

EFEKTIVITAS PENGGUNAAN MOBILE BANKING TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA BANK SYARIAH DI KABUPATEN ACEH BARAT

Siti Zakiah

Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Teuku Umar, Kota Meulaboh
e-mail: siti.zakiah2001@gmail.com

ABSTRACT

Banks as financial institutions require reliability which means being sincere in carrying out their interests to provide accurate and reliable services as committed. As mobile banking is gaining traction, traditional banks are struggling to adapt to the new reality where physical interactions within conventional banking are no longer the status quo. This also happened in the sharia banking industry, even for the Aceh region. This study aims to see how far mobile banking as a facility offered by the Islamic banking system in Aceh is effective in attracting customer satisfaction. This study took place in West Aceh with 113 research respondents selected by the convenience sampling method. All research samples were then tested for their responses and it was found that the use of mobile banking effectively affected the satisfaction of Islamic banking customers for the Aceh region.

Keywords : Customer Satisfaction, Islamic Banks, Mobile banking.

ABSTRAK

Bank sebagai lembaga keuangan mensyaratkan keandalan yang berarti tulus dalam menjalankan kepentingannya untuk memberikan layanan yang akurat dan dapat diandalkan sebagaimana komitmennya. Saat mobile banking mendapatkan daya tarik, bank tradisional berjuang untuk beradaptasi dengan realitas baru di mana interaksi fisik di dalam perbankan konvensional tidak lagi menjadi status quo. Hal ini juga terjadi pada industri perbankan syariah bahkan untuk wilayah Aceh. Penelitian ini bertujuan untuk melihat sejauh apa mobile banking sebagai sebuah fasilitas yang ditawarkan oleh sistem perbankan syariah di Aceh efektif dalam menggaet kepuasan nasabah. Penelitian ini mengambil tempat di Aceh Barat dengan 113 orang responden penelitian dipilih dengan metode convenience sampling. Seluruh sample penelitian kemudian diuji tanggapannya dan didapat bahwa penggunaan mobile banking secara efektif berpengaruh terhadap kepuasan nasabah perbankan syariah untuk wilayah Aceh.

Kata kunci : Kepuasan Nasabah, Bank Syariah, Mobile banking.

1. Pendahuluan

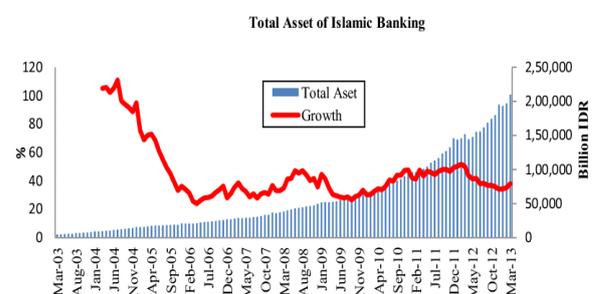
Penelitian ini bertujuan untuk melihat sejauh mana efektivitas penggunaan mobile banking terhadap kepuasan Nasabah pada bank syariah yang berada di kabupaten Aceh Barat. Sekarang ini, dengan maraknya perkembangan teknologi informasi, semua kebutuhan manusia sudah bergantung terhadap teknologi salah satunya yang di lakukan oleh layanan jasa industri perbankan baik yang konvensional maupun syariah mengenai penggunaan mobile banking yang memudahkan dalam bertransaksi.

Bank syariah adalah sistem perbankan yang dijalankan atas dasar Undang-undang dan prinsip-prinsip Islam, yang melarang investasi dalam bisnis ilegal. Secara keseluruhan perbankan syariah itu mempunyai struktur organisasi dan mempunyai tugas masing-masing. Dalam melakukan pengawasan, perbankan syariah dipimpin oleh dewan pembina tingkat pusat yang sehingga semua perbankan syariah harus mematuhi segala peraturan dan tunduk terhadap undang-undang yang telah ditetapkan. Setiap peraturan mencakup tentang kegiatan yang berbasis keuangan Islam, baik itu berupa produk maupun jasa layanan yang diberikan dan patuh terhadap undang-undang (Zulfadli Hamzah, 2015).

Pemerintahan Indonesia khususnya provinsi Aceh merupakan salah satu provinsi yang menerapkan industri perbankan dalam bentuk syariah. Salah satunya perbankan Syariah Indonesia (BSI) dan Bank Aceh Syariah. Bank Syariah Indonesia sebelumnya dikenal dengan sebutan Bank Rakyat Indonesia seiring dengan perjalanan waktu bank Rakyat

Indonesia tersebut digantikan dengan nama Bank rakyat Indonesia syariah, sehingga tidak lama berselang Bank rakyat Indonesia syariah berganti lagi nama menjadi Bank Syariah Indonesia pada tahun 2021 hasil kerja sama antara Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan Bank Rakyat Indonesia demi terbentuknya Bank Syariah Indonesia agar nantinya dapat memberikan layanan yang lebih luas serta modal yang banyak demi menciptakan suatu pertumbuhan yang baik bagi UMKM yang ada di Indonesia. Bank Aceh Syariah merupakan suatu bank daerah yang ada di provinsi Aceh, sebelumnya bank ini disebut dengan nama Bank BPD Aceh terus berganti lagi nama menjadi bank Aceh pada tahun 2010. Setelah melalui beberapa tahun berjalan bank Aceh terus melakukan upaya untuk demi terbentuknya perubahan, akhirnya pada tahun 2016 bank Aceh berganti nama menjadi bank Aceh Syariah dengan adanya bank dengan diharapkan bisa bertampak positif bagi masyarakat di Aceh.

Gambar 1. Perkembangan Aset Perbankan Syariah di Indonesia



Sumber: (Sakti & Mohamad, 2018)

Perbankan syariah Indonesia dan bank Aceh Syariah terus melakukan upaya demi memberikan layanan yang baik bagi nasabah seiring dengan era modern saat ini yaitu salah satunya dengan adanya mobil banking. Mobile banking ialah salah satu layanan jasa perbankan yang dapat digunakan oleh para nasabah yang sudah terdaftar memiliki rekening pada bank yang bersangkutan (Axel & Felix, 2022). Menurut Amalia & Hastriana (2022) Mobile banking adalah suatu teknologi yang memiliki inovasi serta memiliki layanan informasi yang terbaru di dalam industri perbankan sehingga nantinya dapat mempermudah para nasabahnya dalam melakukan transaksi. Dan saat ini juga setiap industri perbankan baik yang konvensional maupun syariah memiliki mobile banking tersendiri dalam melakukan proses transaksi.

Pesatnya kemajuan mobile banking saat ini dikarenakan layanan yang di berikan dari pihak perbankan untuk memenuhi kebutuhan nasabah sesuai dengan perkembangan di era yang serba teknologi saat ini. Dengan banyaknya kemajuan pada industri perbankan sehingga mengalami beberapa kendala bagi nasabah dalam melakukan transaksi. Oleh karena itu perlu adanya tingkat keamanan yang baik maupun hal lainnya demi menjaga layanan bagi nasabah dalam melakukan transaksi. Di samping itu, hal yang harus mesti di lakukan oleh pihak perbankan terhadap mobile banking ialah fasilitasnya agar nantinya dapat menarik minat nasabah untuk menggunakannya, dengan begitu nantinya pihak nasabah bisa menilai sendirinya mengenai kenyamanan dalam

penggunaan mobile banking tersebut (Harahap, 2020).

Kepuasan yang baik diawali dengan kinerja yang baik. Kepuasan seorang nasabah itu meningkat jika pelayanan yang di berikan oleh suatu instansi itu berjalan secara efektif dan efisien. Sedangkan kepuasan seseorang itu dapat diukur terhadap kinerja baik maupun buruknya dari pelayanan yang di berikan. Setiap seseorang itu mempunyai peranan masing-masing dalam menentukan kualitas dari suatu jasa layanan. Oleh karena itu, perlu adanya layanan yang baik sehingga nantinya kepuasan seseorang itu dapat diterima dengan baik (Triyanti et al., 2021). Kabupaten Aceh Barat merupakan suatu kabupaten yang terletak di bagian pantai barat dan selatan kepulauan Sumatera yang membentang dari barat ke timur mulai dari kaki Gunung Geurutee sampai kesisi Krueng seumayam dengan panjang garis pantai sejauh 250 Km. Letak geografis kabupaten Aceh barat di bagian Utara berbatasan dengan kabupaten Aceh Jaya dan Kabupaten Pidie, di bagian Timur berbatasan dengan Aceh Tengah dan Kabupaten Nagan Raya, bagian selatan berbatasan dengan Samudera Indonesia dan Kabupaten Nagan Raya, serta di bagian Barat berbatasan dengan Samudera Indonesia.

Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang mendukung penelitian ini karena memiliki topik pembahasan yang hampir sama dengan penelitian yang akan penulis buat. Berikut beberapa penelitian sebelumnya, antara lain sebagai berikut. Menurut Filanti (2019) Berdasarkan hasil penelitiannya menyebutkan yang bahwa

tingkat kepercayaan nasabah terhadap kepuasan dalam penggunaan mobile banking berpengaruh secara efektif dan positif berdasarkan hasil uji data. Secara keseluruhan mengatakan yang bahwa kepercayaan nasabah terhadap adanya transparansi informasi yang sangat baik sehingga berdampak efektif dan efisien terhadap kepuasan nasabah. Penelitian menurut Marginingsih (2020) Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa faktor kualitas pelayanan secara simultan dan parsial menggunakan variabel keandalan dan akuntabilitas serta kenyamanan dalam perbankan. Layanan mobile banking yang user-friendly untuk kepuasan nasabah mencapai hasil yang positif dan signifikan.

Dengan begitu akan menghasilkan suatu keberhasilan bagi suatu instansi apabila di dalamnya terdapat pelayanan yang baik. Menurut Febrizal Alfarasyi Syam et al., (2022) Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa Prioritas utama perbaikan berdasarkan grafik Cartesian Quadrant I adalah menyediakan tampilan dan informasi yang memadai tentang produk dan layanan perbankan, meningkatkan kecepatan dan menyederhanakan pemrosesan transaksi, serta memperbarui aplikasi untuk mempercepat jaringan mobile banking.

Tabel 1. Penelitian Terkait Efektifitas dan Kepuasan

(Anouze et al., 2019)	Hasil analisis faktor konfirmatori menunjukkan bahwa penggerak kepuasan nasabah yang paling penting adalah kepatuhan Syariah keluhan, harga dan kenyamanan, sedangkan penggerak yang paling tidak penting adalah e-banking, persepsi karyawan, kenikmatan dan bukti fisik. Selain itu, hasil analisis multi-grup menunjukkan bahwa dampak signifikan dari semua penggerak terhadap kepuasan nasabah berbeda dari bank syariah dengan bank konvensional kecuali kenikmatan. Pengaruh signifikan kepuasan nasabah terhadap kinerja bank juga berbeda antara bank syariah dan konvensional.
(Golovkova et al., 2019)	Temuan menunjukkan bahwa nilai indeks kepuasan pelanggan penting dalam menjelaskan kinerja keuangan industri perbankan di tingkat negara secara agregat. Indeks kepuasan pelanggan yang diukur sebagai EPSI memiliki pengaruh positif yang

kuat terhadap kinerja keuangan industri perbankan di berbagai negara Eropa Utara yang diteliti. Terlihat bahwa EPSI memiliki pengaruh positif terhadap total aset dan total ekuitas, dengan pengaruh relatif yang lebih tinggi dan signifikansi yang lebih kuat terhadap total aset sektor perbankan daripada total ekuitas.

(Saqib et al., 2016)

Efek moderasi yang signifikan dari persepsi kepatuhan Syariah pada hubungan antara kualitas layanan dan kepuasan pelanggan telah diidentifikasi. Hasil dari penelitian ini merekomendasikan bank syariah untuk fokus pada kekuatan inti mereka “kepatuhan syariah” sambil mengembangkan produk/layanan dan membangun strategi pemasaran. Selain itu, jaminan layanan berkualitas tinggi akan menopang strategi tersebut melawan persaingan dengan bank konvensional.

(Panjaitan & Djunaedi, 2017)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa keunggulan produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. pemasaran hubungan pelanggan berpengaruh pada kualitas layanan. pemasaran hubungan pelanggan mempengaruhi kepuasan pelanggan. kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan pelanggan. Penelitian menunjukkan pemasaran hubungan pelanggan berpengaruh dominan terhadap kepuasan konsumen. Disarankan bagi pihak manajemen bank agar memperhatikan produk yang dimiliki mengingat peranan keunggulan produk terhadap kepuasan nasabah

(Budiyono et al., 2021)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa keunggulan produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. pemasaran hubungan pelanggan berpengaruh pada kualitas layanan. pemasaran hubungan pelanggan mempengaruhi kepuasan pelanggan. kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Penelitian menunjukkan pemasaran hubungan pelanggan berpengaruh dominan terhadap kepuasan konsumen. Disarankan bagi pihak manajemen bank agar memperhatikan produk yang dimiliki mengingat peranan keunggulan produk terhadap kepuasan nasabah

(Hossain & Leo, 2009)

Untuk mencapai tingkat kualitas layanan yang lebih tinggi di perbankan ritel, bank harus memberikan tingkat kualitas layanan yang lebih tinggi dan dalam konteks saat ini persepsi pelanggan paling tinggi di tingkat fasilitas infrastruktur bank, diikuti oleh waktu bank, dan pengembalian pada deposito. Karena persaingan yang semakin ketat di perbankan ritel, layanan pelanggan adalah bagian penting dan manajer bank harus memikirkan kembali bagaimana meningkatkan kepuasan pelanggan sehubungan dengan kualitas layanan.

2. Metode

Penelitian ini menggunakan kuesioner sebagai alat untuk mengumpulkan data penelitian. Lokus penelitian berada pada Bank Aceh Syariah di Kabupaten Aceh Barat. Adapun responden penelitian dipilih dengan screening sebagai berikut:

1. Responden penelitian adalah nasabah dari Bank Syariah Indonesia yang dibuktikan dengan kepemilikan buku tabungan/ Kartu ATM Bank Aceh Syariah.

2. Responden penelitian menggunakan aplikasi mobile banking Bank Aceh

Syariah (Bank Aceh Syariah Mobile/ Action Bank Aceh) yang terinstal dan berfungsi di perangkat smartphone yang dimiliki oleh nasabah yang menjadi responden penelitian.

Responden penelitian dipilih dengan menggunakan metode *convenience sampling* dan didapatkan 113 responden penelitian dengan deskripsi responden penelitian adalah sebagai berikut:

Tabel 2. Deskripsi Responden Penelitian

Jenis Kelamin		
Pria	46	40,71%
Wanita	67	59,29%
Pendidikan Terakhir		
SMP	2	1,77%
SMA	27	23,89%
D1	13	11,50%
D3	9	7,96%
D4	8	7,08%
S1	35	30,97%
S2	14	12,39%
S3	5	4,42%
Domisili Responden		
Johan Pahlawan	34	30,09%
Meureubo	32	28,32%
Kaway XVI	23	20,35%
Samatiga	16	14,16%
Bubon	8	7,08%
Total	113	100,00%

Kuesioner dalam penelitian ini diadaptasi dari kuesioner efektifitas yang diadaptasi dari milik Osseo-asare terkait efektifitas dan kepuasan dan disesuaikan dengan lokus penelitian di Aceh Barat (Osseo-asare et al., 2007). Alat ukur yang digunakan yaitu kuesioner penelitian diuji validitas dan reliabilitasnya dan didapatkan hasil uji berdasarkan Pearson Product Moment dan Cronbach's Alpha sebagai berikut:

Tabel 3. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner Penelitian

Variabel	Butir Pernyataan	r_{hitung} ($r_{tabel} =$ 0,185)	Cronbach's Alpha
Efektifitas	1	.808	.951
	2	.832	
	3	.763	
	4	.777	
	5	.852	
	6	.797	
	7	.758	
	8	.741	
	9	.805	
	10	.800	
	11	.783	
	12	.749	
	13	.637	
	14	.837	
Kepuasan	1	.855	.950
	2	.847	
	3	.885	
	4	.829	
	5	.847	
	6	.820	
	7	.782	
	8	.856	
	9	.816	

10 .770

Data penelitian yang telah terkumpul kemudian diuji normalitasnya. Uji Normalitas data menggunakan metode Shapiro-Wilk karena ukuran sampel penelitian kurang dari 300. Hasil uji normalitas menggunakan struktur both dan didapat hasil sebagai berikut:

Tabel 4. Distribusi normal data penelitian

	Kolmogorov-Smirnov ^a	Sig.	Shapiro-Wilk	Sig.	df
Efektifitas	.120	.000	.943	.000	113
Kepuasan	.136	.000	.935	.000	113

Uji hipotesis searah dilakukan terhadap variabel independen yang dianggap mempengaruhi variabel dependen secara hipotesis. Hasil uji searah didapat nilai t-hitung sebagai berikut:

Tabel 5. Uji Hipotesis

	(Constant)	Efektifitas (X)
Unstandardized Coefficients	6.165	.602
T	2.775	15.091
Sig.	.006	.000

3. Hasil dan Pembahasan

Kepuasan selalu identik dengan perusahaan yang bergerak di bidang jasa daripada bidang produk. Pelayanan yang berkualitas merupakan hal yang harus diberikan oleh perusahaan kepada konsumennya agar konsumen merasa puas terhadap pelayanan tersebut terutama di era 4.0 menuju era 5.0 yang berkembang pesat dan tidak terbatas

ruang dan waktu. Tuntutan ini tidak dapat dihindari bagi setiap perusahaan yang ingin menguasai atau memenangkan persaingan pasar bahkan ingin bertahan dalam jangka panjang atau berkelanjutan. Salah satu perusahaan yang sangat penting memperhatikan pelayanan yang prima dan berkualitas ini adalah perbankan.

Kepuasan pelanggan didefinisikan sebagai persentase pelanggan yang pengalamannya dilaporkan melebihi tingkat kepuasan produk/jasa tertentu atau ketika harapan pelanggan untuk produk/jasa memenuhi atau melampaui antisipasi (Anton, 1996). Sejak dua dekade terakhir, sektor jasa khususnya sektor perbankan terus berupaya untuk melampaui harapan pelanggan melalui pengembangan produk dan layanan baru dengan adopsi teknologi terkini secara ekstensif. Dari dukungan online hingga e-money dan pengiriman uang/penyelesaian internasional, bank telah bergerak lebih jauh untuk memperlakukan pelanggan mereka dengan hati-hati sebagai pusat strategi pemasaran mereka.

Kepuasan pelanggan merupakan bagian integral bagi perusahaan karena berhubungan langsung dengan profitabilitas, reputasi baik dan pangsa pasar melalui pembelian berulang (Cronin dan Taylor, 1992) dan loyalitas merek, bersama dengan kata positif dari mulut ke mulut. Dengan meningkatnya persaingan, lembaga keuangan ingin mencapai tingkat kepuasan dan retensi pelanggan yang lebih tinggi untuk prospek bisnis yang menguntungkan.

Dengan meningkatnya persaingan dan tekanan pasar, bank harus menekankan kualitas layanan untuk mencapai kepuasan pelanggan (Goode dan Moutinho, 1996). Hal ini lebih relevan bagi bank syariah karena mereka juga harus menyediakan layanan pasar yang kompetitif bersama dengan Syariah sambil bersaing dengan bank syariah dan konvensional lainnya. Studi sebelumnya menyoroti berbagai faktor yang berkontribusi terhadap

kepuasan pelanggan di bank syariah di seluruh dunia, seperti produk, layanan, keuangan, fasilitas, citra bank, kerahasiaan, dan kecakapan staf (Amin et al., 2011). Namun, kepuasan pelanggan di sektor perbankan syariah Indonesia masih harus dieksplorasi untuk pemahaman yang lebih baik tentang bank dalam membangun strategi mereka untuk mengeluarkan potensi pertumbuhan yang lebih tinggi dan memperoleh pangsa pasar yang diinginkan.

4. Kesimpulan

Mobile banking merupakan bentuk perpanjangan layanan dari perusahaan perbankan. Keberadaan mobile banking dalam mendukung pelayanan keuangan pada nasabah merupakan pertimbangan tersendiri bagi para nasabah dalam memilih bank yang mereka inginkan. Kecanggihan teknologi informasi merupakan salah satu faktor tersendiri yang memberikan kemudahan dalam menyediakan layanan keuangan sehingga nasabah bisa merasa puas. Bank Syariah juga dianggap perlu untuk berbenah dalam menyediakan layanan yang baik dan tersedia dalam rentang 24 jam penuh. Pada penelitian ini didapat simpulan bahwa ketersediaan layanan mobile banking nyatanya sangat berpengaruh pada kepuasan nasabah dalam memilih dan menggunakan layanan keuangan perbankan utamanya dalam hal layanan keuangan syariah di wilayah Aceh.

Daftar Pustaka

Febrizal Alfarasyi Syam, M. Y. (2022).

ANALISIS KUALITAS LAYANAN MOBILE BANKING TERHADAP KEPUASAN NASABAH BANK ANALYSIS. 5, 164–173.

Amalia, P., & Hastriana, A. Z. (2022). *Pengaruh Kemudahan, Kemudahan Keamanan, dan Fitur M-Banking Terhadap Kepuasan Nasabah dalam Bertransaksi Pada Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus BANK ACEH SYARIAH KCP Sumenep)*. 1, 70–89.

Anouze, A. L. M., Alamro, A. S., & Awwad, A. S. (2019). Customer satisfaction and its measurement in Islamic banking sector: a revisit and update. *Journal of Islamic Marketing, 10(2)*, 565–588. <https://doi.org/10.1108/JIMA-07-2017-0080>

Axel, H., & Felix, D. (2022). Pengaruh Mobile Banking Terhadap Kepuasan. *Jurnal Penerapan Teknologi Informasi Dan Komunikasi, 01(01)*, 17–32.

Budiyono, Tho'in, M., Muliasari, D., & Putri, S. A. R. (2021). An analysis of customer satisfaction levels in islamic banks based on marketing mix as a measurement tool. *Annals of the Romanian Society for Cell Biology, 25(1)*, 2004–2012. <http://annalsofrscb.ro/index.php/journal/article/view/318>

Filanti. (2019). Pengaruh Persepsi Nasabah Bank Syariah Mandiri (BSM) Mengenai Kualitas Layanan BSM Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah BSM NURDINA NISAA FILANTI Program Studi Ekonomi Islam Jurusan Studi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia *J. J.Ekonomi Islam, 1(1)*, 1–22.

Golovkova, A., Eklof, J., Malova, A., & Podkorytova, O. (2019). Customer satisfaction index and financial performance: a European cross country study. *International Journal of Bank Marketing, 37(2)*, 479–491. <https://doi.org/10.1108/IJBM-10-2017-0210>

Harahap, Z. (2020). Pengaruh Pelayanan m-Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Syariah Mandiri Kota Prabumulih. *Islamic Banking: Jurnal Pemikiran Dan Pengembangan Perbankan Syariah, 6(1)*, 101–118. <https://doi.org/10.36908/isbank.v6i1.151>

Hossain, M., & Leo, S. (2009). Customer perception on service quality in retail banking in Middle East: the case of Qatar. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management, 2(4)*, 338–350. <https://doi.org/10.1108/mf.2008.00934jaa.001>

Marginingsih, R. (2020). Kualitas Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BRI (Studi Pada Pengguna BRI Mobile di Kota Depok). *Moneter - Jurnal Akuntansi Dan Keuangan, 7(1)*, 24–31. <https://doi.org/10.31294/moneter.v7i1.7475>

Osseo-asare, A. E., Longbottom, D., & Chourides, P. (2007). Managerial leadership for total quality improvement in UK higher education. *The TQM Magazine, 19(6)*, 541–560. <https://doi.org/10.1108/09544780710828403>

Panjaitan, H., & Djunaedi. (2017). *International Review of Management and*

Marketing Product Advantage, Customer Relationship Marketing, and Service Quality on Customer Satisfaction of Bank Syariah Mandiri in Surabaya. *International Review of Management and Marketing*, 7(4), 122–130.
<http://www.econjournals.com>

Sakti, M. R. P., & Mohamad, A. (2018). Efficiency, stability and asset quality of Islamic vis-à-vis conventional banks: Evidence from Indonesia. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 9(3), 378–400.
<https://doi.org/10.1108/JIABR-07-2015-0031>

Saqib, L., Farooq, M. A., & Zafar, A. M. (2016). Customer perception regarding Sharī'ah compliance of Islamic banking sector of Pakistan. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 7(4), 282–303. <https://doi.org/10.1108/JIABR-08-2013-0031>

Triyanti, D., Kaban, R. F., & Iqbal, M. (2021). Peran Layanan Mobile Banking Dalam Meningkatkan Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Bank Syariah (Studi Kasus Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Tomang). *Jurnal Muhammadiyah Manajemen Bisnis*, 2(1), 51.
<https://doi.org/10.24853/jmmb.2.1.181-192>

Zulfadli Hamzah1, A. A. P. (2015). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH PERBANKAN SYARIAH THE. *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH PERBANKAN SYARIAH THE*, 5(December), 118–138.