahwa word of mouth aplikasi mobile banking berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah.

Hal tersebut ditunjukkan dengan hasil uji parsial yaitu t hitung $>$ t tabel yaitu sebesar $11.356 > 2,000$ dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa variabel word of mouth aplikasi mobile banking

berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini dikarenakan semakin besar manfaat suatu teknologi, maka semakin besar pula kepuasan seseorang untuk menggunakan teknologi tersebut.

b. Pengaruh word of mouth (X) aplikasi mobile banking terhadap kepercayaan nasabah (Y2)

Pada penelitian ini, variabel kepercayaan juga memiliki 4 pernyataan, yaitu 1) saya menggunakan BSI *mobile* karena transaksi aman dan mudah, 2) penggunaan layanan aplikasi BSI *mobile* dapat memberikan informasi yang benar, 3) aplikasi BSI *mobile* mendukung transaksi keuangan saya, dan 4) saya percaya terhadap layanan aplikasi BSI *mobile*.

Berdasarkan hasil uji diatas antara word of mouth aplikasi mobile banking dengan kepercayaan nasabah menyatakan bahwa word of mouth aplikasi mobile banking berpengaruh positif terhadap kepercayaan nasabah.

Hal tersebut ditunjukkan dengan hasil uji parsial yaitu t hitung $>$ t tabel yaitu sebesar $6.486 > 2,000$ dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa variabel word of mouth aplikasi mobile banking berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan nasabah.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Adapun hasil penelitian dan analisis data tentang pengaruh Word Of Mouth (WOM) Aplikasi Mobile Banking Terhadap Kepuasan dan Kepercayaan Nasabah BSI (Bank Syariah Indonesia) dapat disimpulkan sebagai berikut:

- 1) Variabel word of mouth berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah yang dibuktikan dengan nilai t hitung $>$ t tabel yaitu sebesar $11.356 > 2,000$ dan nilai signifikansi 0,000 yang berarti lebih kecil dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak yang artinya bahwa variabel Word Of Mouth secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan.
- 2) Variabel word of mouth berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah yang dibuktikan dengan nilai t hitung $>$ t tabel yaitu sebesar $6.486 > 2,000$ dan nilai signifikansi 0,000 yang berarti lebih kecil dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak yang artinya bahwa variabel Word Of Mouth secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan.

B. Saran

- 1) Harus lebih meningkatkan promosi tentang penggunaan layanan aplikasi dalam BSI mobile kepada nasabahnya. Dengan begitu, nasabah akan lebih tertarik menggunakan aplikasi BSI mobile yang sangat mempermudah

nasabah dalam mengakses keperluan keuangannya. Supaya dilakukan edukasi kepada nasabah yang baru membuka rekening untuk menginformasikan tentang aplikasi BSI mobile untuk melakukan transaksi perbankan non tunai dan menjelaskan bahwa aplikasi BSI mobile tersebut sebenarnya sudah dilengkapi keamanan yang canggih sehingga kerahasiaan transaksi dan data nasabah terjamin keamanannya.

- 2) Bagi peneliti, diharapkan dapat terus mengembangkan penelitian ini. Dengan meneliti faktor lain yang mempengaruhi kepuasan dan kepercayaan nasabah dalam menggunakan aplikasi BSI mobile.

DAFTAR PUSTAKA

- Ari Priyani, S. M. (2020). Studi komparasi Persepsi Kemanfaatan dan Kemudahan Penggunaan Aplikasi Mobile Banking antara Generasi X, Generasi Y, dan Generasi z (Studi Pada Pengguna Layanan Mobile Banking BCA di Kota Surakarta). *Edunomika*, Vol. 4, No. 02.
- Asri Cahya Mandiri, E. E. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan Aplikasi BRI MOBILE (BRIMO). *Jurnal Akuntansi, Keuangan dan Perbankan*, 1424.
- Atmaja, J. (2018). Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Pada Bank BJB. *Jurnal Ecodomia*, Vol. 2 No. 1, 51.
- Awalia Arumi, H. Y. (2019). Antecedent Penggunaan Layanan Electronic Banking di Kalangan Mahasiswa (Sebuah Kajian Technology Acceptance Model). *Economic Education Analysis Journal*, 31.
- Chasbiandani, T. (2019). Faktor-Faktor yang mempengaruhi Kepercayaan dan Kepuasan Penggunaan Mobile Banking. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Media Ekonomi*, 213.
- Darma. (2021). Statistika Penelitian Menggunakan SPSS. *Guepedia*.
- Dody. (2018). Uji Normalitas Data Omzet Bulanan Pelaku Ekonomi Mikro Desa Segigi dengan menggunakan skewness dan Kertosis . 32-33.

- Dwita Febrianti, S. A. (2021). Penerapan Basis Data pada Perusahaan Perbankan (Studi kasus Penerapan Mobile Banking pada Bank Syariah Indonesia). 3687-3688.
- Elisa, N. (2021). *Pengaruh Kunjungan Wisata Terhadap Pendapatan dan Tingkat Kesejahteraan Masyarakat Sekitar Objek Wisata Pantai Linau*. Bengkulu: IAIN Bengkulu.
- Halimah Nasution, M. D. (2022). Tingkat Kepuasan nasabah dalam penggunaan BSI Mobile (studi kasus di Bank Syariah Indonesia KCP Medan Kampung Baru). *Jurnal Penelitian Ekonomi Manajemen*, 43.
- Hatmawan, S. R. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Ika Maret Tiana, R. Y. (2019). Pengaruh Benefits Offered Aplikasi Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah, Kepercayaan, Loyalitas dan Possitive Word of Mouth (WOM). *Journal of Applied Bussines and Economic*, Vol. 5 No. 4, 352.
- Karim, K. (2020). *Aspek Kepuasan Nasabah Berdasarkan Kualitas Jasa Perbankan*. Surabaya: CV. Jakad Media Publising.
- Kusmaningtyas, V. A. (2020). PEengaruh Kepuasan Kerja Karyawan Turnover Intention PT.Prodia Widyahusada Tbk, Wilayah VI Divisi Pelayanan. *Jurnal Ekonomi Manajemen (JEM 17)*, 77.

- Latief, R. (2018). *Word Of Mouth Communication Penjualan Produk*. Surabaya: Media Sahabat Cendekia.
- Leon, M. V. (2019). Factors Influencing Behavioural Intention To Use Mobile Banking Among Retail Banking Clients . *Jurnal Studi Komunikasi*.
- Miftahuddin, D. H. (2019). Analisi Perbandingan Fasilitas Aplikasi Mobile Banking Bank Syariah Mandiri Kcp. Bengkalis Dengan Bank Mandiri Kcp. Bengkalis. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 23.
- Moeljono, D. (2020). *THE CLIMB Bisa-Jadi-Punya 15 Langkah Strategis Mendaki Karier Puncak*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo Kompas Gramedia.
- Muhammad Fachmi, I. P. (2020). *Strategi meningkatkan Kepuasan Nasabah*. Malang: CV. Pustaka Learning Center.
- Nurchosyanti, R. N. (2019). Pengukuran Kepuasan Nasabah Terhadap Customer Service Pada PT Bank Rakyat Indonesia (PERSERO) Tbk, Pembantu Kayu Tangi Banjarmasin. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 22.
- Purba, D. H. (2020). Pengaruh kualitas produk, Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli di Situs E-Commerce Bukalapak. *Jurnal Ilmiah Kohesi*, 158.
- Ramayani, E. R. (2020). Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Manfaat dan Kemudahan Terhadap Penggunaan Mobile Banking. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 4.

- Said, N. J. (2022, Januari Kamis). Diambil kembali dari <https://money.kompas.com/read/2022/01/27/060600126/cara-daftar-m-banking-bri-lewat-hp-tanpa-perlu-ke-bank->
- Sandy, K. F. (2021, Oktober 05). Diambil kembali dari <https://www.idxchannel.com/amp/banking/pembiayaan-kredit-umkm-bri-bbri-capai-rp730-triliun-hingga-juni-2021>
- Saputra, T. W. (2020). Pengukuran Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Ethikopia Coffee di Kabupaten Sleman. *Jurnal Rekayasa Sistem Industri*, 98.
- Saraniemi, H. K. (2018). Customer Centricity in Mobile Banking: a Customer Experience Perspective. *International Journal of Bank Marketing*.
- Serfianto, I. H. (2012). *Untung Dengan Kartu Kredit, Kartu ATM-Debit, & Uang Elektronik*. Jakarta: Transmedia Pustaka.
- Sugiono. (2013). Penelitian Kuantitatif, Kualitas, dan R&D. *Alfabeta*.
- Sugiono. (2015). Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods). *Alfabeta*.
- Susilawati, I. (2019). *Analisis Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Dalam Pelayanan di Bank Muamalat Ponorogo*. Ponorogo: Institut Agama Islam Ponorogo.

- Totok Rudianto, M. G. (2020). Pengaruh Pengalaman, Pengetahuan dan Keterampilan Auditor Terhadap Kualitas Audit (Studi Kasus Kantor Inspektokrat Aceh). *Jurnal Penelitian Ekonomi Akuntansi (JENSI), Vol. 4 No. 2.*
- Utama, A. S. (2020). Perkembangan Perbankan Syariah di Indonesia. *Unes Law Review, Vol. 2, 292.*
- Yeni Oktapiani, M. R. (2020). Analisis Minat Penggunaan Aplikasi Brimo Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Sistem Informasi.*
- Yuliawati, A. P. (2019). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Dalam Pelayanan di Bank Muamalat KCP Ponorogo.* Ponorogo: IAIN Ponorogo.

LAMPIRAN*Lampiran 1 : Kuesioner*

Perihal: Permohonan Pengisian Kuesioner

Kepada Yth.

Responden

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Dengan Hormat,

Sehubungan dengan penelitian tugas akhir sebagai mahasiswa program studi S1 Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta, saya:

Nama : Yuli Sri Untari

NIM : 185231152

Program Studi : Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dengan ini bermaksud melakukan penelitian untuk tugas akhir saya dengan judul "Pengaruh Word Of Mouth (WOM) Aplikasi Mobile Banking terhadap Kepuasan dan Kepercayaan Nasabah BSI (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Surakarta)". Memohon kesediaan waktu Saudara/i untuk mengisi kuesioner yang dilampirkan dibawah ini.

Oleh karena itu saya memohon untuk Saudara/i untuk mengisi lembar kuesioner penelitian ini secara lengkap dan cermat. Data yang diperoleh akan digunakan untuk proses penelitian dan akan dijamin kerahasiaanya. Atas kesediaan Saudara/i dalam meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner ini saya ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Hormat saya

Yuli Sri Untari

KUESIONER PENELITIAN

Pengaruh Word Of Mouth (WOM) Aplikasi Mobile Banking Terhadap Kepuasan
Dan Kepercayaan Nasabah BSI (Sdi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri
Raden Mas Said Surakarta).

A. IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama :
2. Jenis Kelamin :
3. Fakultas :

B. PERNYATAAN UNTUK NASABAH

VARIABEL WORD OF MOUTH

No	PERNYATAAN	STS	TS	KS	S	SS
1.	Saya sering membicarakan kepada orang lain tentang kenyamanan yang saya peroleh jika menggunakan layanan BSI Mobile					
2.	Saya merekomendasikan kepada keluarga, teman, dan tetangga yang ingin menggunakan layanan BSI Mobile					
3.	Saya mempromosikan kepada keluarga, teman, dan tetangga tentang hal yang saya peroleh selama menggunakan layanan BSI Mobile					

VARIABEL KEPUASAN NASABAH

No	PERNYATAAN	STS	TS	KS	S	SS
1.	Saya merasa puas dengan penggunaan layanan aplikasi BSI Mobile					
2.	Saya merasa puas dengan layanan aplikasi BSI Mobile karena tampilannya yang menarik					
3.	Saya merasa puas dengan layanan aplikasi BSI Mobile karena keamanannya terjamin					
4.	Saya merasa puas dengan aplikasi BSI Mobile					

VARIABEL KEPERCAYAAN NASABAH

No	PERNYATAAN	STS	TS	KS	S	SS
1.	Saya menggunakan BSI Mobile karena transaksi aman dan mudah					
2.	Penggunaan layanan aplikasi BSI Mobile dapat memberikan informasi yang benar					
3.	Aplikasi BSI Mobile mendukung transaksi keuangan saya					

Lampiran 2 : Jawaban Responden

No	Nama	Jenis Kelamin	Fakultas
1	Bela Wahyu Kusumaningrum	Perempuan	FEBI
2	Edhiningsih Budhi Setyani	Perempuan	FEBI
3	Nur Indah Wulandari	Perempuan	FEBI
4	Luthfiah Laila	Perempuan	FEBI
5	Puput Vatmawati	Perempuan	FEBI
6	Leviana	Perempuan	FEBI
7	Dian Kusumawati	Perempuan	FEBI
8	Anisa M	Perempuan	FEBI
9	Aji Tri Laksono	Laki-laki	FEBI
10	Anis Novi	Perempuan	FEBI
11	Selly Diah Ayu	Perempuan	FEBI
12	Nashwa Cinta Vitry Lhacindy	Perempuan	FEBI
13	Ratih Ayu Hapsari	Perempuan	FEBI
14	Adheliya Mustika Dwi Putri	Perempuan	FEBI
15	Aditya Aqhsal Asfahani	Perempuan	FEBI
16	Aditya Ibnu Nugraha	Laki-laki	FEBI
17	Anggrita Desy	Perempuan	FEBI
18	Yuana Saputri	Perempuan	FEBI
19	Deva Ardana Putra	Laki-laki	FEBI
20	Reny Widia Daradinanti	Perempuan	FEBI
21	Alberil Aditya	Laki-laki	FUD
22	Wulan Purnama Sari	Perempuan	FUD
23	Seila Aisah	Perempuan	FUD
24	Ismi Islamia	Perempuan	FUD
25	Miladdiyani Nur Hasanah	Perempuan	FUD
26	Agnes Widi Ineke Putri	Perempuan	FUD
27	Zalfa Nur Aisyah	Perempuan	FUD
28	Habib Nur Rohman	Perempuan	FUD
29	Annisa Zilma	Perempuan	FUD
30	Nadya Tasya Wulandari	Perempuan	FUD
31	Kiana Lakeisya	Perempuan	FUD
32	Yuliana Dwi Liana	Perempuan	FUD
33	Galang Tri Saputra	Laki-laki	FUD
34	Riko Wahyu Prabowo	Laki-laki	FUD

35	Antika Saputri	Perempuan	FUD
36	Ayu Astuti	Perempuan	FUD
37	Rian Nugroho Adi	Laki-laki	FUD
38	Andika Putra	Laki-laki	FUD
39	Retno Sahati	Perempuan	FUD
40	Fajar Nur Azizah	Perempuan	FUD
41	Mellin Novita	Perempuan	FASYA
42	Widya Ratnasari	Perempuan	FASYA
43	Yusuf HeriWicaksono	Laki-laki	FASYA
44	M Islah Robbani	Laki-laki	FASYA
45	Syakila Mufida	Perempuan	FASYA
46	Lailatul Mufidah Thoatillah	Perempuan	FASYA
47	Salisa Salma	Perempuan	FASYA
48	Fatika Munawaroh	Perempuan	FASYA
49	Dito	Laki-laki	FASYA
50	Fery Pradana	Laki-laki	FASYA
51	Indra Roni Saputra	Laki-laki	FASYA
52	Riska Wulandari	Perempuan	FASYA
53	Apriliana Sari	Perempuan	FASYA
54	Liana Sari Dewi	Perempuan	FASYA
55	Raul Putra Aprillian	Laki-laki	FASYA
56	Monica	Perempuan	FASYA
57	Muhammad Sena Adhi P	Laki-laki	FASYA
58	Nafhan Fadhlalla	Laki-laki	FASYA
59	Dindasari	Perempuan	FASYA
60	Ekayani Saputri	Perempuan	FASYA
61	Reza Fatika Aristyani	Perempuan	FIT
62	Annisa Nur Fadhillah	Perempuan	FIT
63	Anisa Dewi Purwasih	Perempuan	FIT
64	Luluk Retno Wulandari	Perempuan	FIT
65	Ninda Rahmawati	Perempuan	FIT
66	Elsa	Perempuan	FIT
67	Maharani Trianaseli	Perempuan	FIT
68	Liana	Perempuan	FIT
69	Agung Fadhulloh	Laki-laki	FIT
70	Riana Mukti A	Perempuan	FIT
71	Anita Sufiana	Perempuan	FIT
72	Suci Nur Khasanah	Perempuan	FIT

73	Rafli Nugroho	Laki-laki	FIT
74	Ali Nugroho Saputro	Laki-laki	FIT
75	Ira Dwi Lestari	Perempuan	FIT
76	Andika Fajar H	Laki-laki	FIT
77	Eka Putri Agustina	Perempuan	FIT
78	Nuryani Putri	Perempuan	FIT
79	Faturrohman	Laki-laki	FIT
80	Habib Angga S	Laki-laki	FIT
81	Prillia Ambarwati	Perempuan	FAB
82	Risna Mukti	Perempuan	FAB
83	Elma Bintarti	Perempuan	FAB
84	Aulia Febrianti	Perempuan	FAB
85	Bambang Saputro	Laki-laki	FAB
86	Trisnawati Putri	Perempuan	FAB
87	Putri Mawarni	Perempuan	FAB
88	Susilo	Laki-laki	FAB
89	Yuda Rifal Putra	Laki-laki	FAB
90	Atik Puspita	Perempuan	FAB
91	Heri Kuncoro	Laki-laki	FAB
92	Indah Nur Rahayu	Perempuan	FAB
93	Gita Pratiwi	Perempuan	FAB
94	Ida Laila	Perempuan	FAB
95	Arsyila R	Perempuan	FAB
96	Andi Nugroho S	Laki-laki	FAB
97	Gery Setiawann	Laki-laki	FAB
98	Reni Yulia Rahma	Perempuan	FAB
99	Yeni Astuti	Perempuan	FAB
100	Taufiq Zaki Nur Rohim	Laki-laki	FAB

Variabel WOM

WOM01	WOM02	WOM03	TOTAL
4	4	4	12
4	4	4	12
4	4	4	12
4	4	5	13

4	5	4	13
4	4	4	12
3	4	3	10
3	4	3	10
4	4	5	13
4	4	4	12
5	5	5	15
4	4	4	12
3	3	4	10
4	4	4	12
4	5	5	14
4	4	3	11
5	5	5	15
3	4	3	10
3	3	3	9
3	3	3	9
5	5	5	15
4	4	4	12
3	3	3	9
2	2	2	6
3	5	4	12
2	4	2	8
5	4	4	13
4	3	3	10
4	4	4	12
5	4	4	13
4	4	4	12
4	3	4	11
4	4	4	12
4	4	4	12
5	4	4	13
5	4	4	13
3	3	3	9
3	3	4	10
3	4	4	11
4	4	4	12
4	4	5	13
4	5	4	13

3	4	4	11
3	3	3	9
4	4	3	11
3	3	3	9
4	4	3	11
3	3	3	9
4	3	3	10
4	4	4	12
4	3	3	10
4	4	4	12
4	5	4	13
4	4	4	12
4	4	3	11
3	3	4	10
3	4	4	11
3	3	3	9
3	4	3	10
5	3	4	12
5	4	4	13
4	3	3	10
5	5	5	15
5	5	5	15
5	5	5	15
3	4	4	11
3	4	2	9
4	4	4	12
3	3	4	10
4	3	4	11
4	4	4	12
4	3	4	11
3	3	3	9
4	3	4	11
4	4	4	12
4	4	3	11
4	4	4	12
4	3	4	11
3	3	3	9
4	4	4	12

5	5	4	14
3	4	3	10
4	4	3	11
4	4	4	12
4	4	4	12
3	3	3	9
3	3	4	10
3	3	3	9
3	4	4	11
4	4	4	12
3	3	4	10
3	3	3	9
2	2	3	7
3	3	3	9
2	4	4	10
3	4	3	10
4	3	3	10
5	4	4	13
4	4	4	12
5	4	4	13

Variabel Kepuasan Nasabah

KPSN01	KPSN02	KPSN03	KPSN04	TOTAL
5	4	4	5	18
4	4	4	4	16
5	4	5	5	19
4	4	3	3	14
5	4	5	4	18
4	4	5	5	18
5	4	3	4	16
4	4	4	4	16
5	4	4	4	17
4	4	3	4	15
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20

3	3	3	3	12
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
4	4	4	3	15
5	5	5	5	20
5	5	4	4	18
4	4	4	4	16
4	4	4	3	15
5	5	5	5	20
5	4	4	4	17
4	4	4	5	17
4	4	3	3	14
5	4	5	4	18
4	4	4	4	16
5	4	5	5	19
5	4	5	5	19
4	4	5	4	17
4	4	4	5	17
5	4	5	5	19
5	5	5	5	20
5	4	5	5	19
5	4	5	5	19
5	4	4	4	17
5	4	5	5	19
4	4	4	4	16
4	4	5	5	18
4	4	5	5	18
5	4	5	5	19
5	4	5	5	19
5	4	4	5	18
4	5	5	5	19
3	3	4	3	13
5	4	3	4	16
3	3	4	3	13
5	2	4	2	13
3	3	4	3	13
3	1	5	3	12
4	4	4	4	16

4	4	5	4	17
5	5	5	5	20
4	5	5	4	18
5	4	5	5	19
5	5	5	5	20
5	4	5	5	19
4	5	5	4	18
5	4	5	5	19
4	3	4	3	14
3	4	5	4	16
4	5	4	5	18
5	5	4	5	19
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
4	5	4	5	18
5	5	5	4	19
5	4	5	4	18
4	4	4	4	16
4	5	5	4	18
5	5	4	5	19
5	5	4	5	19
5	5	5	5	20
4	4	5	5	18
5	4	5	4	18
4	5	4	5	18
4	4	5	5	18
5	5	5	5	20
4	5	4	5	18
4	4	5	4	17
4	5	5	4	18
5	5	4	5	19
5	4	3	4	16
4	4	4	4	16
5	4	5	5	19
4	4	5	5	18
4	4	5	4	17
4	4	5	5	18
4	4	5	5	18

4	4	5	4	17
5	4	5	4	18
4	4	5	5	18
4	4	4	5	17
5	4	4	5	18
4	4	5	5	18
5	4	4	5	18
4	4	4	5	17
5	4	4	5	18
4	5	5	4	18
5	4	5	5	19
5	4	5	5	19

Variebel Kepercayaan Nasabah

KPCN01	KPCN02	KPCN03	KPCN04	TOTAL
5	5	4	4	18
4	4	4	4	16
5	4	4	5	18
4	4	4	4	16
4	5	4	5	18
5	4	4	4	17
5	4	3	4	16
3	4	4	4	15
4	5	5	5	19
4	4	5	3	16
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
3	4	4	4	15
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
5	5	4	5	19
5	5	5	5	20
4	4	5	4	17
4	4	4	4	16
4	3	4	4	15

5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
4	4	5	4	17
5	4	4	5	18
5	5	5	5	20
4	3	4	4	15
5	5	5	4	19
4	5	5	5	19
4	5	5	4	18
4	5	5	5	19
5	5	5	4	19
4	5	5	4	18
4	5	5	5	19
5	5	5	4	19
4	5	4	5	18
4	5	5	5	19
5	5	5	5	20
5	5	5	4	19
4	5	5	5	19
5	5	5	4	19
5	5	4	5	19
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
3	3	3	3	12
4	3	4	4	15
4	4	3	4	15
3	2	4	5	14
3	4	3	3	13
5	3	3	3	14
5	5	5	4	19
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	4	19
5	4	5	5	19
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20

4	5	3	5	17
5	4	4	4	17
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
4	5	4	4	17
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
4	4	5	5	18
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
4	4	5	5	18
5	4	4	5	18
5	5	5	5	20
4	5	5	5	19
5	5	5	5	20
5	4	5	5	19
4	4	5	5	18
4	3	4	5	16
4	4	3	4	15
5	5	4	5	19
5	5	5	4	19
5	5	4	5	19
5	5	5	5	20
5	5	5	4	19
4	5	5	5	19
5	5	5	5	20
5	4	5	5	19
4	4	5	5	18
4	4	5	5	18
4	5	5	5	19
4	4	5	5	18
3	4	5	5	17

4	5	4	5	18
4	5	5	4	18
5	5	5	4	19
5	5	5	5	20

Lampiran 4: Hasil Output SPSS

1. Uji Instrumen

a. Hasil Uji Validitas

Variabel	r hitung	r tabel	keterangan
WOM1	0,855	0,1654	VALID
WOM2	0,818	0,1654	VALID
WOM3	0,849	0,1654	VALID
KPSN1	0,691	0,1654	VALID
KPSN2	0,737	0,1654	VALID
KPSN3	0,622	0,1654	VALID
KPSN4	0,853	0,1654	VALID
KPCN1	0,723	0,1654	VALID
KPCN2	0,820	0,1654	VALID
KPCN3	0,783	0,1654	VALID
KPCN4	0,701	0,1654	VALID

b. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel WOM

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.792	3

Variabel kepuasan nasabah

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.706	4

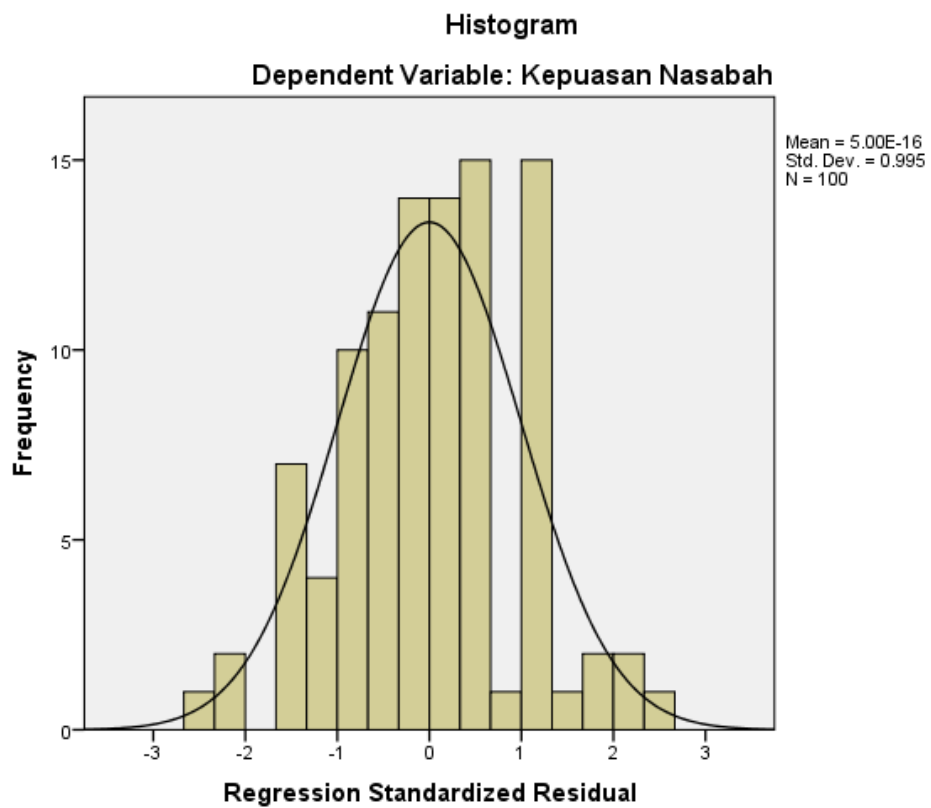
Variabel kepercayaan nasabah

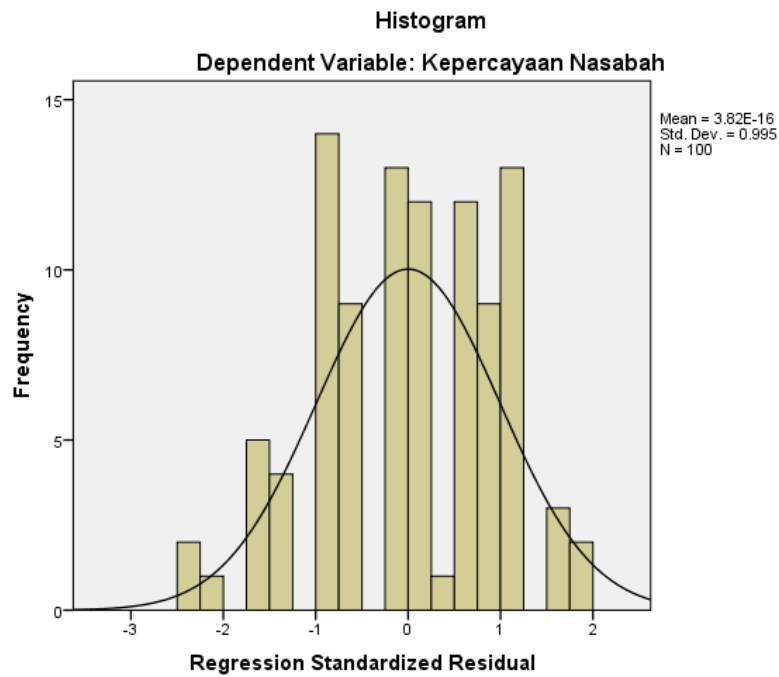
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.753	4

2. Hasil Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas





3. Uji Hipotesis

a. Uji Regresi Linier Sederhana

Hasil Uji Regresi Linier Sederhana Antara Word Of Mouth (X) terhadap Kepuasan Nasabah (Y1)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	5.153	1.151		4.476	.000
Word Of Mouth	.741	.065	.754	11.356	.000

Hasil Uji Regresi Linier Sederhana Antara Word Of Mouth (X) terhadap Kepercayaan Nasabah (Y2)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	9.414	1.334		7.058	.000
Word Of Mouth	.493	.076	.548	6.486	.000

b. Hasil uji t

Hasil Uji t Antara Word Of Mouth (X) Terhadap Kepuasan Nasabah (Y1)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	5.153	1.151		4.476	.000
Word Of Mouth	.741	.065	.754	11.356	.000

Hasil Uji T Variabel Word Of Mouth (X) Terhadap Kepercayaan Nasabah (Y2)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		

1 (Constant)	9.414	1.334		7.058	.000
Word Of Mouth	.493	.076	.548	6.486	.000

c. Uji f

Hasil Uji F Variabel Word Of Mouth (X) Terhadap Kepuasan Nasabah (Y2)

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	197.032	1	197.032	128.969	.000 ^b
Residual	149.718	98	1.528		
Total	346.750	99			

Hasil Uji F Variabel Word Of Mouth (X) Terhadap Kepercayaan Nasabah (Y2)

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	79.887	1	79.887	42.074	.000 ^b
Residual	186.073	98	1.899		
Total	265.960	99			

d. Uji koefisien determinasi

Hasil Uji Koefisien Determinasi Antara Word Of Mouth (X) Terhadap

Kepuasan Nasabah (Y1)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.754 ^a	.568	.564	1.236

Hasil Uji Koefisien Determinasi Antara Word Of Mouth (X) Terhadap

Kepercayaan Nasabah (Y2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.548 ^a	.300	.293	1.378

Lampiran 4: Plagiarisme

NEW_bab_1-5_untuk_munaaa.docx

ORIGINALITY REPORT

26%

SIMILARITY INDEX

24%

INTERNET SOURCES

8%

PUBLICATIONS

12%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	eprints.iain-surakarta.ac.id Internet Source	4%
2	repository.iainbengkulu.ac.id Internet Source	2%
3	repository.radenintan.ac.id Internet Source	2%
4	journal.lppmunindra.ac.id Internet Source	2%
5	jptam.org Internet Source	2%
6	febi.uinsaid.ac.id Internet Source	1%
7	radarbromo.jawapos.com Internet Source	1%
8	123dok.com Internet Source	1%
9	media.neliti.com Internet Source	1%

Lampiran 5: Daftar Riwayat Hidup Penulis

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

- | | |
|----------------------|----------------------------------------------|
| 1. Nama | : Yuli Sri Untari |
| 2. Jenis Kelamin | : Perempuan |
| 3. Tempat/Tgl. Lahir | : Sragen, 09 Juli 2000 |
| 4. Status | : Belum Menikah |
| 5. Alamat | : Mantup rt 004/000, Bendo, Sukodono, Sragen |
| 6. Kewarganegaraan | : Warga Negara Indonesia (WNI) |
| 7. Agama | : Islam |
| 8. No. HP | : 082135398901 |
| 9. E-mail | : yuliuttari07@gmail.com |

Riwayat Pendidikan Formal

1. TK Pertiwi 1 Krikilan
2. MI Nurul Islam Bendo
3. SMPN 2 Sukodono
4. SMAN 1 Sukodono
5. UIN Raden Mas Said Surakarta