

**ANALISIS KUALITAS PELAYANAN TERHADAP TINGKAT KEPUASAN
NASABAH DALAM PENGGUNAAN APLIKASI *JCONNECT MOBILE*
BANK JATIM SYARIAH CABANG JEMBER**

SKRIPSI

diajukan kepada Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi Perbankan Syariah



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

Oleh:
Ely Eka Saputri
NIM: 211105010068

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
APRIL 2025**

**ANALISIS KUALITAS PELAYANAN TERHADAP TINGKAT KEPUASAN
NASABAH DALAM PENGGUNAAN APLIKASI *J-CONNECT MOBILE*
BANK JATIM SYARIAH CABANG JEMBER**

SKRIPSI

diajukan kepada Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi Perbankan Syariah

Oleh:

Ely Eka Saputri
NIM: 211105010068



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Disetujui Pembimbing:

Devi Hardianti Rukmana, S.E., M.M.

NIP. 199202062020122009

**ANALISIS KUALITAS PELAYANAN TERHADAP TINGKAT KEPUASAN
NASABAH DALAM PENGGUNAAN APLIKASI J-CONNECT MOBILE
BANK JATIM SYARIAH CABANG JEMBER**

SKRIPSI

Telah diuji dan diterima untuk memenuhi salah satu
persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi Perbankan Syariah

Hari: Selasa

Tanggal 29 April 2025

Tim Penguji

Ketua


Ana Pratiwi, S.E., A.k., M.S.A
NIP: 198809232019032003

sekretaris


Mashudi, S.E.I, M.E.I
NUP: 201603134

Anggota :

1. Nurul Widyawati Islami Rahayu, S.Sos., M.Si.
2. Devi Hardianti Rukmana, S.E., M.M.

)
)

J E M B E R

Menyetujui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam


Dr. H. Ubaidillah, M.Ag
NIP: 196812261996031001

MOTTO

فَمَا رَحْمَةً مِّنَ اللَّهِ لَئِنَّهُمْ ۖ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْتَفَضُوا مِنْ حَوْلِكَ ۚ فَاعْفُ عَنْهُمْ
وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ ۚ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ ۚ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ ﴿١٥٩﴾

Artinya: Maka, berkat rahmat Allah engkau (Nabi Muhammad) berlaku lemah lembut terhadap mereka. Seandainya engkau bersikap keras dan berhati kasar, tentulah mereka akan menjauh dari sekitarmu. Oleh karena itu, maafkanlah mereka, mohonkanlah ampunan untuk mereka, dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam segala urusan (penting). Kemudian, apabila engkau telah membulatkan tekad, bertawakallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah mencintai orang-orang yang bertawakal.*



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

* Lajnah Pentashihan mushaf Al-Qur'an, "Qur'an Kemenag," 2022.

PERSEMBAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Dengan segala rasa syukur kepada Allah SWT karena rahmat dan karunia-Nya skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Skripsi ini penulis persembahkan pada orang-orang terkasih yaitu:

1. Teruntuk orang tua saya Ibu Indiatut Sofiah dan Ayah Hasan Basri, gelar sarjana ini, dipersembahkan untuk kedua orangtua tercinta saya, yang senantiasa memberikan dukungan kepada penulis berupa moral dan materi yang tak terhingga serta doa yang tidak ada putusnya yang diberikan kepada penulis sehingga mampu menyelesaikan studi sarjana sampai selesai, semoga rahmat Allah SWT selalu mengiringi kehidupan mereka yang barokah, senantiasa diberi kesehatan dan panjang umur.
2. Adik -adik saya Achmad Dani Basri dan Nusaiba Arsyilatus Savina Al Mahyra yang selalu menghibur penulis dengan segala tingkah lakunya selama proses pengerjaan skripsi sehingga penulis kembali bersemangat dan sampai pada tahap ini.
3. Seluruh guru-guru saya yang telah memberikan ilmunya hingga penulis mampu menyelesaikan pendidikan hingga saat ini.
4. Untuk sahabat terdekatku beserta keluarganya, Ananda Dheya Septy P. Nugroho yang telah menganggap penulis seperti keluarga, terimakasih atas segala bantuan dan kesabarannya dalam membantu dan menemani penulis dari awal perkuliahan hingga sampai pada penyusunan skripsi saat ini. Semoga Allah SWT senantiasa membalas kebaikan kalian.
5. Sahabat-sahabat saya, Saqina Maulita Pradewi, Siti Ainun Zahriya, Lisa Maretha Wulandari, Wahyu Firnanda, dan Nuril Lailatul Maghfiroh terimakasih atas segala waktu, kesabaran, motivasi dan segala bantuan yang diberikan kepada penulis. Semoga Allah senantiasa melindungi kalian.
6. Teman-teman seperjuangan perbankan syariah 2 yang telah memberikan semangat, doa, saling support dan berbagi pengalaman selama perkuliahan serta kebersamaannya selama ini.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur senantiasa penulis panjatkan kepada Allah SWT atas limpahan Rahmat, nikmat dan karunia-Nya sehingga dengan usaha, doa dan kerja keras Penulis bisa menyelesaikan skripsi dengan baik dan lancar sebagai salah satu syarat menyelesaikan program sarjana dengan judul “Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Dalam Penggunaan Aplikasi *JConnect Mobile* Bank Jatim Syariah Cabang Jember”. Serta tidak lupa pula Shalawat beserta salam selalu Penulis haturkan kepada Nabi Besar Muhammad SAW yang telah banyak memberikan ajaran kebaikan kepada seluruh umat muslim.

Keberhasilan ini bisa diperoleh Penulis karena kerjasama serta support dari banyak pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan banyak terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada:

1. Prof. Dr. H. Hepni, S.Ag., M.M., CPEM. selaku Rektor UIN KHAS Jember yang telah menerima penulis sebagai mahasiswa dan diberi kesempatan untuk menimba ilmu di UIN KHAS Jember.
2. Dr. H. Ubaidillah, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memfasilitasi selama proses studi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN KHAS Jember.
3. Dr. H. M.F. Hidayatullah, S.H.I., M.S.I. selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberikan tempat dan sarana kepada kami menggali pengalaman dan pengetahuan.
4. Ana Pratiwi, S.E., A.K., M.S.A. selaku Koordinator Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberikan kesempatan pada penulis melaksanakan hasil studi selama di bangku perkuliahan.
5. Dr. Retna Anggitaningsih. SE., MM. selaku Dosen Pembimbing Akademik (DPA) yang telah memberikan bimbingan, nasehat, serta dukungan terkait akademik.

6. Devi Hardianti Rukmana, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang sudah memberikan berbagai motivasi, pelajaran dan bimbingan dalam proses pengerjaan skripsi ini selama program perkuliahan S1.
7. Seluruh dosen di Perbankan Syariah khususnya, dan seluruh dosen di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam yang telah banyak memberikan ilmu kepada penulis selama perkuliahan serta memberikan nasihat kepada penulis selama belajar di UIN KHAS Jember.
8. Kepada seluruh pihak Bank Jatim Syariah cabang Jember yang telah membantu dan membimbing penulis selama proses penelitian dan pengumpulan data sehingga skripsi penulis dapat terselesaikan dengan baik.
9. Semua pihak yang telah membantu penulis, secara langsung maupun tidak langsung dalam menyelesaikan skripsi ini.

Semoga segala motivasi, bimbingan, dan bantuannya dibalas oleh Allah SWT sebagai amal kebaikan. Penulis mengetahui bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari kata kesempurnaan, maka dari itu saran dan kritik dari berbagai pihak senantiasa penulis terima dan harapkan demi kesempurnaan skripsi ini. Penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah wawasan, khususnya dalam bidang ilmu perbankan syariah.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Jember, 12 Maret 2025

Ely Eka Saputri
NIM: 211105010068

ABSTRAK

Ely Eka Saputri, Devi Hardianti Rukmana 2025: Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Dalam Penggunaan Aplikasi *J-Connect Mobile* Bank Jatim Syariah Cabang Jember.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Nasabah, Aplikasi *Jconnect Mobile*

Perkembangan teknologi kini telah mengubah peradaban manusia secara global, khususnya dalam sektor jasa keuangan dan perbankan. Perkembangan teknologi dijadikan sebagai salah satu upaya dalam meningkatkan kapabilitas suatu bank. *Mobile banking* milik bank jatim syariah merupakan *mobile banking* dengan rating terendah diantara bank pembangunan daerah lainnya. Hal tersebut menandakan bahwa konsumen pengguna masih belum puas terhadap aplikasi mobile tersebut. Oleh karena itu peneliti ingin mengetahui bagaimana kualitas pelayanan yang diberikan aplikasi *Jconnect Mobile*.

Rumusan masalah penelitian ini: 1) Bagaimana Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Dalam Penggunaan Aplikasi *JConnect Mobile* Bank Jatim Syariah Cabang Jember? 2) Apa saja variabel kualitas pelayanan dari *JConnect Mobile* yang perlu di pertahankan dan di peroritakan agar lebih meningkatkan fungsi dari layanan *JConnect mobile*?

Tujuan penelitian ini: 1) Untuk mengetahui Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Dalam Penggunaan Aplikasi *JConnect Mobile* Bank Jatim Syariah Cabang Jember 2) Untuk mengetahui apa saja variabel kualitas pelayanan dari *JConnect Mobile* yang perlu di pertahankan dan di peroritakan agar lebih meningkatkan fungsi dari layanan *JConnect mobile*.

Pendekatan yang digunakan pada penelitian ini adalah pendekatan deskriptif kuantitatif dengan jenis penelitian survei. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner, observasi, dan dokumentasi. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna *Jconnect Mobile* pada nasabah Bank Jatim Syariah dari platform mobile secara keseluruhan di wilayah Jember. Sampel pada penelitian ini menggunakan rumus solvin dengan hasil 96,77 dibulatkan menjadi 100 responden. Kemudian alat ukur yang digunakan adalah metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) dan Metode *Point Gain in Customer Values* (PGCV).

Penelitian ini sampai pada simpulan bahwa 1) Berdasarkan metode CSI Tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan dalam Penggunaan Aplikasi *J-Connect Mobile* Bank Jatim Syariah Cabang Jember berada pada nilai 73,4%, yang artinya nasabah merasa puas terhadap kualitas pelayanan yang diberikan. 2) berdasarkan metode PGCV Menghasilkan 15 perangkian terhadap prioritas peningkatan layanan yang terdapat pada aplikasi *Jconnect Mobile* berdasarkan 5 dimensi dengan membagi menjadi 3 golongan besar yaitu atribut yang perlu dipertahankan fungsinya: atribut T2, T1, RE1, R2, R1, atribut yang perlu dipertahankan dan ditingkatkan lagi fungsinya: atribut RE2, A3, A1, E2, T3 dan juga atribut yang perlu membutuhkan perhatian khusus untuk evaluasi: atribut E1, RE3, E3, R3, A2 guna meningkatkan fungsionalitas.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Manfaat Penelitian	8
E. Ruang Lingkup Penelitian.....	9
F. Definisi Operasional.....	11
G. Asumsi Penelitian	13
H. Hipotesis.....	14
I. Sistematika Pembahasan	14
BAB II	16
KAJIAN PUSTAKA.....	16
A. Penelitian Terdahulu.....	16
B. Kajian Teori.....	28
BAB III.....	39
METODE PENELITIAN	39

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	39
B. Populasi dan Sampel	40
C. Teknik dan instrumen pengumpulan data	41
D. Analisis Data	44
BAB IV	52
PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS	52
A. Gambaran Obyek Penelitian	52
B. Penyajian Data	58
C. Analisis dan Pengujian Hipotesis.....	62
D. Pembahasan.....	71
BAB V.....	83
PENUTUP.....	83
A. Kesimpulan	83
B. Saran-Saran	84
DAFTAR PUSTAKA.....	86
 Lampiran	
1. Matrix Penelitian	
2. Pernyataan Keaslian Tulisan	
3. Kuesioner Penelitian	
4. Kuesioner Tertulis	
5. Surat Izin Penelitian	
6. Surat Selesai Penelitian	
7. Jurnal Kegiatan Penelitian	
8. Dokumentasi Penelitian	
9. Surat Keterangan Lulus Plagiasi	
10. Surat Selesai Bimbingan	
11. Biodata Penulis	

DAFTAR TABEL

No	Uraian	Hal
1.1	Bank Syariah yang ada di Jember.....	2
2.1	Tabulasi Penelitian Terdahulu.....	25
3.1	Kriteria <i>Customer Satisfaction Index</i> (CSI).....	49
3.2	Standarisasi Nilai PGCV	51
4.1	Data Responden	59
4.2	Skala Likert Kuesioner	60
4.3	Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Tingkat Kepentingan.....	61
4.4	Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Kinerja	61
4.5	Distribusi nilai <i>r</i> tabel Signifikansi 5% dan 1%	63
4.6	Hasil Uji Validitas Bank Jatim Syariah	63
4.7	Hasil uji reliabilitas tingkat kepentingan	64
4.8	Hasil uji reliabilitas kinerja.....	64
4.9	Hasil Analisis <i>Customer Satisfaction Index</i> (CSI)	66
4.10	Hasil ACV	68
4.11	Hasil UDCV.....	69
4.12	Hasil PGCV	69

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

DAFTAR GAMBAR

No	Uraian	Hal
1.1	<i>Rating Mobile Banking</i> Bank Pembangunan Daerah	2
1.2	Ulasan nasabah pada aplikasi <i>Jconnect Mobile</i> di <i>Play Store</i>	3
2.1	Tampilan aplikasi <i>Jconnect Mobile</i>	38
4.1	Struktur Organisasi Bank Jatim Syariah	54



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi telah menjadi suatu upaya dalam meningkatkan kemampuan suatu bank, adapun salah satu prasyarat dalam mendukung inovasi layanan bank adalah memanfaatkan perkembangan teknologi secara optimal.² *Digital banking* telah menjadi salah satu peluang bisnis yang sangat memiliki potensi yang tidak dapat dihindari dalam sektor perbankan di era digital seperti sekarang. *Digital banking* tidak hanya dapat meningkatkan kegiatan operasional bank, namun juga dapat meningkatkan kualitas pelayanan bank kepada nasabahnya dalam kegiatan transaksi. Terdapat 2 jenis perbankan yang ada di Indonesia diantaranya yaitu bank syariah dan bank konvensional.³ Adapun bank syariah diartikan sebagai bank yang kegiatan operasinya berprinsip pada syariah Islam, yang menentang riba atau bunga serta mendukung prinsip kepatuhan pada syariah dan keadilan dalam transaksi keuangan.⁴ Bank pembangunan daerah Jawa Timur (Bank Jatim Syariah) termasuk perbankan syariah di Indonesia yang telah lama berdiri berdasarkan sejarah bank yang ada di web resminya.

² Dini Andini dan Joy Nashar Utamajaya, "Analisis Kepuasan Pengguna Terhadap Layanan Aplikasi Brimo Menggunakan Mobile Service Quality dengan Metode CSI," *KLIK: Kajian Ilmiah Informatika dan Komputer* 3, no. 4 (2023): 330–37, <https://djournals.com/klik>.

³ Andrew Shandy Utama, "Digitalisasi Produk Bank Konvensional Dan Bank Syariah Di Indonesia," *Jurnal Justisia : Jurnal Ilmu Hukum, Perundang-undangan dan Pranata Sosial* 6, no. 2 (2021): 113, <https://doi.org/10.22373/justisia.v6i2.11532>.

⁴ Fauzan, Nurul Setianingrum, dan Fatimatu Zahro, *Administrasi Lembaga Keuangan Bank dan Non Bank*, ed. oleh Ana Pratiwi, pertama (Yogyakarta: Diva Press, 2024).

Tabel 1.1
Bank Syariah yang ada di Jember

No.	Nama bank	Apk mobile	Rating apk mobile
1.	Bank Muamalat Indonesia	Muamalat DIN	4,4
2.	Bank Syariah Indonesia	BSI Mobile	4,0
3.	Bank Mega Syariah	M-Syariah	4,5
4.	BTN Syariah	Bale By BTN	3,6
5.	BTPN Syariah	Tepat Mobile	4,0
6.	Bank Jatim Syariah	Jconnect Mobile	3,1
7.	BJB Syariah	Mobile Masalahah	4,0
8.	Bank Nano Syariah	AIRA Mobile	5,0
9.	Bank Panin Dubai Syariah	PDSB Mobile	4,2
10.	Bank Syariah Bukopin	BISA Mobile	3,3

Sumber: Website Google

Berdasarkan data pada tabel di atas, bank jatim syariah adalah salah satu bagian dari perusahaan yang mengaplikasikan sistem *mobile banking*, yang mana layanan ini merupakan cara adaptasi dalam mengoptimalkan pemanfaatan teknologi informasi. *Internet banking* menyediakan layanan dengan fitur lengkap agar dapat menyelesaikan berbagai macam permasalahan yang tidak perlu keluar rumah atau dapat diselesaikan melalui telepon atau komputer.⁵ Aplikasi *mobile* milik bank jatim syariah yaitu *JConnect Mobile* menyediakan bermacam fitur transaksi seperti *mobile banking* lainnya seperti memudahkan nasabah dalam mengecek informasi rekening hingga melakukan berbagai macam transaksi pembayaran dengan mudah dan cepat. layanan yang baik haruslah diberikan pada nasabah agar kepuasan nasabah dapat meningkat, oleh sebab itu, mengetahui keinginan dan kebutuhan nasabah terhadap suatu produk/jasa yang melebihi harapan nasabah amat penting dalam mencapai hal

⁵ Maheswary Sekar Pratiwi, Iva Khoiril Mala, dan Romadhon, "Implementasi JConnect Mobile Dalam Meningkatkan Pelayanan Nasabah (Studi Bank Jatim Syariah Kediri)," *Jurnal At-Tamwil: Kajian Ekonomi Syariah* 6, no. 1 (2024): 45–60, <https://ejournal.uit-lirboyo.ac.id/index.php/perbankanArticleDOI:https://doi.org/10.33367/at.v6i1.1490>.

tersebut. Adapun nasabah akan merasa puas terhadap layanan yang diberikan jika mereka merasakan bahwa layanan yang diperoleh memiliki kualitas yang tinggi.⁶

Berdasarkan Tabel 1.1, *mobile banking* milik Bank Jatim Syariah yaitu *Jconnect Mobile* merupakan *mobile banking* dengan rating terendah diantara bank syariah lainnya. Dimana hal tersebut menandakan bahwa nasabah pengguna memiliki beberapa keluhan terhadap aplikasi mobile tersebut, hal ini juga dapat di lihat dari ulasan nasabah di kolom komentar media sosial milik Bank Jatim Syariah.



Gambar 1.1
Ulasan nasabah pada aplikasi *Jconnect Mobile* di *Play Store*

⁶ Charissa Kezia Rahmawati dan Bayu Arie Fianto, "Analisis Deskriptif Pada Dimensi Kualitas Layanan Mobile Banking (M-Banking) Terhadap Kepuasan Nasabah Perbankan Syariah," *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan* 7, no. 6 (2020): 1118, <https://doi.org/10.20473/vol7iss20206pp1118-1127>.

Adapun dari banyaknya komentar diatas, maka dapat diperoleh beberapa kesimpulan dari ulasan tersebut baik dari aplikasi *play store* maupun dari media sosial lainnya seperti instagram, tik tok, facebook dan sebagainya. Dengan adanya keluhan tersebut maka Bank Jatim Syariah selaku Bank Pembangunan Daerah (BPD) yang memiliki tugas utama untuk mendorong pertumbuhan dan pemerataan ekonomi daerah melalui intermediasi, penyaluran kredit, dan penghimpunan dana. Selain itu, juga berperan penting dalam mendukung pembangunan daerah, termasuk melalui pengembangan UMKM dan peningkatan literasi keuangan masyarakat, harus melakukan evaluasi terhadap masalah yang ada demi terlaksananya tugas tersebut yang telah disampaikan oleh Otoritas Jasa Keuangan.

Evaluasi dapat dilakukan dalam berbagai aspek salah satunya yaitu evaluasi kualitas dan kepuasan yang sebagian besar didasarkan pada harapan pelanggan. Faktor utama yang mempengaruhi kesuksesan dan keberhasilan sebuah bisnis adalah kepuasan nasabah. Kepuasan merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan tingkat kinerja atau hasil yang diterima dengan harapannya.⁷ Mengetahui tingkat kepuasan pelanggan dapat membantu manajemen menentukan apakah suatu layanan atau produk berhasil dan memberikan informasi untuk perbaikan di masa depan.

Untuk mengetahui tingkat kepuasan pelayanan maka metode yang dipilih dalam melaksanakan penelitian ini memakai metode *Customer Satisfaction Index* (CSI). Selain itu, metode *Point Gain In Customer Values*

⁷ Khamdan Rifa'i, *Kepuasan Konsumen, Pengaruh Pengalaman, Pengetahuan Dan Keterampilan Auditor Terhadap Kualitas Audit* (Jember: UIN KHAS Press, 2020), [http://repo.darmajaya.ac.id/2870/5/BAB II.pdf](http://repo.darmajaya.ac.id/2870/5/BAB%20II.pdf).

(PGCV) juga digunakan pada penelitian ini dengan tujuan untuk Memberikan saran perbaikan terhadap aplikasi dengan menggunakan perangkian dari yang sangat butuh perbaikan hingga yang perlu dipertahankan. Kombinasi metode CSI dan PGCV efektif digunakan karena kedua metode tersebut dapat menggunakan indikator atribut penelitian yang sama dan jenis penelitian yang sama pula yaitu skala likert untuk penilaian kinerja dan kepentingan/ harapan penelitian ini akan menggunakan atribut yang terdapat pada *Service Quality* yang telah dimodifikasi sesuai dengan objek yang diteliti pada penelitian ini.

Menurut perspektif ekonomi Islam dalam memberikan pelayanan harus berprinsip pada nilai-nilai syariah guna mewujudkan ketaqwaan sekaligus membuktikan konsistensi keimanan dan menjalankan syariat Islam. Islam menyariatkan kepada manusia agar selalu terikat dengan hukum syara' dalam menjalankan setiap aktivitas ataupun memecahkan setiap masalah. Dalam pandangan ekonomi Islam tolak ukur yang dijadikan dalam menilai kualitas pelayanan terhadap nasabah yaitu standarisasi syariah.⁸ Demikian halnya dengan pelayanan jasa, setiap aktivitas yang terkait harus didasari oleh kepatuhan terhadap syariah yang dipenuhi dengan nilai-nilai moral dan etika yang berlandaskan kepada Al-Qur'an dan hadits.

Terdapat beberapa penelitian yang mirip dengan penelitian ini, diantaranya yaitu penelitian yang telah dilaksanakan oleh Febrian Dhiya Ulhaq (2022) dengan judul “Analisis Kepuasan Pengguna Terhadap Aplikasi BRImo Menggunakan M Squal dengan Metode *Customer Satisfaction Index*

⁸ Aan Shar, Herry Novrianda, dan Rizky Hariyadi, “Implementasi Standar Operasional Prosedur Pada Costumer Service (Studi Pada Perbankan Syariah di Kota Bengkulu),” *Jurnal Manajemen Diversifikasi* 1, no. 4 (2021): 986–91, <https://doi.org/10.24127/diversifikasi.v1i4.1265>.

(CSI) dan *Point Gain in Customer Values* (PGCV)”. Penelitian ini menggunakan metode CSI dan PGCV untuk menganalisis kualitas pelayanan berdasarkan kepuasan nasabah pengguna BRImo. Hasil pada penelitian ini memaparkan bahwa tingkat kualitas pelayanan yang diukur dengan metode CSI sebesar 78,39% yang artinya berada pada kategori puas. Lalu berdasarkan hasil analisis PGCV diketahui bahwa indikator yang menjadi prioritas utama yang perlu dievaluasi adalah proses akses aplikasi yang masih cenderung lambat, proses pengembalian uang transfer yang mengalami kegagalan masih kurang maksimal, proses transfer yang masih kurang maksimal, dan pemberian saran terhadap keluhan nasabah yang masih tidak konsisten demi memberikan kepuasan dan nilai lebih dalam pelayanan.

Penelitian dari Ferry Mahliza (2023) dengan judul “Analisis Tingkat Kepuasan Nasabah Terhadap Kualitas Pelayanan Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Bank Syariah Indonesia KCP Jambo Tape Kota Banda Aceh)”. Menggunakan metode CSI dan analisis SWOT. Adapun hasilnya didapatkan bahwa tingkat kepuasan nasabah sebesar 66,04% yang mengindikasikan bahwa pelanggan merasa puas, lalu berdasarkan hasil dari analisis SWOT yaitu perbankan syariah perlu melakukan beberapa strategi dalam meningkatkan kepuasan nasabah diantaranya yaitu menetapkan strategi harga yang ringan, mempertahankan dan memperluas jaringan kerjasama dengan instansi-instansi yang ada, tetap memberikan kemudahan nasabah dengan memperbanyak fasilitas ATM, meningkatkan mutu dan kualitas pelayanan

kepada nasabah dengan memberikan pelayanan yang ekstra, mengoptimalkan sistem dengan memperbaiki dan menambah IT atau aplikasi.

Pengukuran penting untuk dilakukan guna untuk mengetahui dan evaluasi apa saja atribut-atribut yang perlu ditingkatkan dan dipertahankan berdasarkan metode PGCV dan untuk mengetahui secara keseluruhan tingkat kepuasan nasabah menggunakan metode CSI dalam menggunakan *Jconnect Mobile*. Oleh sebab itu, peneliti ingin mengetahui bagaimana kualitas pelayanan yang telah diberikan aplikasi *Jconnect Mobile* serta apa saja atribut-atribut yang harus ditingkatkan yang kemudian dapat dijadikan sebagai bahan evaluasi Bank Jatim Syariah untuk kedepannya sehingga peneliti tertarik untuk mengangkat sebuah penelitian yang berjudul: “ANALISIS KUALITAS PELAYANAN TERHADAP TINGKAT KEPUASAN NASABAH DALAM PENGGUNAAN APLIKAS J-CONNECT MOBILE BANK JATIM SYARIAH CABANG JEMBER”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan pada latar belakang di atas, maka peneliti memfokuskan permasalahan dalam penulisan ini yaitu sebagai berikut:

1. Bagaimana Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Dalam Penggunaan Aplikasi *JConnect Mobile* Bank Jatim Syariah Cabang Jember?
2. Apa saja variabel pada kualitas pelayanan dari *JConnect Mobile* yang perlu di pertahankan dan di peroritakan agar lebih meningkatkan fungsi dari layanan *JConnect mobile*?

C. Tujuan Penelitian

Mengacu pada rumusan masalah tersebut, tujuan penelitian merupakan gambaran tentang arah yang akan dituju dalam melakukan penelitian. Maka dari itu, tujuan penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Dalam Penggunaan Aplikasi *JConnect Mobile* Bank Jatim Syariah Cabang Jember.
2. Untuk mengetahui variabel pada kualitas pelayanan dari *JConnect Mobile* yang perlu di pertahankan dan di peroritakan agar lebih meningkatkan fungsi dari layanan *JConnect mobile*

D. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini berupa kontribusi yang akan diberikan setelah penelitian dilakukan. Adapun manfaat yang dapat di ambil dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Secara Teoritis
 - a. Penelitian ini dilaksanakan dengan harapan dapat memberikan kontribusi pengetahuan bagi Bank Jatim Syariah Cabang Jember maupun perbankan lainnya.
 - b. Penelitian ini juga dapat dijadikan sebagai referensi bagi peneliti lainnya yang hendak melakukan kajian dengan tema terkait.
2. Secara Praktis
 - a. Bagi peneliti, dapat memberikan pengalaman praktis dalam melakukan analisis kepuasan nasabah di industri perbankan syariah

khususnya dengan menggunakan metode *Costumer Satisfaction Index* (CSI) dan *Point Gain in Customer Values* (PGCV) serta memperluas wawasan mengenai kualitas pelayanan digital pada bank.

- b. Bagi perusahaan, hasil analisis dari kedua metode yaitu CSI dan PGCV dapat membantu perusahaan dalam menentukan keputusan strategis guna untuk meningkatkan keualitas layanan digital pada bank terkait dan juga dapat meningkatkan loyalitas nasabah.
- c. Bagi akademisi, penelitian ini dapat menjadi bahan tambahan penelitian agar dapat digunakan sebagai bahan rujukan dan untuk dikembangkan lebih lanjut.

E. Ruang Lingkup Penelitian

1. Variabel Penelitian

Variabel pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Variabel bebas (*Independent Variable*) dalam penelitian ini meliputi:
 - 1) Kualitas Pelayanan (X) yang terdiri dari 5 indikator variabel, yaitu:
 - a) *Tangible* (X1)
 - b) *reliability* (X2)
 - c) *responsive* (X3)
 - d) *assurance* (X4)
 - e) *emphaty* (X5)
- b. Variabel terikat (*Dependent Variable*) dalam penelitian ini yaitu:
 - 1) kepuasan nasabah pengguna *JConnect Mobile* (Y).

2. Indikator Variabel

Adapun indikator pada penelitian ini terdiri atas:

a. Indikator Variabel Bebas (*Independent Variable*)

1) Indikator Variabel *Tangible*

- a) Tampilan pada Aplikasi mobile beserta fitur-fiturnya memberikan kesan modern dan memudahkan anda dalam menggunakannya.
- b) Informasi yang ditampilkan dalam aplikasi (seperti saldo, riwayat transaksi, dan fitur lainnya) mudah dibaca dan dipahami.
- c) Pegawai Bank Jatim Syariah dapat menyelesaikan masalah yang dialami pengguna terkait dengan permasalahan di *Jconnect Mobile*.

2) Indikator Variabel *Reliability*

- a) Transaksi di aplikasi mobile selalu diproses dengan cepat dan akurat.
- b) Aplikasi mobile dapat diandalkan untuk melakukan transaksi kapan saja tanpa mengalami kendala teknis yang berarti.
- c) Kecermatan pegawai dalam melayani nasabah pada saat registrasi aplikasi *jconnect mobile*.

3) Indikator Variabel *Responsive*

- a) Notifikasi dan pembaruan (*update*) dalam aplikasi mobile diberikan secara tepat waktu.

- b) Aplikasi mobile memberikan kemudahan dalam mendapatkan informasi terkait aplikasi
- c) Pegawai bank memberikan respon yang baik terhadap keluhan ataupun pertanyaan yang diajukan oleh pengguna mengenai *Jconnect mobile*.

4) Indikator Variabel *Assurance*

- a) Informasi terkait kebijakan privasi dan keamanan aplikasi disajikan dengan jelas dan mudah diakses.
- b) Bertransaksi di aplikasi mobile terasa aman dan terpercaya
- c) Pegawai bank dapat menjamin keamanan data pengguna ketika terjadi permasalahan (seperti lupa password, hp hilang dan lainnya)

5) Indikator Variabel *Emphaty*

- a) Layanan yang diberikan melalui aplikasi menunjukkan kepedulian terhadap kebutuhan dan kenyamanan nasabah.
- b) Aplikasi mobile menyediakan fitur atau layanan yang membantu kebutuhan spesifik nasabah.
- c) Pegawai memberikan kenyamanan dan perhatian kepada nasabah ketika mengalami kendala terhadap aplikasi mobile.

F. Definisi Operasional

1. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan segala sesuatu yang menekankan pada usaha untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen yang

disertai dengan ketelitian dalam menyampaikannya hingga diperoleh hasil kesesuaian yang sebanding dengan harapan konsumen. Kualitas layanan dapat dibedakan menjadi tiga, yaitu: kualitas layanan yang memuaskan (bila layanan yang diterima sudah sesuai dengan apa yang diharapkan), kualitas layanan buruk (apabila kualitas pelayanan yang diterima lebih rendah dibandingkan dengan kualitas layanan yang diharapkan), dan kualitas pelayanan yang ideal (hal ini terjadi apabila kualitas pelayanan yang sudah diterima lebih tinggi dibandingkan dengan yang diharapkan).⁹

2. Kepuasan Nasabah

Kepuasan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia berasal dari kata puas atau merasa senang (hal yang bersifat kelegaan, puas, kesenangan dan lain sebagainya). Kepuasan diartikan sebagai suatu perasaan senang, puas dan kelegaan seseorang dikarenakan sudah menggunakan suatu produk atau jasa. Adapun tingkat kepuasan merupakan fungsi dari suatu perbedaan antara kinerja dan harapan yang dirasakan. Apabila kinerja berada dibawah harapan, maka konsumen akan merasa sangat kecewa, namun apabila kinerja sesuai harapan maka konsumen akan sangat puas. Sedangkan apabila kinerja lebih dari harapan, maka konsumen akan merasa puas sekali, harapan konsumen dapat diperoleh dari informasi dari berbagai media dan komentar dari kerabatnya serta diperoleh dari

⁹Wiwik Sulistiyowati, *Buku Ajar Kualitas Layanan: Teori dan Aplikasinya, Sustainability*, (Sidoarjo: Umsida Press, 2018), 15
http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_Sistem_Pembetulan_Terpusat_Strategi_Melestari.

pengalaman masa lampau. Konsumen yang puas akan setia dalam waktu lama, akan memberikan komentar yang baik tentang perusahaan tersebut dan kurang terpengaruh terhadap harga yang ditetapkan.¹⁰

G. Asumsi Penelitian

Asumsi penelitian atau disebut dengan anggapan dasar ialah tolak ukur pemikiran yang kebenarannya dapat diterima oleh peneliti. Selain itu, asumsi penelitian juga bisa disebut sebagai postulat yang harus dirumuskan secara jelas sebelum peneliti melangkah dalam mengumpulkan data. Selain berfungsi sebagai pijakan yang kukuh bagi masalah yang akan diteliti, asumsi penelitian juga bertujuan untuk mempertegas variabel yang menjadi pusat perhatian dalam penelitian dan dalam merumuskan hipotesis.¹¹

Asumsi dalam penelitian ini menjelaskan bahwa kualitas pelayanan (*Service Quality*) berupa *tangible*, *reliability*, *responsive*, *assurance*, dan *empathy* belum optimal, hal ini ditunjukkan dari banyaknya nasabah pengguna yang memberikan keluhan terkait aplikasi mobile melalui situs web resmi Bank Jatim seperti di *google playstore*, *instagram* dan situs lainnya. Oleh sebab itu, perlunya untuk mengetahui tingkat kepuasan nasabah serta indikator apa saja yang perlu ditingkatkan guna untuk meningkatkan tingkat kepuasan nasabah.

¹⁰Khamdan Rifa'i, *Kepuasan Konsumen*, (Jember: UIN KHAS Press, 2020), [http://repo.darmajaya.ac.id/2870/5/BAB II.pdf](http://repo.darmajaya.ac.id/2870/5/BAB%20II.pdf).

¹¹Tim Penyusun Buku Pedoman Penulisan Karya Ilmiah UIN KHAS Jember, *Pedoman Penulisan Karya Tulis Ilmiah* (Jember: UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, 2021).

H. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara dari rumusan masalah yang akan diteliti. Dengan adanya hipotesis ini peneliti dituntun dalam proses berpikir secara analisis.¹² Dengan begitu, dalam suatu penelitian anggapan dasar/hipotesis yang masih akan dibuktikan kebenarannya pada pembahasan bab berikutnya itu penting. Pada penelitian ini akan memaparkan terkait hipotesis deskriptif dari tingkat kepuasan nasabah pengguna *Jconnect mobile*.

1. H_0 (hipotesis nol) = tingkat kepuasan nasabah terhadap kualitas pelayanan dalam penggunaan *Jconnect mobile* Bank Jatim Syariah berada pada kategori rendah.
2. H_1 (hipotesis alternatif) = tingkat kepuasan nasabah terhadap kualitas pelayanan dalam penggunaan *Jconnect mobile* Bank Jatim Syariah berada pada kategori tinggi.

I. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan memuat tentang deskripsi alur pembahasan skripsi mulai dari Bab I (Pendahuluan) hingga Bab V (Penutup). Sistematika pembahasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN. Bab ini memberikan penjelasan terkait uraian latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian (variabel penelitian dan indikator penelitian), definisi operasional, asumsi penelitian, hipotesis, dan sistematika pembahasan.

¹² Restu Kartiko Widi, *Asas Metodologi Penelitian; Sebuah Pengenalan dan Penuntun Langkah Demi Langkah Pelaksanaan Penelitian* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), <https://kubuku.id/landing-page.php?t=156b3cf993554485e76840014000a53c>.

BAB II KAJIAN PUSTAKA. Pada bab ini menjelaskan mengenai uraian penelitian terdahulu serta kajian teori.

BAB III METODE PENELITIAN. Bab ini menjelaskan tentang pendekatan dan jenis penelitian, populasi dan sampel, teknik dan instrumen pengumpulan data, dan analisis data.

BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS. Bab ini memuat tentang gambaran objek penelitian, penyajian data, analisis dan pengujian hipotesis, serta pembahasan.

BAB V PENUTUP. Bab ini merupakan bab bagian akhir yang terdiri atas simpulan dan saran-saran yang bersifat konstruktif bagi seluruh pihak pada umumnya serta bagi objek yang diteliti pada khususnya.



BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu pada penelitian ini digunakan sebagai bentuk indikator perbandingan dengan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, selain itu hal ini juga digunakan untuk menemukan inspirasi baru dan menentukan posisi penelitian serta untuk menunjukkan keorisinalan dari penelitian ini. Adapun penelitian terdahulu tersebut akan dijelaskan berikut:

1. Penelitian oleh Cucun Indarwati (2022) dengan judul “Kepuasan Nasabah Terhadap Kualitas Layanan Penggunaan Elektronik Banking di Bank Lampung KCP Natar”

Perbedaan pada penelitian ini yaitu terletak pada jenis penelitian yang menggunakan jenis penelitian lapangan dengan sampel sebanyak 98 responden. Adapun teknik analisis yang digunakan dalam penelitian yaitu *purposive sampling*. Selain itu, penelitian ini juga tidak menggunakan metode *Point Gain in Customer Values* (PGCV). Lalu untuk persamannya yaitu penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik pengumpulan data menggunakan teknik kuesioner, penelitian ini juga sama-sama menggunakan Metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) yang artinya penelitian ini juga berfokus pada tingkat kepuasan nasabah.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa diperoleh nilai CSI sebesar 74.67% maka tingkat kepuasan pelanggan Bank Lampung Kcp Natar berada pada rentang 60%-80.99% berarti interpretasinya ditingkat puas.¹³

2. Penelitian oleh Febrian Dhiya Ulhaq (2022) yang berjudul “Analisis Kepuasan Pengguna Terhadap Layanan Aplikasi Brimo Menggunakan *M Squal* Dengan Metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) Dan *Point Gain in Customer Values* (PGCV)”

Perbedaan pada penelitian ini yaitu terletak pada objek yang diteliti yaitu aplikasi BRImo dan rumus yang digunakan dalam menentukan sampel penelitian yaitu menggunakan rumus wibisono. Sedangkan untuk persamaannya yaitu penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik pengumpulan data menggunakan teknik kuesioner, teknik analisis yang digunakan dalam penelitian yaitu *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 100, penelitian ini juga sama-sama menggunakan Metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) dan *Point Gain In Customer Values* (PGCV) yang artinya penelitian ini juga berfokus pada tingkat kepuasan nasabah.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dengan perhitungan metode CSI diperoleh hasil presentase kepuasan pelanggan sebesar 78,39% sehingga dapat dinyatakan bahwa pelanggan merasa “puas” terhadap kualitas layanan BRImo. Kemudian pada metode PGCV diperoleh hasil

¹³ Cucun Indarwati, “Kepuasan Nasabah Terhadap Kualitas Layanan Penggunaan Elektronik Banking Di Bank Lampung KCP Natar” (Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro, 2022), [https://repository.metrouniv.ac.id/id/eprint/6925/1/Cucun Indarwati-1602100096-Joe Lbr.pdf](https://repository.metrouniv.ac.id/id/eprint/6925/1/Cucun%20Indarwati-1602100096-Joe%20Lbr.pdf).

perangkingan yang dikelompokkan menjadi 3 golongan, yaitu atribut yang perlu membutuhkan perhatian khusus untuk di evaluasi, atribut yang perlu dipertahankan dan ditingkatkan lagi fungsinya, dan atribut yang perlu dipertahankan fungsinya, dengan pada masing-masing golongan terdapat 5 atribut.¹⁴

3. Penelitian oleh Dimas Oki Nugraha (2022) yang berjudul “Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Layanan Internet Dan Harga Produk Provider Indosat Menggunakan Metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) Dan *Point Gain in Customer Values* (PGCV)”

Perbedaannya yaitu terletak pada objek yang diteliti dan fokus penelitiannya dimana objek yang diteliti adalah Provider Indosat dengan fokus terhadap kualitas layanan internet dan produknya, juga teknik pengambilan sampelnya menggunakan *random sampling* yang menghasilkan 98 responden, lalu untuk persamaannya adalah metode analisis yang dipakai yaitu Metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) Dan *Point Gain in Customer Values* (PGCV).

Hasil penelitian menjelaskan bahwa nilai kepuasan konsumen sebesar 74%, hal ini menjelaskan bahwa sebagian besar konsumen merasa puas dengan pelayanan yang telah diberikan. Kemudian hasil dari metode PGCV menunjukkan bahwa atribut yang diprioritaskan untuk dilakukan perbaikan yaitu memberikan layanan internet yang cepat. Adapun usulan

¹⁴ febian dhiya Ulhaq, “analisis kepuasan pengguna terhadap layanan aplikasi BRImo menggunakan M Squal dengan metode customer satisfaction index (CSI) dan point gain in customer values (PGCV),”(Universitas Pembangunan Nasional “Veteran,” 2022), http://eprints.upnyk.ac.id/31919/1/1.Skripsi Full Text_124180028_Febrian Dhiya Ulhaq.pdf.

yang dapat digunakan untuk perbaikan yaitu dapat dilakukan dengan peningkatan pada penggunaan jenis jaringan internet dan menyediakan *platform* yang mudah dan cepat untuk diakses.¹⁵

4. Penelitian oleh Cut Marlina (2022) dengan judul “Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Dalam Penggunaan Aplikasi *Action Mobile Banking* (Studi pada Bank Aceh Syariah di Kecamatan Teunom)”.

Adapun perbedaan dalam penelitian ini yaitu objek yang diteliti adalah Bank Aceh Syariah dengan jumlah Sampel yang dipilih sebanyak 97 responden berdasarkan rumus Bailey dan metode penelitian yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan bantuan SPSS versi 23. Lalu untuk persamannya penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data berupa kuesioner, variabel pada kualitas pelayanan dan fokus penelitian sama-sama berfokus pada tingkat kepuasan nasabah.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *tangible* dan *reliability* tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dan variabel *assurance* berpengaruh namun tidak signifikan sedangkan variabel *responsiveness* dan *empathy* berpengaruh signifikan terhadap tingkat kepuasan nasabah dalam penggunaan aplikasi *Action Mobile Banking* Bank Aceh Syariah di Kecamatan Teunom.¹⁶

¹⁵ Dimas Oki Nugraha, “Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitaslayanan Internet Dan Harga Produk Providerindosatmenggunakan Metode Customer Satisfactionindex(Csi) Dan Potential Gain Customer Value (Pgcv)” (Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2022), <http://eprints.ums.ac.id/id/eprint/98358>.

¹⁶ Cut Marlina, “Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Dalam Penggunaan Aplikasi *Action Mobile Banking* (Studi pada Bank Aceh Syariah di Kecamatan

5. Penelitian oleh Ahmad Zainal Arifin (2023) dengan judul “Analisis Kualitas Pelayanan Digital Aplikasi BSI *Mobile* Dengan Pendekatan *Importance Performance Analysis* (IPA) Dan *Customer Satisfaction Index* (CSI)”.

Perbedaan pada penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel *purposive sampling* sebanyak 116 responden dan metode yang digunakan adalah *Importance Performance Analysis* (IPA) lalu untuk objeknya adalah BSI *Mobile*. Sedangkan untuk persamannya yaitu penelitian ini menggunakan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) yang berfokus pada tingkat kepuasan nasabah pengguna.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa nilai kepuasan nasabah terhadap kualitas pelayanan digital pada aplikasi BSI *Mobile* sebesar 77,24%, hal ini menandakan bahwa nasabah puas dengan kualitas pelayanan digital pada aplikasi BSI *Mobile*. Kemudian berdasarkan analisis IPA, diperoleh hasil bahwa atribut yang berada pada kuadran I lah yang menjadi prioritas tidak ditemukan dalam perhitungan ini, yang artinya atribut pada kuadran I itu sangat penting, namun bank belum menjalankannya sesuai dengan harapan nasabah.¹⁷

Teunom)” (Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, 2022), <https://repository.ar-raniry.ac.id/eprint/25914/>.

¹⁷ Ahmad Zainal Arifin, “analisis kualitas pelayanan digital aplikasi BSI mobile dengan pendekatan importance performance analysis (IPA) dan customer satisfaction index (CSI)” (Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta, 2023), <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/books/NBK558907/>.

6. Penelitian oleh Putri Dwi Sartika (2023) dengan judul “Analisis Tingkat Kepuasan Nasabah Pada Penggunaan Layanan *Mobile Banking* BSI Menggunakan Metode *Customer Satisfaction Index* (CSI)”.

Perbedaan terletak pada metode yang digunakan dalam mengumpulkan data yaitu penelitian ini tidak menggunakan metode *Point Gain in Customer Values* (PGCV) dengan jumlah sampel sebanyak 80 responden, dengan objek yang diteliti adalah BSI *Mobile* dan untuk persamaannya adalah metode analisis yang digunakan yaitu metode *Customer Satisfaction Index* (CSI).

hasilnya menunjukkan bahwa nilai indeks kepuasan nasabah diperoleh sebesar 83,576%, artinya nasabah merasa sangat puas terhadap kinerja layanan yang diberikan. Adapun atribut yang mendapatkan skor paling rendah di tingkat kepentingan adalah penggunaan nomor PIN atau *password*, sedangkan kecepatan dalam bertransaksi di BSI *Mobile* mendapatkan skor yang tinggi.¹⁸

7. Penelitian Ferry Mahliza (2023) dengan judul “Analisis Tingkat Kepuasan Nasabah Terhadap Kualitas Pelayanan Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Bank Syariah Indonesia KCP Jambo Tape Kota Banda Aceh)”.

Perbedaan pada penelitian ini yaitu jenis penelitiannya merupakan jenis penelitian lapangan, menggunakan metode penentuan sampel berupa *sample random sampling* dengan responden nasabah Bank Syariah

¹⁸ Putri Dwi Sartika, “Analisis Tingkat Kepuasan Nasabah pada Penggunaan Layanan Mobile Banking Bank BSI Menggunakan Metode Customer Satisfaction Index (CSI)” (Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, 2023), <https://repository.uinsaizu.ac.id/20431/>.

Indonesia KCP Jambo Tape. Metode analisis tidak menggunakan metode *Point Gain in Customer Value* (PGCV) akan tetapi memakai analisis SWOT. Dan untuk persamannya yaitu penelitian ini sama-sama menggunakan metode kuantitatif deskriptif dan menggunakan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) melalui *Microsoft excel*. Dengan jumlah sampel sebanyak 100 sampel.

Hasil penelitian dengan menggunakan CSI yaitu 66,04% kisaran antara 66,00-80,00 yang artinya nasabah puas terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh Bank Syariah KCP Jambo Tape selama ini. Hasil dari analisis SWOT yaitu perbankan syariah perlu melakukan beberapa strategi dalam meningkatkan kepuasan nasabah diantaranya yaitu menetapkan strategi harga yang ringan, mempertahankan dan memperluas jaringan kerjasama dengan instansi-instansi yang ada.¹⁹

8. Penelitian oleh Muhammad Hanif Arizal (2023) dengan judul “Analisis Kualitas Pelayanan Jasa Angkutan Barang Terhadap Kepuasan Pelanggan Di PT. Humala Giat Mandiri Menggunakan Metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) Dan *Potential Gain in Customer Value* (PGCV)”.

Perbedaan pada penelitian ini yaitu terletak pada objek yang diteliti yakni pada PT. Humala Giat Mandiri yang berkaitan dengan kualitas Pelayanan Jasa Angkutan Barang dengan jumlah responden sebanyak 95 responden, lalu persamaannya adalah metode yang digunakan yaitu

¹⁹ Ferry Mahliza, “Analisis Tingkat Kepuasan Nasabah Terhadap Kualitas Pelayanan Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Bank Syariah Indonesia Kcp Jambo Tape Kota Banda Aceh)” (Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2023), [https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/70240/1/229.11180850000034_Ferry Mahliza.pdf](https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/70240/1/229.11180850000034_Ferry%20Mahliza.pdf).

Metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) dan metode *Potential Gain In Customer Value* (PGCV). Kemudian variabel kualitas pelayanan sama-sama memakai *service quality*.

Hasil penelitiannya metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) dengan hasil nilai index 80,86 % dengan predikat puas, dan metode *Potential Gain In Customer Value* (PGCV) dengan hasil atribut yang masih kurang pelayanannya karena berada di atas nilai median yaitu 4,29 dan perlu diperbaiki, di antaranya yaitu pengiriman tepat waktu, mengutamakan kepentingan pelanggan, karyawan memberikan pelayanan secara maksimal, karyawan memberikan informasi jika terjadi keterlambatan pengiriman barang, dan memberikan keamanan pelayanan jasa.²⁰

9. Penelitian oleh Atia Mamu (2023) yang berjudul “Kualitas Pelayanan Teller Bank Muamalat Manado Dan Bank Mandiri Kc Sudirman Menggunakan Metode *Customer Satisfaction Index* (CSI)”.

Perbedaan pada penelitian ini nasabah yang diteliti sebagai sampel responden adalah nasabah Bank Muamalat dan Bank Mandiri Sudirman dengan menggunakan pengambilan sampel *non probability* dengan jenis penelitian lapangan, dan tidak menggunakan metode *Potential Gain in Customer Value* (PGCV). Persamaannya metode yang digunakan yaitu Metode *Customer Satisfaction Index* (CSI), yang berfokus pada tingkat

²⁰ Muhammad Hanif Arizal, “Analisis kualitas pelayanan jasa angkutan barang terhadap kepuasan pelanggan di PT. Humala giat mandiri menggunakan metode customer satisfaction index (CSI) dan potential gain in customer value (PGCV)” (Universitas Logistik dan Bisnis Internasional Bandung, 2023), [https://eprint.ulbi.ac.id/1927/1/Muhammad Hanif Arizal_13119042.pdf](https://eprint.ulbi.ac.id/1927/1/Muhammad%20Hanif%20Arizal_13119042.pdf).

kepuasan nasabah, teknik pengumpulan data berupa kuesioner, observasi, dan dokumentasi.

Hasil Penelitian memperlihatkan bahwa tingkat kepuasan nasabah mendapatkan persentase nilai dari Bank Muamalat sebesar 99,31 dan Bank Mandiri sebesar 97,25 yang artinya nasabah merasa sangat puas terhadap pelayanan yang diberikan dari kedua bank.²¹

10. Penelitian Aisyah Balqis Azzahra (2024) dengan judul “Analisis Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan Layanan *Mobile Banking* Bank Syariah Indonesia Kcp Payakumbuh Pasca Hacker”

Perbedaan pada penelitian ini yaitu terletak pada objek yang diteliti yaitu *Mobile Banking* Bank Syariah Indonesia Kcp Payakumbuh, penelitian ini juga tidak memakai metode *Point Gain in Customer Value* (PGCV). Dan untuk persamaannya yaitu penulis menggunakan teknik pengumpulan data kuesioner dan dokumentasi. Teknik analisis data memakai metode *Customer Satisfaction Index* (CSI), yang artinya penelitian ini juga berfokus pada tingkat kepuasan nasabah.

Hasil pada penelitian ini yaitu tingkat kepuasan nasabah dalam menggunakan *mobile banking* Bank Syariah Indonesia KCP Payakumbuh pasca hacker adalah sangat puas, dengan persentase 80,91% pada interval 81-100%.²²

²¹ Atia Mamu, “Kualitas Pelayanan Teller Bank Muamalat Manado Dan Bank Mandiri Kc Sudirman Menggunakan Metode Customer Satisfacton Index (CSI)” (Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Manado, 2023), [https://repository.iain-manado.ac.id/1904/2/Skripsi - Atia Mamu.pdf](https://repository.iain-manado.ac.id/1904/2/Skripsi%20-%20Atia%20Mamu.pdf).

²² Aisyah Balqis Azzahra, “Analisis Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan Layanan *Mobile Banking* Bank Syariah Indonesia Kcp Payakumbuh Pasca Hacker” (Universitas Islam

Tabel 2.1
Tabulasi Penelitian Terdahulu

No	Nama	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Cucun Indarwati (2022).	Kepuasan Nasabah Terhadap Kualitas Layanan Penggunaan Elektronik Banking di Bank Lampung KCP Natar	1. Menggunakan Metode <i>Customer Satisfaction Index</i> (CSI) 2. Fokus terhadap tingkat kepuasan nasabah	1. Objek penelitian yaitu Bank Lampung KCP Natar 2. Populasi dan Sampel Penelitian 3. Tidak menggunakan metode <i>Point Gain In Customer Values</i> (PGCV)
2.	Febrian Dhiya Ulhaq (2022).	Analisis Kepuasan Pengguna Terhadap Layanan Aplikasi Brimo Menggunakan M Squal Dengan Metode <i>Customer Satisfaction Index</i> (CSI) Dan <i>Point Gain in Customer Values</i> (PGCV)	1. Menggunakan Metode <i>Customer Satisfaction Index</i> (CSI) dan <i>Point Gain In Customer Values</i> (PGCV) 2. Fokus terhadap tingkat kepuasan nasabah	1. Objek penelitian yaitu BRImo 3. Populasi dan sampel penelitian
3.	Dimas Oki Nugraha (2022).	Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Layanan Internet Dan Harga Produk Provider Indosat Menggunakan Metode <i>Customer Satisfaction Index</i>	1. menggunakan Metode <i>Customer Satisfaction Index</i> (CSI) dan <i>Point Gain in Customer Values</i> (PGCV)	1. Objek penelitian yaitu provider indosat 2. Populasi dan sampel penelitian 3. Fokus terhadap kualitas layanan internet dan produk

		(CSI) Dan <i>Point Gain in Customer Values</i> (PGCV)		
4.	Cut Marlina (2022).	Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Dalam Penggunaan Aplikasi <i>Action Mobile Banking</i> (Studi pada Bank Aceh Syariah di Kecamatan Teunom)	1. Variabel pada kualitas pelayanan 2. Fokus terhadap tingkat kepuasan nasabah	1. Metode Penelitian menggunakan analisis regresi linier berganda 2. Objek penelitian yaitu Bank Aceh Syariah 3. Populasi dan sampel penelitian
5.	Ahmad Zainal Arifin (2023).	Analisis Kualitas Pelayanan Digital Aplikasi BSI Mobile Dengan Pendekatan <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA) Dan <i>Customer Satisfaction Index</i> (CSI).	1. Menggunakan metode <i>Customer Satisfaction Index</i> (CSI) 2. Fokus terhadap tingkat kepuasan nasabah	1. Menggunakan metode <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA) 2. Populasi dan sampel penelitian 3. Objek penelitian yaitu BSI Mobile
6.	Putri Dwi Sartika (2023).	Analisis Tingkat Kepuasan Nasabah Pada Penggunaan Layanan <i>Mobile Banking</i> Bank BSI Menggunakan Metode <i>Customer Satisfaction Index</i> (CSI).	1. Menggunakan metode <i>Customer Satisfaction Index</i> (CSI) 2. Fokus terhadap tingkat kepuasan nasabah	1. Populasi dan sampel penelitian 2. Tidak menggunakan metode <i>Point Gain in Customer Values</i> (PGCV) 3. Objek penelitian yaitu BSI Mobile
7.	Muhammad Hanif Arizal (2023)	Analisis Kualitas Pelayanan Jasa Angkutan Barang Terhadap Kepuasan Pelanggan Di PT. Humala Giat Mandiri	1. Menggunakan Metode <i>Customer Satisfaction Index</i> (CSI) dan <i>Point Gain in Customer</i>	1. Objek penelitian yaitu PT. Humala Giat Mandiri 2. Populasi dan sampel penelitian

		Menggunakan Metode <i>Customer Satisfaction Index</i> (CSI) Dan <i>Potential Gain in Customer Value</i> (PGCV).	<i>Values</i> (PGCV) 2. Fokus terhadap tingkat kepuasan nasabah	
8.	Ferry Mahliza (2023).	Analisis Tingkat Kepuasan Nasabah Terhadap Kualitas Pelayanan Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Bank Syariah Indonesia Kcp Jambo Tape Kota Banda Aceh).	1. Menggunakan metode <i>Customer Satisfaction Index</i> (CSI) 2. Fokus terhadap tingkat kepuasan nasabah	1. Objek penelitian 2. Menggunakan analisis SWOT 3. Tidak menggunakan metode <i>Point Gain in Customer Value</i> (PGCV)
9.	Atia Mamu (2023).	Kualitas Pelayanan Teller Bank Muamalat Manado Dan Bank Mandiri KC Sudirman Menggunakan Metode <i>Customer Satisfaction Index</i> (CSI)	1. Menggunakan metode <i>Customer Satisfaction Index</i> (CSI) 2. Fokus terhadap tingkat kepuasan nasabah	1. Objek penelitiannya yaitu Bank Muamalat dan Bank Mandiri KC Sudirman 2. Populasi dan sampel penelitian
10.	Aisyah Balqis Azzahra (2024).	Analisis Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan Layanan <i>Mobile Banking</i> Bank Syariah Indonesia KCP Payakumbuh Pasca Hacker	1. Menggunakan metode <i>Customer Satisfaction Index</i> (CSI) 2. Fokus terhadap tingkat kepuasan nasabah	1. Objek penelitiannya yaitu BSI Mobile 2. Populasi dan sampel penelitian

Sumber: diolah penulis

B. Kajian Teori

1. Kualitas Pelayanan

a. Definisi Kualitas Pelayanan

kualitas pelayanan adalah suatu pernyataan tentang sikap terhadap perbandingan antara harapan dengan kinerja.²³ Kualitas pelayanan menjadi suatu aspek yang penting bagi citra perusahaan. Adapun merupakan suatu keuntungan bagi perusahaan apabila kualitas pelayanan dilaksanakan dengan baik. Bagaimana tidak, jika perusahaan sudah memperoleh nilai positif di pandangan konsumen, maka konsumen tersebut akan memberikan *feedback* yang baik pula, serta berpeluang besar akan menjadi pelanggan tetap atau *repeat buyer*. Oleh dari itu, sangat penting untuk mempertimbangkan aspek kepuasan pelanggan terkait kualitas pelayanan yang diberikan. Jenis-jenis pelayanan yang dapat diberikan contohnya: berupa kecepatan, kemudahan, kemampuan, dan keramah-tamahan yang ditunjukkan melalui sikap dan tindakan langsung pada konsumen.²⁴

Kata pelayanan adalah suatu langkah yang dikerjakan demi memberikan esensial orang lain (nasabah) dan kadar kepuasannya hanya dapat dirasakan oleh yang memberikan pelayanan dan orang yang dilayani. Jadi yang dimaksud dengan sistem pelayanan disini

²³ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, 13 ed. (Jakarta: PT. Indeks, 2009).

²⁴ Teddy Chandra, Stefani Chandra, dan Layla Hafni, *Service Quality, Consumer Satisfaction, Dan Consumer Loyalty: Tinjauan Teoritis* (Malang: CV IRDH, 2020), https://ibtpi.pelitaIndonesia.ac.id/1.Artikel/86.Buku_Service_Quality_compressed.pdf. (Malang: CV IRDH, 2020).

merupakan cara tindakan yang digunakan oleh perusahaan atau lembaga keuangan untuk memenuhi kebutuhan nasabah dengan tingkat kepuasan nasabah terhadap pelayanan yang diberikan.²⁵ Sedangkan kualitas jasa/layanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Ini berarti bila jasa/layanan yang diterima (*perceived service*) sesuai dengan yang diharapkan maka kualitas layanan/jasa dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika jasa yang diterima melampaui harapan pelanggan maka kualitas jasa/layanan dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal, sebaliknya bila jasa/layanan yang diterima lebih rendah dari pada yang diharapkan, maka kualitas jasa/layanan akan dipersepsikan buruk.²⁶

Kualitas pelayanan adalah suatu kegiatan atau urutan kegiatan yang terjadi dalam interaksi langsung antara seseorang dengan orang lain atau mesin secara fisik, dan menyediakan kepuasan pelanggan.²⁷

Kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Beberapa definisi kualitas pelayanan diatas, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah tindakan

²⁵ M Rosi, Bahrur Rosi, dan Devi Hardianti Rukmana, "Strategi Pemasaran Dan Pelayanan BPR Nusamba Dalam Meningkatkan Nasabah," *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital* 01, no. 03 (2024): 609–14, https://scholar.google.com/citations?view_op=view_citation&hl=id&user=-yq4HDwAAAAJ&citation_for_view=-yq4HDwAAAAJ:UeHWp8X0CEIC.

²⁶ Tjiptono, dikutip dalam Ismail Nurdin, *Kualitas Pelayanan Publik (Perilaku Aparatur Dan Komunikasi Birokrasi Dalam Pelayanan Publik)* (Surabaya: Media Sahabat Cendekia, 2019), http://eprints.ipdn.ac.id/4509/2/Buku_Kualitas_Pelayanan_Publik.pdf.

²⁷ T.Hani Handoko, *Manajemen*, edisi kedua (Yogyakarta: BPFE, 2010).

perusahaan dalam melayani dan memenuhi kebutuhan pelanggan, sehingga sesuai dengan harapan pelanggan agar tercipta kepuasan pelanggan.

Adapun kualitas pelayanan adalah suatu hal yang sangat penting dilakukan oleh perusahaan serta merupakan salah satu faktor kepuasan nasabah. Kepuasan pelayanan yang diterima oleh nasabah merupakan hal yang paling memberikan pengaruh bagi suatu bank untuk mendapatkan dan mempertahankan nasabah. Dalam usaha meningkatkan kualitas pelayanan, bank harus menyediakan tenaga SDM yang ahli dan fasilitas yang memadai. Kepuasan nasabah dapat diartikan sebagai tingkat perbandingan antara produk atau jasa yang diberikan kepada nasabah apakah sesuai atau tidak dengan harapan nasabah. Meningkatkan kualitas pelayanan dengan baik haruslah dilakukan agar nasabah merasa nyaman dan puas dengan pelayanan yang telah diberikan oleh perusahaan.²⁸

b. Indikator Kualitas Pelayanan

Pengukuran kualitas pelayanan sering kali disebut sebagai *ServQual*. Dimensi-dimensi dasar yang sering diterapkan untuk mengukur kualitas layanan yang di berikan oleh industri jasa diantaranya yaitu:

²⁸ Muhammad Khanifan Abdillah et al., "Gudang Jurnal Multidisiplin Ilmu Analisis Implementasi Aplikasi Bsi Mobile Dalam Meningkatkan," *Gudang Jurnal Multidisiplin Ilmu* 2 (2024):128–32, https://scholar.google.com/citations?view_op=view_citation&hl=en&user=DggEBgkAAAAJ&citation_for_view=DggEBgkAAAAJ:qUcmZB5y_30C.

- 1) Bukti fisik (*tangible*), berkaitan dengan daya tarik pada tampilan/fisik, fitur aplikasi, serta tampilan karyawan bank.
- 2) Reliabilitas (*reliability*), berkaitan dengan keakuratan transaksi, keandalan sistem, dan ketepatan waktu layanan, serta ketersediaan fitur layanan.
- 3) Daya tanggap (*responsive*), berkaitan dengan kemampuan dan kesediaan para karyawan untuk membantu para konsumen serta merespon permintaan mereka, kemudahan dalam memperoleh informasi.
- 4) Jaminan (*assurance*), yakni jaminan keamanan dalam bertransaksi, performa para karyawan yang mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan, dan perusahaan dapat menciptakan perasaan aman bagi pelanggannya.
- 5) Empati (*empathy*), yang artinya perusahaan mampu memahami masalah yang dialami para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian secara personal kepada pelanggan.

2. Kepuasan Nasabah

a. Definisi Kepuasan Nasabah

Kepuasan adalah respons emosional yang ditunjukkan oleh konsumen setelah proses pembelian atau pelayanan yang dikonsumsi berasal dari perbandingan antara kinerja aktual terhadap harapan serta evaluasi pengalaman mengonsumsi produk atau layanan, dan

merupakan evaluasi dimana yang dipilih yang sekurang-kurangnya atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil (*outcome*) tidak memenuhi harapan.²⁹ Kepuasan pelanggan akan dirasakan oleh pelanggan setelah membandingkan antara pengalaman mereka dalam melakukan pembelian barang/jasa dari penyedia barang/jasa (penjual) dengan harapan dari pembeli itu sendiri. Harapan tersebut biasanya terbentuk melalui pengalaman pertama mereka dalam membeli, informasi dan janji dari pemasar dan pesaingnya, serta komentar dari kenalan ataupun teman. Adapun pemasar yang ingin menjadi unggul dalam persaingan tentunya harus memperhatikan harapan pelanggan serta kepuasan dari pelanggannya.

Kepuasan konsumen adalah perasaan senang maupun kecewa seseorang yang timbul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk/jasa yang diterima terhadap kinerja yang diharapkan.

Memuaskan kebutuhan konsumen adalah keinginan setiap perusahaan.

Selain faktor penting bagi kelangsungan hidup perusahaan, memuaskan kebutuhan konsumen dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan.³⁰ Untuk mencapai kepuasan konsumen pada sektor perbankan maka harus diiringi dengan kualitas pelayanan yang baik karena pada dasarnya nasabah akan menjadi puas karena kesulitannya berhasil diselesaikan dengan pelayanan yang prima dari bank.

²⁹ Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra, *Service, Quality and Satisfaction*, edisi ketiga (Yogyakarta: Andi offset, 2016).

³⁰ Meithiana Indrasari, *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan* (Surabaya: Unitomo Press, 2019), [http://repository.unitomo.ac.id/2773/1/Pemasaran dan kepuasan pelanggan.pdf](http://repository.unitomo.ac.id/2773/1/Pemasaran%20dan%20kepuasan%20pelanggan.pdf).

Kepuasan konsumen dapat terbentuk karena peranan penting produk dan jasa yang berkualitas. Bila kepuasan telah dirasakan oleh konsumen, maka akan berdampak positif pada keuntungan perusahaan dan berimbas pada konsumen yang akan melakukan pembelian berulang atas produk atau jasa yang ditawarkan perusahaan. Namun sebaliknya, apabila kepuasan tidak didapat oleh konsumen, maka dapat menimbulkan peluang negatif bagi perusahaan dengan kehilangan konsumennya.

Dalam dunia bisnis perbankan kepuasan nasabah telah menjadi salah satu yang diutamakan, karena hal itu yang menentukan berhasil atau gagalnya suatu usaha perbankan. Nasabah yang tidak puas tentu tidak akan mengulangi memilih jasa perbankan yang sama, apalagi didukung dengan banyaknya pilihan jasa perbankan lain (Pesaing), sehingga membuat nasabah memiliki banyak perbandingan untuk memilih bank mana yang lebih sesuai dengan selera dan keinginannya.³¹ Kepuasan pelanggan dalam perspektif Islam berkaitan erat dengan kebutuhan, keinginan, masalah, manfaat, berkah, keyakinan, dan kehalalan. Kepuasan pelanggan dengan layanan inti dalam konteks pemasaran Islam, Al-Qur'an telah memberikan konsep layanan yang akan mampu memberikan kepuasan pelanggan di antaranya adalah sikap lemah lembut, murah hati, dan mengutamakan pelanggan (itsar).

³¹ Ana Pratiwi, Lilis Wahyuningsih, dan Shofia Auliya Az, "Sosialisasi Pelayanan Dan Produk Di Bank Muamalat Kcp Banyuwangi," *Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Lingkungan (JPML)* 2, no. 1 (2023): 7, <https://doi.org/10.30587/jpml.v2i1.5686>.

b. Pengukuran Kepuasan Nasabah

Sebuah perusahaan dikatakan bijaksana kalau mengukur kepuasan pelanggannya secara teratur, karena kunci untuk mempertahankan pelanggan adalah kepuasan. Ukuran kepuasan pelanggan setidaknya terdapat 6 (enam) konsep mengenai ukuran kepuasan pelanggan, yaitu:

- 1) Kepuasan pelanggan secara keseluruhan (*Overall Customer Satisfaction*) dalam konsep ini, kepuasan pelanggan diukur secara umum dengan menanyakan langsung kepada jasa yang ditawarkan pelanggan.
- 2) Pelanggan diharapkan memberikan penilaian kepada atribut-atribut yang ditawarkan pada jasa yang ditawarkan kepada pelanggan dinilai pada komponen-komponennya.
- 3) Konfirmasi Harapan (*Confirmation Expectation*), menjelaskan bahwa pengukuran pelanggan tidak diukur secara langsung, namun disimpulkan berdasarkan kesesuaian/ ketidaksesuaian antara harapan pelanggan dengan kinerja aktual jasa.
- 4) Niat Beli Ulang (*Repurchase Intention*) konsep ini mengukur kepuasan pelanggan dengan jalan menanyakan apakah pelanggan akan berbelanja dengan menggunakan jasa.
- 5) Ketersediaan untuk merekomendasikan (*Willingness To Recommend*) konsep ini menyerupai dengan konsep beli ulang

yang membedakannya adalah pertanyaan apakah ketersediaan untuk merekomendasikan.

- 6) Ketidakpuasan pelanggan (*Customer Dissatisfaction*) konsep ini menjelaskan ketidakpuasan jasa secara umum (*general*) pada jasa yang ditawarkan.

3. *Mobile Banking*

Perkembangan teknologi di Indonesia yang semakin pesat telah berubah lanskap industri jasa keuangan secara fundamental. Dalam era digital saat ini, dengan meningkatnya penggunaan internet dan smartphone di Indonesia membuat lembaga jasa keuangan dapat memanfaatkan teknologi digital untuk masyarakat.³² Kemajuan teknologi benar-benar membawa perubahan yang signifikan pada cara bank melayani kebutuhan transaksi keuangan di masyarakat. Jika pada masa lalu para nasabah harus datang ke kantor bank untuk melakukan transaksi seperti setor uang, tarik dana, transfer dan lain-lain, maka di zaman modern ini nasabah tidak perlu repot-repot ke kantor bank. Lebih luar biasa lagi, transaksi bisa dilakukan di mana saja dan kapan saja. Tidak perlu khawatir terlambat jika jam kerja di kantor bank sudah selesai dan kantor bank sudah tutup, karena kita bisa melakukan transaksi tanpa

³² Dian Febriyani dan Ida Mursidah, "Ekonomi Dan Perbankan Syariah Di Tengah Era Digital," *Muamalatuna* 12, no. 2 (2021): 1–14, <https://doi.org/10.37035/mua.v12i2.3969>.

perlu ke kantor bank dan transaksi bisa dilakukan sampai 24 jam setiap hari selama 7 hari dalam seminggu tanpa terganggu oleh hari libur.³³

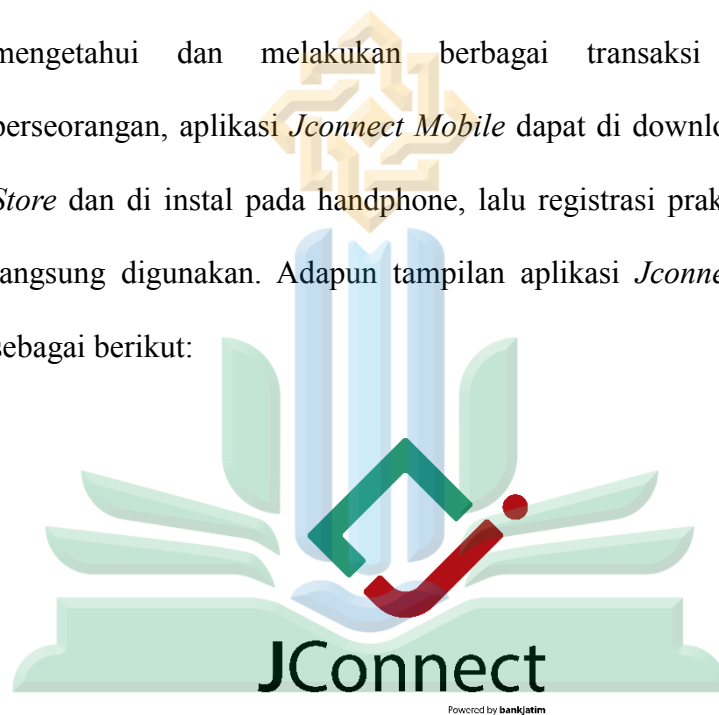
Mobile banking adalah layanan perbankan yang dirancang untuk memberikan kemudahan kepada nasabah bank dalam melakukan berbagai macam transaksi melalui perangkat telepon seluler. Aplikasi *mobile banking* dapat diunduh oleh siapapun namun hanya dapat diakses oleh nasabah yang sudah terdaftar di bank yang bersangkutan, demi memastikan keamanan dan privasi transaksi. Salah satu fitur utama dalam *Mobile banking* menu transfer dan menu pembayaran, yang dapat memberikan fleksibilitas bagi nasabah untuk mengelola keuangan mereka dengan mudah dan efisien. Nasabah dapat melakukan transfer dana antar-rekening, pembayaran tagihan, bahkan berbagai macam transaksi lainnya tanpa harus berkunjung langsung ke bank fisik. *Mobile banking* tidak hanya memfasilitasi transaksi belanja online, tapi juga memberikan solusi bagi nasabah yang mengadopsi sistem *cashless*.³⁴

Layanan Mobile Banking memberikan kemudahan kepada para nasabah untuk melakukan transaksi perbankan seperti cek saldo, transfer antar rekening, dan lain-lain. Dengan fasilitas ini semua orang yang memiliki ponsel dapat dengan mudah bertransaksi dimana saja dan kapan saja. Pada akhirnya Bank beramai-ramai menyediakan fasilitas M Banking demi mendapatkan kepuasan dan peningkatan jumlah nasabah.

³³ kusumaningtuti S. Soetiono, *Perbankan* (Jakarta: Otoritas Jasa Keuangan, 2021), https://lmsspada.kemdiktisaintek.go.id/pluginfile.php/543179/mod_resource/content/1/2.PERBANKAN.pdf.

³⁴ Uly Handayani Mukhra *et al.*, *mobile banking dalam persepsi privasi nasabah* (Aceh: Syiah Kuala University Press, 2024), <https://uskipress.usk.ac.id>.

Jconnect Mobile adalah aplikasi yang berfungsi untuk memberikan kemudahan transaksi layanan perbankan melalui smartphone dengan cara yang aman, cepat dan mudah serta dapat dilakukan kapan saja dan dimana saja sehingga tidak perlu datang langsung ke Bank dengan aman, cepat dan mudah. Manfaatnya, dapat mengetahui dan melakukan berbagai transaksi bagi nasabah perseorangan, aplikasi *Jconnect Mobile* dapat di download melalui *Play Store* dan di instal pada handphone, lalu registrasi praktis hingga dapat langsung digunakan. Adapun tampilan aplikasi *Jconnect Mobile* yaitu sebagai berikut:



Gambar 2.1
Aplikasi *Jconnect Mobile*

Sebelum melakukan registrasi pada aplikasi, nasabah harus melengkapi persyaratannya. Berikut ini syarat untuk bisa mendaftar pada aplikasi mobile banking Bank Jatim:

- Memiliki rekening tabungan Bank Jatim dan kartu ATM-nya.
- Memiliki nomor handphone yang aktif.
- Mendaftar SMS Banking terlebih dahulu melalui ATM atau customer service.

Berikut cara registrasi pada aplikasi Mobile Baking BTN Syariah:

- a. Download aplikasi bank jatim mobile banking di app store atau *play store*.
- b. Buka Aplikasi dan pilih menu Aktivasi.
- c. Baca syarat dan ketentuan kemudian pilih Setuju.
- d. Isi nomor rekening serta Mobile PIN, yakni nomor TIN yang sudah dibuat sebelumnya. Pilih Lanjut.
- e. Nasabah diminta memasukkan kode aktivasi yang akan dikirim melalui SMS. Jika sudah diterima, segera masukkan kode tersebut dan pilih Aktivasi.
- f. Nasabah akan diminta membuat password. Jika sudah berhasil, pilih menu Aktivasi.
- g. Muncul notifikasi jika aktivasi Bank Jatim Mobile sukses dilakukan.
- h. Muncul pilihan apakah akan tetap menggunakan SMS Banking atau tidak. Apabila setuju, segera pilih menu Ya.
- i. Proses aktivasi mobile banking pun selesai dan kamu bisa menggunakannya untuk bertransaksi.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pendekatan yang digunakan pada penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif deskriptif. Penelitian kuantitatif merupakan jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang dapat di peroleh dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau dengan cara yang lain dari suatu kuantifikasi (pengukuran). Pendekatan kuantitatif memfokuskan perhatian pada gejala-gejala yang memiliki karakteristik tertentu pada kehidupan manusia yang dinamakan sebagai variabel. Pada pendekatan kuantitatif hakikat hubungan antara variabel-variabel dianalisis menggunakan teori yang bersifat objektif. Kemudian penelitian ini dilakukan secara deskriptif, yaitu penelitian yang dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui nilai pada masing variabel, baik satu variabel atau lebih yang sifatnya independen agar mendapatkan gambaran tentang variabel-variabel tersebut.³⁵

Jenis penelitian ini merupakan jenis penelitian survei, yaitu penelitian yang memiliki tujuan untuk mengumpulkan data dari sekelompok responden guna memahami karakteristik, opini, perilaku, atau pengalaman mereka terkait suatu fenomena tertentu. Data yang dikumpulkan dalam survei biasanya berbentuk angka (kuantitatif), sehingga dapat dianalisis menggunakan teknik statistik untuk mengidentifikasi pola, hubungan, atau tren tertentu. Dalam penelitian ini penulis akan menyebarkan kuesioner yang telah dibuat melalui

³⁵ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi Pendekatan Kuantitatif* (Yogyakarta: pustaka baru press, 2019), <https://kubuku.id/landing-page.php?t=977ad1668805bb4d590ad528959c6e7c>.

google from untuk menganalisa kualitas pelayanan pada aplikasi *Jconnect Mobile* di Bank Jatim Syariah cabang Jember dan menganalisa kepuasan nasabahnya.

B. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan jumlah yang terdiri dari subjek ataupun objek yang memiliki karakteristik dan kualitas tertentu yang telah ditentukan oleh peneliti untuk diteliti yang kemudian ditarik kesimpulannya.³⁶ pada penelitian ini populasinya ialah pengguna *Jconnect Mobile* pada nasabah Bank Jatim Syariah dari *platform mobile* secara keseluruhan di wilayah Jember.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari sejumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang digunakan untuk penelitian. Bila populasi besar, peneliti tidak mungkin mengambil semua untuk penelitian misal karena terbatasnya dana, waktu, dan tenaga, maka dari itu peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut. Teknik pengumpulan sampel yang dipakai pada penelitian ini yaitu *probabilty sampling* (teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama pada setiap elemen dalam populasi/pengambilan sampel secara acak) dengan daerah sampel yang dipilih adalah pengguna *Jconnect Mobile* atau nasabah Bank Jatim Syariah. Berdasarkan informasi dari pihak HRD Bank

³⁶ Sujarweni., metodologi, 192.

Jatim Syariah, jumlah nasabahnya yaitu kurang lebih 3.000 nasabah, maka penulis hanya mengambil beberapa sampel yang telah sesuai dengan kriteria yang ditentukan untuk memperoleh hasil yang valid dan sesuai. Maka peneliti menggunakan rumus slovin yaitu:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan:

n = Sampel

N = Populasi

e = Persen kelonggaran ketidaktelitian (0,1)

Berdasarkan rumus di atas besarnya sampel dalam penelitian ini adalah:

$$\frac{3.000}{1 + 3.000 (0,1)^2} = 96,77 \text{ responden}$$

Dari hasil diatas yaitu 96,77 maka dibulatkan menjadi 100 responden.

C. Teknik dan instrumen pengumpulan data

1. Teknik pengumpulan data

Pengumpulan data adalah suatu langkah yang sangat strategis dalam suatu penelitian, karena itu tujuan utama dalam penelitian yaitu untuk memperoleh data. Adapun teknik atau metode pengumpulan data pada penelitian ini yaitu:

a. Kuesioner

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), menjelaskan bahwa kuesioner adalah alat riset atau survei yang terdiri atas serangkaian pertanyaan tertulis, yang memiliki tujuan untuk mendapatkan tanggapan dari kelompok orang terpilih melalui wawancara pribadi atau melalui pos. Kuesioner adalah instrumen penelitian yang terdiri atas rangkaian pertanyaan yang memiliki tujuan untuk mengumpulkan informasi dari responden. Kuesioner dapat dianggap sebagai wawancara tertulis. Setiap pernyataan pada penelitian ini dikembangkan dengan menggunakan indikator-indikator dalam kuesioner penelitian. Untuk pemberian skor menggunakan skala likert, skala likert dipakai untuk mengukur pendapat, sikap, dan persepsi seseorang terhadap fenomena sosial. Jawaban setiap instrumen yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif, yang bisa berupa kata-kata kemudian diberi skor. mekanisme penyebaran kuesioner yaitu peneliti membuatnya melalui google form, kemudian kuesioner disebar kepada para nasabah Bank Jatim Syariah KC Jember melalui email dan media sosial seperti whatsapp, instagram dan lainnya sebagai sampel penelitian. Angket yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket tertutup, yaitu angket yang disusun dengan menyediakan alternatif jawaban sehingga memudahkan responden dalam memberi jawaban dan memudahkan peneliti dalam menganalisa. Pertanyaan-pertanyaan

yang dibuat sesuai dengan variabel dimensi berkaitan dengan penelitian, yang ditujukan kepada nasabah Bank Jatim Syariah KC Jember.

b. Observasi

Teknik pengumpulan data dengan melaksanakan pengamatan secara langsung pada objek penelitian. Observasi awal ini dilakukan guna mengajukan permohonan izin penelitian yang akan dilakukan pada Bank Jatim Syariah KC Jember dan memahami secara lebih detail terkait kondisi objek penelitian.

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah metode pengumpulan data yang digunakan untuk melengkapi penelitian, baik berupa sumber data tertulis, gambar, atau karya besar yang memberikan informasi tentang proses penelitian sesuai dengan apa yang dibutuhkan oleh penulis dalam menyelesaikan penelitian di Bank Jatim Syaiah Cabang Jember.

2. Instrumen pengumpulan data

Instrumen penelitian merupakan suatu alat yang digunakan untuk mengukur keadaan sosial maupun fenomena alam yang diamati.³⁷

Penelitian ini menggunakan dua analisis yaitu analisis dengan CSI dan analisis PGCV. Pengumpulan data penelitian ini adalah dengan angket atau kuesioner, yaitu untuk mengumpulkan data dari setiap variabel yang ada. Angket dibuat dengan memperhatikan konsep atau teori yang sudah ada

³⁷ Afif, "Pengaruh Motivasi dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan", 104.

dan disesuaikan dengan kondisi studi kasus. Kemudian setelah jadi, kuisisioner yang berupa bulir-bulir pertanyaan untuk diberi tanggapan oleh responden yaitu nasabah Bank Jatim Syariah KC Jember. Kuesioner tersebut terdiri dari tiga bagian:

- a. Bagian pertama berisi tentang identitas responden yang meliputi, nama, jenis kelamin, usia, dan pekerjaan.
- b. Bagian kedua berisi tentang pertanyaan-pertanyaan menggunakan Pilihan jawaban pada kuesioner yang disediakan peneliti menggunakan skala Likert lima poin yaitu:

Kuesioner untuk kepentingan:

5 = sangat penting

4 = penting

3= cukup penting

2 = tidak penting

1 = sangat tidak penting

Kuesioner bagian kinerja:

5 = sangat puas

4 = puas

3= cukup puas

2 = tidak puas

1= sangat tidak puas

D. Analisis Data

Analisis data merupakan aktivitas setelah data dari semua responden terkumpul. Kegiatan dalam analisis data meliputi mengelompokkan data menurut variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, penyajian data untuk setiap variabel yang diteliti dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang sudah diajukan. Adapun analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Analisis Data Kuantitatif

Analisis data dalam penelitian kuantitatif yang menggunakan statistik, dan data yang berupa angka atau bilangan untuk mempermudah program SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*). Tujuan dari analisis data yaitu untuk menyusun data dalam cara yang bermakna sehingga dapat dipahami.

2. Alat analisis data

a. Uji validitas

Ukuran tingkat validitas instrumen dikenal sebagai validitas. Instrumen yang valid memiliki tingkat validitas yang tinggi idealnya, tingkat validitas yang rendah menunjukkan bahwa instrumen tersebut kurang valid. Suatu instrumen dikatakan valid jika dapat mengungkap data dari variabel yang diteliti dan dapat mengukur apa yang dikehendaki atau diinginkan. Adapun rumusan yang digunakan untuk menguji tingkat validitas instrumen pada penelitian ini yakni menggunakan rumus korelasi.

Setelah r_{hitung} ditemukan, r_{hitung} tersebut, lalu dijadikan tabel untuk mengetahui bulir yang valid dan tidak valid, setelah itu hasil dari r_{hitung} kita bandingkan dengan r_{tabel} dimana $df=n$ dengan nilai signifikansi 5% jika $r_{tabel} < r_{hitung}$ maka valid begitupun sebaliknya.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah besaran derajat tes dalam mengukur secara konsisten pada sasaran yang diukur. Reliabilitas akan

dinyatakan dalam bentuk angka, biasanya dalam bentuk koefisien. Koefisien yang tinggi berarti reliabilitas tinggi. Suatu instrumen penelitian akan berkualitas dan dapat dipertanggung jawabkan apabila terbukti atas kevaliditan dan reliabilitasnya. Pengujian instrumen validitas dan reliabilitas harus disesuaikan dengan bentuk instrumen yang akan digunakan dalam penelitian. Pada penelitian ini untuk menguji hal tersebut menggunakan *Cronbach Alpha* dengan ketentuan jika nilai *Cronbach Alpha* > 0.60 dapat dikatakan reliabel. Uji reliabilitas dengan berdasar nilai *Cronbach Alpha*, menggunakan bantuan perangkat lunak *SPSS Statistic* versi 26.

Penelitian ini menggunakan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) dan *Point Gain in Customer Value* (PGCV) yang bersifat analisis deskriptif kuantitatif, sehingga tidak memerlukan uji asumsi klasik seperti normalitas, heteroskedastisitas, multikolinearitas, atau autokorelasi.³⁸ Uji asumsi klasik umumnya diterapkan pada penelitian yang menggunakan analisis regresi linier atau model prediktif, di mana diperlukan pemenuhan asumsi statistik agar hasil estimasi tidak bias. Sementara itu, metode CSI dan PGCV hanya menggunakan data berupa skor rata-rata, bobot, dan perhitungan selisih antar variabel kinerja dan kepentingan, tanpa membangun model regresi atau inferensial. Oleh karena itu, uji validitas dan reliabilitas dianggap sudah memadai untuk menjamin kualitas data dalam penelitian ini.

³⁸ Tjiptono dan Chandra, *Service, Quality and Satisfaction*.

3. Metode *Customer Satisfaction Index* (CSI)

Customer Satisfaction Index (CSI) atau juga disebut Tingkat Kepuasan Pelanggan biasanya digunakan untuk menetapkan tingkat kepuasan konsumen secara menyeluruh dengan pendekatan pengukuran terhadap tingkat kepentingan dari masing-masing atribut produk atau jasa. Pengukuran terhadap tingkat kepuasan konsumen sangat dibutuhkan untuk menentukan target pasar di masa mendatang. sehingga manajer dapat menentukan tujuan dalam meningkatkan kepuasan konsumen. Metode pengukuran *Customer Satisfaction Index* (CSI) meliputi tahap-tahap sebagai berikut:

- a. Menentukan *Mean Important Score* (MIS) dan *Mean Satisfaction Score* (MSS). di nilai berdasar dari tingkat kepentingan & kinerja tiap responden.

$$MIS = \frac{\sum_{i=1}^n Y_i}{n} \text{ dan } MSS = \frac{\sum_{i=1}^n X_i}{n}$$

Keterangan:

MIS = *Mean Important Score*

MSS = *Mean Satisfaction Score*

$\sum_{i=1}^n Y_i$ = total nilai dari tingkat kepentingan atribut Y ke-i

$\sum_{i=1}^n X_i$ = total nilai dari tingkat kinerja atribut X ke-i

n = Jumlah responden

- b. *Weighting Faktor* (WF), fungsi dari nilai rata-rata tingkat harapan tiap atribut atau *Mean Importance Score* (MIS-i) atau nilai rata-rata tingkat kepentingan terhadap total skor rata-rata tingkat harapan seluruh

atribut yang diuji, sehingga diperoleh total *Weighting Faktor* (WF) yang dinyatakan dalam bentuk persen.

$$WFi = \frac{MISi}{\sum_{i=1}^P MISi} \times 100\%$$

Keterangan:

WFi = *Weighting Faktor*

MISi = Nilai rata-rata kepentingan ke-i

$\sum_{i=1}^P MISi$ = Total rata-rata kepentingan dari ke-i ke-p

- c. *Weighted Score* (WS), yaitu fungsi dari nilai rata-rata tingkat kinerja atau *Mean Satisfaction Score* (MSS) tiap atribut dikali dengan *Weighting Faktor* (WF) tiap atribut *Mean Satisfaction Score* (MSS) atau nilai rata-rata tingkat kepuasan diperoleh dari rata-rata tingkat kinerja suatu atribut.

$$WSi = WFi \times MSSi$$

Keterangan:

WSi = *Weighted Score*

WFi = faktor tertimbang ke i

MSSi = Rata-rata tingkat kinerja ke i

- d. *Customer Satisfaction Index* (CSI), yaitu fungsi dari nilai *Weighted Average Total* (WAT) dibagi dengan *Highest Scale* (HS) atau yang dinyatakan dalam bentuk persen. Skala maksimum diperoleh dari ukuran skala likert yang digunakan dalam pembobotan tingkat kepentingan dan kinerja. Maka dalam penelitian ini skala maksimum yang digunakan adalah lima dan kemudian dikalikan 100 persen.

$$CSI = \frac{\sum_{i=1}^P WSi}{HS} \times 100\%$$

Keterangan:

CSI = *Customer Satisfaction Index*

$\sum_{i=1}^P WSi$ = Total rata-rata skor kepentingan dari-i ke-p

HS = skala likert maksimum yang digunakan

Terdapat kriteria untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap kinerja perusahaan. Hal ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3.1
Kriteria *Customer Satisfaction Indeks* (CSI)

Nilai Indeks (%)	Kriteria <i>Customer Satisfaction Indeks</i> (CSI)
81%-100%	Sangat puas
66%-80,99%	Puas
51%-65,99%	Cukup puas
35,5%-50,99%	Kurang puas
0%-34,99%	Tidak puas

Sumber: Dini Andini (2023)³⁹

4. Metode *Point Gain in Customer Values* (PGCV)

Alat pengukur kepuasan pelanggan secara kuantitatif sangat dibutuhkan dalam rangka survei kepuasan pelanggan. Indeks *Point Gain in Customer Value* (PGCV) adalah sebuah peralatan yang sering digunakan dalam metode analisa pemasaran. Indeks PGCV dapat menyediakan masukan kuantitatif untuk spektrum yang luas dari sebuah analisis strategis.

³⁹ Andini dan Utamajaya, "Analisis Kepuasan Pengguna Terhadap Layanan Aplikasi Brimo Menggunakan Mobile Service Quality dengan Metode CSI."

Indeks PGCV dari setiap variabel / dimensi pelayanan tergantung dari dua faktor yaitu *Achieve Customer Value* (ACV) yang merupakan suatu nilai yang dapat diperoleh dengan mengalikan nilai tingkat kepentingan dengan nilai tingkat performansi yang diperoleh dari suatu survei dan *Ultimately Desire Customer Value* (UDCV) yaitu suatu nilai yang diperoleh dengan mengalikan nilai tingkat performansi yang tertinggi yang paling mungkin dari skala penelitian yang dibuat. Langkah-langkah menghitung PGCV yaitu:

- 1) *Achieve Customer Value* (ACV) dapat dituliskan sebagai berikut:

$$ACV = I \times P$$

Keterangan:

ACV = nilai pencapaian konsumen

I = (*Importance*) nilai rata-rata untuk kepentingan

P = (*Performance*) nilai rata-rata untuk kinerja

- 2) *Ultimately Desire Customer Value* (UDCV) dapat dituliskan sebagai berikut:

$$UDCV = I \times P_s$$

keterangan:

UDCV = Nilai akhir keinginan konsumen

I = Nilai rata-rata untuk kepentingan

PS = Nilai kinerja maksimum skala likert yang dipilih

3) Indeks *Point Gain in Customer Value* (PGCV) dapat dituliskan sebagai berikut:

$$\text{PGCV} = \text{UDCV} - \text{ACV}$$

Keterangan:

PGCV = *Point Gain in Customer Value*

UDCV = Nilai akhir keinginan konsumen

ACV = nilai pencapaian konsumen

Urutan prioritas perbaikan melalui indeks PGCV dimulai dari indeks yang paling tinggi ke indeks yang paling rendah. Setelah dihasilkan urutan prioritas dari kedua metode tersebut, maka selanjutnya dilakukan analisis gabungan antara kedua metode dengan cara mengambil prioritas utama.

Tabel 3.2
Standarisasi Nilai PGCV

Hasil Nilai PGCV	Perangkingan	Kategori Prioritas
Tertinggi	1	Atribut yang perlu membutuhkan perhatian khusus untuk di evaluasi
Pertengahan	Pertengahan	Atribut yang perlu dipertahankan dan ditingkatkan lagi fungsinya
Terendah	Sesuai jumlah Indikator	Atribut yang perlu dipertahankan fungsinya

Sumber: Arthur Hetharia (2023)⁴⁰

⁴⁰ Arthur Hetharia, "Analysis And Priorities For Improving Service Quality At Dani Bakery Using The Servqual Method, Ipa, PgcV Index," *Sosced* 6, no. 2 (2023).

BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

A. Gambaran Obyek Penelitian

1. Sejarah Bank Jatim Syariah

Obyek penelitian ini adalah Bank Pembangunan Daerah milik Jawa Timur yaitu Bank Jatim Syariah. Bank Jatim Unit Usaha Syariah atau Bank Jatim Syariah (BJS) didirikan berdasarkan Surat Bank Indonesia Nomor 9/75/DS/Sb tanggal 4 April 2007 perihal: Persetujuan Prinsip Pendirian Unit Usaha Syariah (UUS), Pembukaan Kantor Cabang Syariah dan Anggota Dewan Pengawas Syariah serta Surat Bank Indonesia Nomor 9/148/DPIP/Prz/Sb tanggal 24 Juli 2007 perihal: Izin Pembukaan Kantor Cabang Syariah. Operasional BJS diresmikan pada hari Selasa tanggal 21 Agustus 2007 bertepatan dengan tanggal 8 Syaban 1428 H. Dalam perjalanannya selama delapan tahun beroperasi BJS telah hadir dengan banyak melakukan pengembangan dan inovasi guna memberikan layanan financial yang terbaik sesuai kebutuhan nasabah melalui beragam produk dengan prinsip syariah.

Pelayanan menjadi salah satu unsur penting dalam pengembangan bisnis bank. Terkait dengan hal itu, BJS berkomitmen untuk memberikan kemudahan kepada masyarakat dalam bertransaksi melalui perluasan jaringan, baik jaringan kantor, layanan syariah, maupun *electronic channel* berupa ATM (*Automatic Teller Machine*), SMS Banking, EDC dan *Mobile Banking*. Sepanjang tahun 2014, BJS telah menambah sejumlah jaringan

kantor baru, yaitu 2 Kantor Cabang di Kediri dan Malang, 2 Kantor Cabang Pembantu di Madiun dan Jember. Selain itu dalam tahun 2014 terdapat penambahan jaringan berupa peningkatan status Cabang Pembantu Gresik dan Madiun sebagai Kantor Cabang; 5 Kantor Cabang Pembantu di Blitar, Jombang, Surabaya Utara, Surabaya Barat dan Surabaya Timur; penambahan 50 Kantor Layanan Syariah dan 6 ATM. Dengan ekspansi jaringan tersebut, akhir tahun 2014 BJS memiliki 5 (lima) Kantor Cabang, 10 (sepuluh) Kantor Cabang Pembantu, 97 Kantor Layanan Syariah dan 6 ATM.

Sebagai lembaga keuangan yang terpercaya Bank Jatim Syariah membangun karakter Sumber Daya Insani (SDI) dengan prinsip luhur yang dicontohkan oleh Rasulullah SAW yaitu insan BJS yang beriman, cerdas, amanah, jujur, berkomunikasi dengan baik. Pribadi demikian diharapkan akan memiliki empati, edifikasi, dan berorientasi hasil yang sepenuhnya mengutamakan layanan fokus kepada nasabah. Kami menyebut karakter tersebut dengan BJS FASTER (Fathonah, Amanah, Sidiq, Tabligh, Empati dan Edifikasi, *Result Oriented*).

2. Visi dan Misi Bank Jatim Syariah

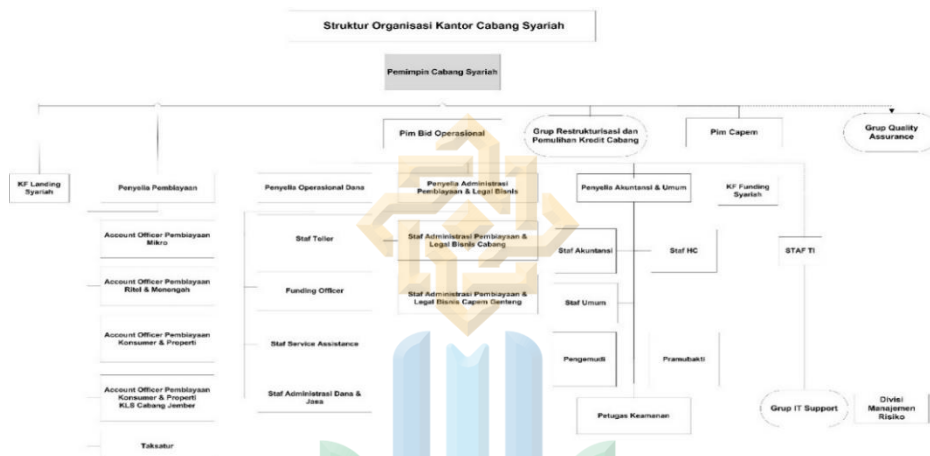
a. Visi

Menjadi "BPD No. 1" di Indonesia

b. Misi

- 1) Akselerasi kinerja dan transformasi bisnis yang sehat menuju digital bank dengan SDM yang berdaya saing tinggi;

- 2) Memberikan kontribusi pertumbuhan ekonomi Jawa Timur;
 - 3) Menerapkan prinsip-prinsip keuangan berkelanjutan
3. Struktur Organisasi Bank Jatim Syariah



Sumber: bank jatim syariah, 2024

Gambar 4.1
Struktur Organisasi Bank Jatim Syariah

Berikut akan diuraikan mengenai tugas dari masing-masing bagian dalam struktur organisasi Bank Jatim Syariah Cabang Jember:

a. Pemimpin cabang syariah

- 1) Memimpin kantor cabang
- 2) Melaksanakan pengawasan dan mengadakan evaluasi terhadap tugas-tugas yang diberikan kepada bawahan.
- 3) Mengobservasi terhadap aktivitas setiap karyawan

b. Pimpinan bidang operasional, bertanggung jawab dalam mengelola, mengawasi, dan memastikan seluruh aktivitas operasional bank berjalan sesuai dengan prinsip syariah, peraturan dan target yang telah ditetapkan.

- 1) KF landing syariah
 - a) Mengelola pembiayaan syariah (kredit) untuk nasabah
 - b) Membantu dalam proses analisis kelayakan nasabah sebelum diberikan pembiayaan
 - c) Memastikan proses pembiayaan sesuai dengan prinsip syariah dan peraturan bank.
- 2) Penyelia pembiayaan, bertugas mengawasi dan memastikan semua proses pembiayaan berjalan sesuai kebijakan bank.
 - a) *Account officer* pembiayaan mikro, bertanggung jawab melakukan pemasaran dan penyaluran pembiayaan untuk usaha mikro, menganalisis kelayakan usaha dan calon nasabah, serta memantau pembiayaan yang telah diberikan, termasuk pembayaran angsuran.
 - b) *Account officer* pembiayaan ritel & menengah, bertanggungjawab atas pembiayaan usaha kecil dan menengah (UKM), melakukan analisis kredit dan pemantauan nasabah, serta memberikan rekomendasi persetujuan atau penolakan pembiayaan.
 - c) *Account officer* pembiayaan konsumen & properti, mengelola pembiayaan untuk memenuhi kebutuhan konsumen seperti rumah, kendaraan dan properti lainnya, dan melakukan penilaian kelayakan nasabah dan pemantauan pembayaran angsuran.

- d) *Account officer* pembiayaan konsumen & properti KLS cabang jember, khusus menangani pembiayaan konsumen dan properti di wilayah lembaga keuangan syariah (LKS) cabang jember.
 - e) Taksatur, tugasnya yaitu melakukan penilaian dan penaksiran terhadap jaminan yang diajukan nasabah dan menyusun laporan hasil taksiran yang digunakan sebagai dasar dalam proses pembiayaan.
- 3) Penyelia operasional dana, bertugas memastikan operasional berjalan lancar, mulai dari pelayanan nasabah hingga administrasi dana.
- a) Staf teller, melayani transaksi seperti setoran, penarikan dan transfer, serta memastikan semua transaksi sesuai dengan prosedur dan prinsip syariah
 - b) *Funding officer*, melakukan pemasaran produk tabungan, deposito dan giro, serta membina hubungan dengan nasabah untuk meningkatkan penghimpunan dana.
 - c) Staf *service assistance*, memberikan informasi kepada nasabah tentang produk dan layanan bank, dan membantu nasabah dalam pengisian formulir dan administrasi.
 - d) Staf administrasi dana & jasa, melakukan pencatatan administrasi semua transaksi dana dan jasa, dan memastikan data transaksi dan dokumen tersimpan dengan baik.

4) Penyelia administrasi pembiayaan & legal bisnis, bertugas memastikan semua dokumen pembiayaan dan aspek legalitas bisnis berjalan sesuai prosedur.

- a) Staf administrasi pembiayaan & legal bisnis cabang
- b) Staf administrasi pembiayaan & legal bisnis capem jember

5) Penyelia akuntansi & umum, bertanggungjawab atas kegiatan akuntansi, sumber daya manusia, dan operasional kantor.

- a) Staf akuntansi, menyusun laporan keuangan, dan memastikan semua transakis keuangan dicatat dengan benar.
- b) Staf HC, mengelola data kepegawaian, dan melakukan rekrutmen dan pelatihan karyawan.
- c) Staf umum, mengurus kebutuhan operasional kantor seperti alat tulis, listrik, dan fasilitas kantor.
- d) Pengemudi, mengantar staf atau dokumen penting untuk keperluan operasional bank.

e) Pramubakti, bertugas menjagaa kebersihan dan kenyamanan lingkungan kantor.

f) Petugas keamanan, menjaga keamanan kantor dan aset bank.

6) KF funding syariah, bertanggungjawab dalam penghimpunan dana dari masyarakat dan melakukan sosialisasi produk simpanan syariah seperti tabungan dan deposito.

7) Staf TI

- a) Grup IT support, memberikan dukungan teknis terkait sistem komputer, jaringan dan aplikasi, serta memastikan sistem teknologi informasi berjalan optimal.
- b) Divisi manajemen risiko, mengidentifikasi risiko teknologi informasi dan memberikan rekomendasi untuk meminimalkan risiko tersebut.
- c. Grup restrukturisasi pemulihan kredit cabang
 - 1) Melakukan restrukturisasi kredit bagi nasabah yang mengalami kesulitan pembayaran
 - 2) Menyusun skema pemulihan kredit untuk meminimalkan kerugian bank
 - 3) Melakukan negosiasi dengan nasabah terkait perubahan jadwal pembayaran atau besaran angsuran.
- d. Grup *quality assurance*
 - 1) Memastikan semua produk, layanan, dan operasional bank berjalan sesuai standar kualitas
 - 2) Melakukan audit internal terhadap proses pelayanan.
 - 3) Memberikan rekomendasi perbaikan apabila ditemukan kekurangan dalam pelayanan.

B. Penyajian Data

Data yang dikumpulkan pada penelitian ini diperoleh dari pembuatan kuesioner melalui *google form*, kemudian kuesioner disebar kepada para

nasabah Bank Jatim Syariah KC Jember melalui email dan media sosial seperti whatsapp, instagram dan lainnya. Penyajian data ini bertujuan untuk memberikan gambaran awal mengenai hasil pengumpulan data. Penyajian data merupakan salah satu langkah penting dalam penyusunan laporan hasil penelitian yang telah dilaksanakan, sehingga dapat dipahami dan dianalisis sesuai dengan tujuan yang diharapkan.

Berikut data responden yang diringkas dalam bentuk tabel berdasarkan usia, jenis kelamin, dan jenis pekerjaan:

Tabel 4.1
Data Responden

	Profil	Frekuensi	Persen (%)
Usia	20-30	42	42%
	31-40	41	41%
	41-50	13	13%
	50 Keatas	4	4%
Jenis Kelamin	Laki-Laki	52	52%
	Perempuan	48	48%
Jenis Pekerjaan	Mahasiswa	18	18%
	Guru	12	12%
	Karyawan	41	41%
	Ibu Rumah Tangga	10	10%
	Lain-Lain	19	19%

Sumber: microsoft excel, 2025

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa mayoritas responden berusia sekitar 20-30 tahun dimana sebanyak 42 responden berjenis kelamin perempuan dan dengan jenis kelamin laki-laki berjumlah 52 orang. Juga sebagian besar responden memiliki jenis pekerjaan sebagai karyawan dengan jumlah 41 orang.

Dalam proses penyajian data, kita dapat mengelompokkan data menjadi dua kategori, yaitu data tunggal dan data berkelompok. Data

diperoleh dari kuesioner yang diisi oleh 100 responden. Kuesioner terdiri dari 2 aspek utama yaitu tingkat kepentingan dan kinerja. Adapun setiap aspek memiliki 15 pertanyaan dengan skala likert 5 tingkat sebagai berikut:

Tabel 4.2
Skala Likert Kuesioner

Skala	keterangan	
	Kuesioner kepentingan	Kuesioner kinerja
1	Sangat tidak penting (STP)	Sangat tidak puas (STP)
2	Tidak penting (TP)	Tidak puas (TP)
3	Cukup penting (CP)	Cukup puas (CP)
4	Penting (P)	Puas (P)
5	Sangat penting (SP)	Sangat puas (SP)

Sumber: diolah penulis, 2025

Karena jumlah data yang dikumpulkan cukup besar, maka penyajian data dilakukan menggunakan penyajian data berkelompok. Penyajian ini bertujuan untuk merangkum distribusi jawaban responden secara lebih sistematis sehingga lebih mudah dianalisis. Data dari masing-masing pertanyaan dalam kuesioner disajikan dalam tabel distribusi frekuensi, yang menunjukkan jumlah responden untuk setiap kategori jawaban pada masing-masing aspek. Dengan demikian, pola jawaban responden dapat dianalisis lebih lanjut untuk mengetahui kecenderungan persepsi mereka terhadap variabel penelitian yang diteliti.

Berikut adalah tabel yang menunjukkan distribusi jawaban responden untuk 15 pertanyaan kuesioner yang telah dianalisis.

Tabel 4. 3
Distribusi frekuensi jawaban responden pada tingkat kepentingan

no	pertanyaan	STP (1)	TP (2)	CP (3)	P (4)	SP (5)	Total
1	T1	0	0	4	80	16	100
2	T2	0	1	3	51	45	100
3	T3	0	1	4	51	44	100
4	R1	0	1	6	51	42	100
5	R2	0	1	5	55	39	100
6	R3	0	1	4	44	51	100
7	RE1	1	1	9	62	27	100
8	RE2	0	1	5	54	40	100
9	RE3	0	1	5	54	40	100
10	A1	0	1	4	53	42	100
11	A2	0	1	4	47	48	100
12	A3	0	1	5	62	32	100
13	E1	0	1	4	56	39	100
14	E2	0	1	5	55	39	100
15	E3	0	1	2	55	42	100

Sumber: microsoft excel, 2025

Tabel 4.4
Distribusi frekuensi jawaban responden tingkat kinerja

no	pertanyaan	STP (1)	TP (2)	P (3)	CP (4)	SP (5)	Total
1	T_1	0	11	48	39	2	100
2	T_2	1	5	57	34	3	100
3	T_3	1	2	26	63	8	100
4	R_1	1	3	39	51	6	100
5	R_2	1	4	39	51	5	100
6	R_3	1	1	16	57	25	100
7	RE_1	1	4	53	38	4	100
8	RE_2	1	3	39	51	6	100
9	RE_3	1	0	25	65	9	100
10	A_1	1	1	32	61	5	100
11	A_2	1	0	14	62	23	100
12	A_3	1	0	40	56	3	100
13	E_1	1	0	31	60	8	100
14	E_2	1	0	33	60	6	100
15	E_3	1	1	26	52	20	100

microsoft excel, 2025

C. Analisis dan Pengujian Hipotesis

1. Analisis Data

Analisis data sering kali dikenal sebagai analisis kuantitatif, analisis statistik, atau uji statistik. Istilah analisis, kuantitatif digunakan karena data yang dianalisis merupakan data yang dapat dikuantifikasikan melalui model matematis. Sementara itu, istilah analisis statistik merujuk pada fakta bahwa analisis data biasanya bertujuan untuk menguji hipotesis, terutama dalam penelitian yang menggunakan desain studi korelasi atau asosiasi.

a. Uji Validitas

Uji ini digunakan untuk mengukur kevaliditasan suatu kuesioner. Validasi memperlihatkan sejauh mana alat pengukur ini mengukur sesuatu tersebut diukur. Hal ini dilakukan dengan cara melakukan pengujian korelasi pada tiap-tiap atribut terhadap total keseluruhan atribut yang ada. Apabila secara statistik signifikan maka atribut tersebut valid begitupun sebaliknya, apabila tidak signifikan maka atribut tersebut tidak dapat digunakan dalam penelitian atau disebut tidak valid. Kuesioner dapat dikatakan valid jika pertanyaan dari kuesioner mampu untuk mengungkap suatu yang diukur oleh kuesioner tersebut.

Tabel 4.5
Distribusi nilai rtabel Signifikansi 5% dan 1%

N	<i>The Level of Significance</i>	
	5%	1%
80	0,220	0,286
85	0,213	0,278
90	0,207	0,267
95	0,202	0,263
100	0,195	0,256

Uji validitas yang digunakan pada penelitian ini adalah uji r. Data dapat dikatakan valid jika indikator-indikator pada sebuah variabel memiliki nilai r hitung > r tabel. Pengujian dilakukan secara 2 arah (2-tailed) dengan nilai α 5% yang memiliki arti tingkat kesalahan dalam mengambil keputusan sebesar 5%. Sehingga nilai r tabel dengan α 5%, 2-tailed, dan dengan 100 responden nilainya sebesar 0.195.

Tabel 4.6
Hasil Uji Validitas Bank Jatim Syariah

Indikator	r hitung		r tabel	Keterangan
	Kepentingan	Kinerja		
T1	0,548	0,545	0,195	Valid
T2	0,793	0,677	0,195	Valid
T3	0,717	0,777	0,195	Valid
R1	0,792	0,846	0,195	Valid
R2	0,797	0,843	0,195	Valid
R3	0,849	0,573	0,195	Valid
RE1	0,384	0,769	0,195	Valid
RE2	0,827	0,848	0,195	Valid
RE3	0,829	0,817	0,195	Valid
A1	0,852	0,814	0,195	Valid
A2	0,829	0,657	0,195	Valid
A3	0,797	0,646	0,195	Valid
E1	0,837	0,812	0,195	Valid
E2	0,847	0,835	0,195	Valid
E3	0,766	0,737	0,195	Valid

Sumber: data diolah dengan SPSS Versi 26

Dari tabel di atas hasil olah data Bank Jatim Syariah dapat dijelaskan bahwa nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ berdasarkan uji signifikan 0,195.

Yang artinya bahwa keseluruhan item diatas dikatakan valid.

b. Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur yang biasanya menggunakan kusioner. Metode pengukuran seperti skala likert 1-5 yang sering digunakan dalam penelitian adalah *Cronbach Alpha* dengan menggunakan *software* SPSS 26.0 *for windows*. Uji reliabilitas adalah uji kelanjutan dari uji validitas dimana kemudian membandingkan antara r_{hitung} dan r_{tabel} . Apabila nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari r_{tabel} maka dikatakan reliabel, sedangkan apabila nilai *Cronbach Alpha* lebih kecil maka dinyatakan tidak reliabel.

Tabel 4.7
Hasil uji reliabilitas tingkat kepentingan

Reliability Statistics

Cronbach's

Alpha	N of Items
,949	15

Sumber: SPSS Versi 26

Tabel 4.8

Hasil uji reliabilitas kinerja

Reliability Statistics

Cronbach's

Alpha	N of Items
,942	15

Sumber: SPSS Versi 26

Hasil dari olah data SPSS tersebut dapat dijelaskan bahwa nilai *Cronbach Alpha* dari Bank Jatim Syariah yaitu, kepentingan 0,944 dan

kinerja 0,808 yang menunjukkan bahwa keseluruhan pernyataan dapat dikatakan reliabel.

c. Metode *Costumer Satisfaction Index* (CSI)

1) Menentukan *Mean Importance Score* (MIS) dan *Mean Satisfaction*

Score (MSS). Nilai MIS adalah hasil dari nilai rata-rata harapan, sedangkan nilai MSS adalah hasil dari nilai rata-rata kinerja. Adapun rumusnya adalah sebagai berikut:

$$MIS = \frac{\sum_{i=1}^n Y_i}{n} \text{ dan } MSS = \frac{\sum_{i=1}^n X_i}{n}$$

$$\text{Tangibles 1 (T1) MIS} = 412/100 = 4,12$$

$$\text{Tangibles 1 (T1) MSS} = 333/100 = 3,33$$

2) Melakukan perhitungan *Weight Factors* (WF) dimana berasal dari persentase nilai MIS per atribut terhadap total MIS seluruh atribut dan dikali 100% dengan rumus sebagai berikut:

$$WFi = \frac{MIS_i}{\sum_{i=1}^p MIS_i} \times 100\%$$

$$\text{Tangible 1 (T1) WF} = (4,12/64,74) \times 100 = 6,4$$

3) Perhitungan dari *Weight Score* (WS) berasal dari perkalian antara *Weight Factor* (WF) dengan rata-rata tingkat kepuasan (MSS) *Mean Satisfaction Score* dengan rumus sebagai berikut:

$$Wsi = Wfi \times MSSi$$

$$\text{Tangible 1 (T1) Wsi} = 6,4 \times 3,3 = 21,1$$

4) Hasil dari perhitungan *Customer Satisfaction Index* (CSI) di Bank Jatim Syariah yaitu sebesar 73,4. Nilai tersebut di peroleh dengan rumus sebagai berikut:

$$CSI = \frac{\sum_{i=1}^P WSi}{HS} \times 100\%$$

$$CSI = 367,2/5 = 73,4$$

Berikut hasil perhitungan *Mean Importance Score* (MIS), *Mean Satisfaction Score* (MSS), *Weight Factors* (WF), *Weight Score* (WS) keseluruhan atribut sampai diperolehnya nilai *Customer Satisfaction Index* (CSI) dicantumkan pada tabel 4.7.

Tabel 4. 9
Hasil Analisis *Customer Satisfaction Index* (CSI).

No	Atribut	MIS	MSS	WF	WS
1	T1	4,1	3,3	6,4	21,1
2	T2	4,4	3,3	6,8	22,6
3	T3	4,4	3,8	6,8	25,3
4	R1	4,3	3,6	6,7	23,9
5	R2	4,3	3,6	6,7	23,6
6	R3	4,4	4,0	6,9	27,7
7	RE1	4,1	3,4	6,4	21,7
8	RE2	4,3	3,6	6,7	23,9
9	RE3	4,3	3,8	6,7	25,4
10	A1	4,4	3,7	6,7	24,7
11	A2	4,4	4,1	6,8	27,7
12	A3	4,2	3,6	6,5	23,6
13	E1	4,3	3,7	6,7	25,0
14	E2	4,3	3,7	6,7	24,6
15	E3	4,4	3,9	6,8	26,3
Total WS					367,2
CSI					73,4

Sumber: diolah peneliti, 2025

Customer Satisfaction Index (CSI) yang diperoleh pada tabel 4.7 adalah sebesar 73,4 atau 73,4%. Nilai *Customer Satisfaction Index* (CSI) didapat dengan membagi nilai WS total yaitu sebesar 367,2 dengan skala maksimum yang digunakan pada penelitian yaitu 5.

d. Metode Point Gain in Costumer Values (PGCV)

Analisis *Point Gain in Customer Value* (PGCV) baru dapat dilakukan setelah mendapatkan jumlah responden yang di targetkan yaitu 100 sampel. Analisis dari PGCV bisa dimplementasikan dengan adanya nilai *Mean Importance Score* (MIS) dan *Mean statisfaction score* (MSS) yang telah didapat dari perhitungan langkah yang terdapat pada metode CSI. Analisis PGCV nantinya diharapkan mampu menentukan atribut yang perlu dipertahankan dan yang perlu di prioritaskan untuk ditingkatkan lebih fungsinya dari kualitas pelayanan pada aplikasi *Jconnect Mobile* berdasarkan dari indikator pertanyaan yang telah dibuat mengacu pada dimensi yang terdapat pada *m-service quality*.

Beberapa tahapan-tahapan untuk menghitung metode CSI yaitu:

1) Perhitungan ACV (*Achieved Customer Value*)

Nilai dari ACV (*Achieved Customer Value*) didapatkan dari perkalian antara atribut *Mean Importance Score* (MIS) dengan atribut dari *Mean statisfaction score* (MSS). Perhitungan ACV dilakukan oleh penulis menggunakan *microsoft excel*.

Hasil dari perhitungan ACV (*Achieved Customer Value*) dapat disajikan dalam bentuk tabel seperti dibawah ini:

Tabel 4.10
Hasil ACV

Atribut	MIS	MSS	ACV (MIS x MSS)
T1	4,12	3,32	13,68
T2	4,39	3,33	14,62
T3	4,37	3,75	16,39
R1	4,33	3,58	15,50
R2	4,31	3,55	15,30
R3	4,44	4,04	17,94
RE1	4,14	3,4	14,08
RE2	4,32	3,58	15,47
RE3	4,32	3,81	16,46
A1	4,35	3,68	16,01
A2	4,41	4,06	17,90
A3	4,24	3,6	15,26
E1	4,32	3,74	16,16
E2	4,31	3,7	15,95
E3	4,37	3,89	17,00

Sumber: microsoft excel, 2025

2) UDCV (*Ultimately Desire Customer Value*)

Nilai dari UDCV (*Ultimately Desired Customer Value*)

didapatkan dari perkalian antara atribut *Mean Importance Score* (MIS)

dengan kinerja maksimum dalam skala likert yang dipilih yaitu 5.

Perhitungan UDCV (*Ultimately Desired Customer Value*) dilakukan

oleh penulis menggunakan *microsoft excel*. Hasil dari perhitungan

UDCV dapat disajikan dalam bentuk tabel seperti dibawah ini:

Tabel 4.11
Hasil UDCV

Atribut	MIS	UDCV (MIS x 5)
T1	4,12	20,6
T2	4,39	21,95
T3	4,37	21,85
R1	4,33	21,65
R2	4,31	21,55
R3	4,44	22,2
RE1	4,14	20,7
RE2	4,32	21,6
RE3	4,32	21,6
A1	4,35	21,75
A2	4,41	22,05
A3	4,24	21,2
E1	4,32	21,6
E2	4,31	21,55
E3	4,37	21,85

Sumber: microsoft excel, 2025

3) Analisis nilai PGCV dari setiap atribut

Nilai PGCV dari setiap atribut didapatkan dari perhitungan pengurangan setiap atribut UDCV dengan ACV. Hasil dari perhitungan PGCV (*Point Gain in Costumer Value*) dapat dirangking dan disajikan dalam bentuk tabel seperti dibawah ini:

Tabel 4.12
Hasil PGCV

Atribut	UDCV	ACV	PGCV	RANGKING	Golongan Atribut
T2	14,6	22,0	7,3	1	Atribut yang perlu membutuhkan perhatian khusus untuk di evaluasi
T1	13,7	20,6	6,9	2	
RE1	14,1	20,7	6,6	3	
R2	15,3	21,6	6,2	4	
R1	15,5	21,7	6,1	5	
RE2	15,5	21,6	6,1	6	Atribut yang perlu dipertahankan dan
A3	15,3	21,2	5,9	7	

A1	16,0	21,8	5,7	8	ditingkatkan lagi fungsinya
E2	15,9	21,6	5,6	9	
T3	16,4	21,9	5,5	10	
E1	16,2	21,6	5,4	11	Atribut yang perlu dipertahankan fungsinya
RE3	16,5	21,6	5,1	12	
E3	17,0	21,9	4,9	13	
R3	17,9	22,2	4,3	14	
A2	17,9	22,1	4,1	15	

Sumber: microsoft excel, 2025

2. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini dilakukan berdasarkan hasil perhitungan *Customer Satisfaction Index* (CSI), yang bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan nasabah terhadap kualitas pelayanan *Jconnect mobile* bank jatim syariah. Adapun hipotesis dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

- a. H_0 (hipotesis nol) = tingkat kepuasan nasabah terhadap kualitas pelayanan dalam penggunaan *Jconnect mobile* Bank Jatim Syariah berada pada kategori rendah.
- b. H_1 (hipotesis alternatif) = tingkat kepuasan nasabah terhadap kualitas pelayanan dalam penggunaan *Jconnect mobile* Bank Jatim Syariah berada pada kategori tinggi.

Berdasarkan hasil perhitungan yang telah dilakukan pada tabel 4.9, diperoleh nilai CSI sebesar 73,4%. Nilai tersebut kemudian diinterpretasikan berdasarkan kategori tingkat kepuasan nasabah yang ada pada tabel 3.1 yaitu berada pada antara 66%-80,99%. Dengan nilai CSI sebesar 73,4%, maka dapat disimpulkan bahwa tingkat kepuasan nasabah terhadap kualitas pelayanan dalam penggunaan

Jconnect mobile bank jatim syariah termasuk dalam kategori puas. Oleh karena itu, hipotesis alternatif (H_1) diterima dan hipotesis nol (H_0) ditolak. Sehingga hasil ini menunjukkan bahwa secara umum nasabah merasa puas terhadap layanan yang diberikan oleh *Jconnect mobile*, meskipun masih terdapat beberapa aspek yang memerlukan peningkatan untuk meningkatkan nilai kepuasan secara menyeluruh.

D. Pembahasan

1. Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Dalam Penggunaan Aplikasi *J-Connect Mobile* Bank Jatim Syariah Cabang Jember

Berdasarkan hasil analisis data sebelumnya, nilai *Costumer Satisfaction Index* (CSI) pada Bank Jatim Syariah terhadap penggunaan *Jconnect Mobile* diperoleh sebesar 73,4 atau 73,4%. Yang mana nilai tersebut menandakan bahwa nasabah yang menggunakan aplikasi *Jconnect Mobile* merasa puas terhadap kualitas pelayanan yang telah di berikan oleh bank jatim syariah baik dari segi kualitas pelayanan secara langsung maupun tidak langsung. Hal ini dapat dilihat pada tabel 2.2 terkait kriteria penilaian *Costumer Satisfaction Index* (CSI) dimana 73,4% berada diantara nilai 66%-80,99%. Adapun hasil dari nilai *Costumer Satisfaction Index* (CSI) diperoleh dari penyebaran kuesioner yang telah di isi oleh 100 responden. Berada pada kategori puas ini menandakan bahwa rata-rata nilai kinerja tiap atribut pelayanan masih di bawah nilai kepentingan, bahkan tidak ada yang setara. Hal ini menunjukkan bahwa pelayanan

masih di bawah harapan pelanggan. Sehingga diperlukan perbaikan kualitas dari atribut pelayanan yang menurut pelanggan masih jauh di bawah harapan pelanggan.

2. Hasil analisis *Point Gain in Customer Value* (PGCV)

Hasil analisis menggunakan metode *Point Gain in Customer Value* (PGCV) menunjukkan penjelasan terhadap atribut *m-service quality* yang diklasifikasikan berdasarkan perangkungan. Peneliti membagi atribut tersebut menjadi 3 bagian penting didalamnya dimana di setiap atribut dibagi mulai dari atribut yang perlu dipertahankan fungsinya, dipertahankan dan ditingkatkan lagi fungsinya, dan perlu membutuhkan perhatian khusus untuk ditingkatkan fungsinya. Adapun hasil pemetaan menggunakan hasil perangkungan dari masing-masing atribut adalah sebagai berikut:

a. Atribut yang perlu membutuhkan perhatian khusus untuk di evaluasi

1) Indikator T2

Indikator atribut T2 merupakan bagian dari atribut ke 2 dari dimensi *Tangible*. Hasil nilai yang didapat dari indikator T2 ini sebesar 7,3. Dari hasil nilai setinggi itu menjadikan indikator ini masuk kedalam golongan besar point tertinggi dari nilai PGCV dengan menduduki peringkat 1 terbesar yang ada. Sehingga indikator T2 ini masuk ke dalam golongan atribut indikator yang membutuhkan perhatian khusus untuk evaluasi guna meningkatkan fungsinya. Secara garis besar indikator ini memiliki

arti apakah informasi yang ditampilkan dalam aplikasi (seperti saldo, riwayat transaksi dan fitur lainnya mudah di baca dan dipahami. Dengan masuknya indikator T2 dalam golongan ini menandakan bahwasannya informasi yang ditampilkan dalam aplikasi masih tidak maksimal harus perlu melakukan peninjauan ulang dan pengevaluasian besar terkait hal ini. Evaluasi dapat dilakukan dengan cara mengamati lebih terperinci apakah tampilan berupa tata letak sudah jelas/sesuai dengan kenyamanan pengguna, dan dapat juga dengan menyediakan fitur bantuan/chatbot yang dapat membantu pengguna.

2) Indikator T1

Indikator atribut T1 merupakan bagian dari atribut ke 1 dari dimensi *Tangible*. Hasil nilai yang didapat dari indikator T1 ini sebesar 6.9. atribut ini termasuk dalam golongan indikator yang membutuhkan perhatian khusus untuk evaluasi guna meningkatkan fungsinya. Kesimpulannya, dari hasil perangkungan PGCV tersebut dinyatakan bahwa pihak *Jconnect Mobile* sudah cukup maksimal dalam hal tampilan aplikasi beserta fitur-fitur sehingga memberikan kesan modern dan memudahkan pengguna dalam menggunakannya. Akan tetapi, tidak bisa dipungkiri bahwa masih terdapat beberapa keluhan dari nasabah pengguna, seperti tampilan aplikasinya yang terkesan kurang sesuai dengan zaman modern atau terkesan jadul. hal inilah menjadi alasan bagi pihak

Jconnect Mobile untuk dapat meningkatkan lagi fungsinya guna meningkatkan kepercayaan pengguna terhadap aplikasi *Jconnect Mobile*, salah satu contohnya yaitu dengan mendesain tampilan depan aplikasi dengan hari-hari besar seperti ucapan selamat hari raya idul fitri, dan sebagainya.

3) Indikator RE1

Indikator atribut RE1 merupakan bagian dari atribut ke3 dari dimensi *Responsiveness*. Hasil nilai yang didapat dari indikator RE1 ini sebesar 6,6. Atribut ini berada pada peringkat 4 terbesar yang ada dalam penelitian ini. Sehingga indikator RE1 ini masuk ke dalam golongan atribut indikator yang membutuhkan perhatian khusus untuk evaluasi guna meningkatkan fungsinya. Yang menandakan bahwa notifikasi dan pembaruan (update) dalam aplikasi mobile diberikan secara tepat waktu masih kurang terlaksana dengan baik, hal ini sejalan dengan keluhan para nasabah yang mengatakan bahwa notifikasi terkadang tidak muncul. Adapun contoh saran evaluasi yang dapat dilakukan dengan cara meningkatkan sistem notifikasi real-time dan memastikan bahwa update aplikasi dapat terjadwal dan stabil sehingga nasabah menjadi lebih nyaman.

4) Indikator R2

Indikator atribut R2 merupakan bagian dari atribut ke-2 dari dimensi *Reliability*. Hasil nilai yang didapat dari indikator R2 ini

sebesar 6,2. Atribut ini berada pada peringkat 2 terbesar yang ada dalam penelitian ini. Sehingga indikator R2 ini masuk ke dalam golongan atribut indikator yang membutuhkan perhatian khusus untuk evaluasi guna meningkatkan fungsinya. Yang menandakan bahwa aplikasi mobile dapat diandalkan untuk melakukan transaksi kapan saja tanpa mengalami kendala yang berarti masih kurang terlaksana dengan baik, hal ini sejalan dengan keluhan para nasabah yang terkadang mengalami kendala ketika bertransaksi dengan aplikasi *Jconnect Mobile*. Adapun contoh saran evaluasi yang dapat dilakukan dengan cara rutin melakukan pengecekan server agar stabilitas sistem tetap terjaga dan senantiasa menyediakan informasi real-time mengenai status layanan agar pengguna dapat selalu update ketika ada gangguan sistem.

5) Indikator R1

Indikator atribut R1 merupakan bagian dari atribut ke1 dari dimensi *Reliability*. Hasil nilai PGCV yang diperoleh yaitu sebesar 6,15. Atribut ini berada pada peringkat 3 terbesar yang ada dalam penelitian ini. Sehingga indikator R1 ini masuk ke dalam golongan atribut indikator yang membutuhkan perhatian khusus untuk evaluasi guna meningkatkan fungsinya. Hal ini dapat diartikan bahwa transaksi di aplikasi mobile selalu diproses dengan cepat dan akurat masih kurang maksimal dan harus perlu melakukan peninjauan ulang dan pengevaluasian besar terkait hal ini. valuasi

dapat dilakukan dengan cara meningkatkan peninjauan dan monitoring secara berkala agar terhindar dari kesalahan atau delay.

b. Atribut yang perlu dipertahankan dan ditingkatkan lagi fungsinya

1) Indikator RE2

Indikator atribut RE2 merupakan bagian dari atribut ke3 dari dimensi *Responsiveness*. Hasil nilai PGCV yang diperoleh yaitu sebesar 6,13. Atribut ini berada pada peringkat 6 terbesar yang ada dalam penelitian ini. Sehingga indikator RE2 ini masuk ke dalam golongan indikator yang perlu di pertahankan fungsinya dan juga mendapatkan saran untuk ditingkatkan lagi fungsinya guna bisa memaksimalkan point yang ada. Kesimpulannya, dari hasil perbandingan PGCV tersebut dinyatakan bahwa aplikasi mobile memberikan pelayanan yang baik dan tepat sudah cukup maksimal.

Akan tetapi, tidak bisa dipungkiri bahwa masih terdapat beberapa keluhan dari nasabah pengguna. Evaluasi dapat dilakukan dengan cara memperbaiki responsivitas layanan agar keluhan pengguna dapat direspon dengan cepat dengan solusi yang jelas serta tindakan yang terbukti dengan segera memperbaiki hal-hal yang dikeluhkan oleh nasabah.

2) Indikator A3

Indikator atribut A3 merupakan bagian dari atribut ke 4 dari dimensi *Assurance*. Hasil nilai yang didapat dari indikator A3 ini sebesar 5,9. atribut ini termasuk dalam golongan indikator yang

perlu di pertahankan fungsinya dan juga mendapatkan saran untuk ditingkatkan lagi fungsinya guna bisa memaksimalkan point yang ada. Kesimpulannya, dari hasil perangkingan PGCV tersebut dinyatakan bahwa atribut ini telah di terapkan dengan cukup maksimal. Artinya Pegawai bank dalam menjamin keamanan data pengguna ketika terjadi permasalahan (seperti lupa password, hp hilang dan lainnya) sudah maksimal, namun harus lebih ditingkatkan lagi fungsinya demi kenyamanan dan keamanan nasabah.

3) Indikator A1

Indikator atribut A1 merupakan bagian dari atribut ke 4 dari dimensi *Assurance*. Hasil nilai yang didapat dari indikator A1 ini sebesar 5,7. atribut ini termasuk dalam golongan indikator yang perlu di pertahankan fungsinya dan juga mendapatkan saran untuk ditingkatkan lagi fungsinya guna bisa memaksimalkan point yang ada. Kesimpulannya, dari hasil perangkingan PGCV tersebut dinyatakan bahwa atribut ini telah di terapkan dengan cukup maksimal. Artinya Informasi terkait kebijakan privasi dan keamanan aplikasi disajikan dengan jelas dan mudah diakses, namun masih terdapat bebrapa keluhan dari nasabah seperti fitur memasukkan password yang tidak dapat dilihat sehingga menyulitkan nasabah dalam memastikan kebenaran password yang telah di input.

4) Indikator E2

Indikator atribut E2 merupakan bagian dari atribut ke 5 dari dimensi *Emphaty*. Hasil nilai yang didapat dari indikator E2 ini sebesar 5,6. atribut ini termasuk dalam golongan indikator yang perlu di pertahankan fungsinya dan juga mendapatkan saran untuk ditingkatkan lagi fungsinya guna bisa memaksimalkan point yang ada. Kesimpulannya, dari hasil perangkingan PGCV tersebut dinyatakan bahwa atribut ini telah di terapkan dengan cukup maksimal. Artinya aplikasi menyediakan fitur atau layanan yang dapat membantu kebutuhan spesifik nasabah Meskipun begitu pada atribut ini juga masih ada beberapa keluhan seperti fitur top up ke aplikasi “dana” yang tidak mudah/sulit, sehingga kebutuhan transaksi nasabah terganggu. hal inilah menjadi alasan bagi pihak *Jconnect Mobile* untuk dapat meningkatkan lagi fungsinya guna meningkatkan kepercayaan pengguna terhadap aplikasi *Jconnect Mobile*.

5) Indikator T3

Indikator atribut T1 merupakan bagian dari atribut ke 1 dari dimensi *Tangible*. Hasil nilai yang didapat dari indikator T3 ini sebesar 5,5. atribut ini termasuk dalam golongan indikator yang perlu di pertahankan fungsinya dan juga mendapatkan saran untuk ditingkatkan lagi fungsinya guna bisa memaksimalkan point yang ada. Kesimpulannya, dari hasil perangkingan PGCV tersebut

dinyatakan bahwa atribut ini telah di terapkan dengan cukup maksimal. Yang artinya pegawai bank dapat menyelesaikan masalah pengguna terkait dengan *Jconnect Mobile*. Meskipun begitu pada atribut ini juga masih ada beberapa keluhan seperti pegawai telah memberikan pelayanan yang baik dengan memberikan penjelasan yang jelas, akan tetapi penyelesaian pada permasalahan yang dikeluhkan belum terselesaikan/masih dalam proses peningkatan, sehingga pelayanan yang diberikan kurang maksimal. hal inilah menjadi alasan bagi pihak *Jconnect Mobile* untuk dapat meningkatkan lagi fungsinya guna meningkatkan kepercayaan pengguna terhadap aplikasi *Jconnect Mobile*.

c. Atribut yang perlu dipertahankan fungsinya

1) Indikator E1

Indikator atribut E1 merupakan bagian dari atribut ke 5 dari dimensi *Emphaty*. Hasil nilai yang didapat dari indikator E1 ini sebesar 5,4. Atribut ini menjelaskan mengenai seberapa besar layanan yang diberikan melalui aplikasi telah menunjukkan kepedulian terhadap kebutuhan dan kenyamanan nasabah. Yang artinya berdasarkan perengkingan PGCV dapat dinyatakan bahwa pihak *Jconnect Mobile* sudah melakukannya dengan maksimal sehingga perlu dipertahankan agar loyalitas nasabah tetap terjaga bahkan lebih meningkat lagi.

2) Indikator RE3

Indikator atribut RE3 merupakan bagian dari atribut ke 3 dari dimensi *Responsiveness*. Hasil nilai yang didapat dari indikator RE3 ini sebesar 5,1. Atribut ini menjelaskan mengenai seberapa besar pegawai bank dalam memberikan respon yang baik terhadap keluhan ataupun pertanyaan yang diajukan oleh pengguna mengenai *Jconnect mobile*, hal ini dibuktikan dengan pernyataan nasabah yang merasa puas terhadap pegawai bank yang selalu menjawab pertanyaan yang diajukan oleh nasabah. Yang artinya berdasarkan perengkingan PGCV dapat dinyatakan bahwa pihak bank telah memberikan pelayanan yang maksimal sehingga perlu dipertahankan agar loyalitas nasabah tetap terjaga bahkan lebih meningkat lagi.

3) Indikator E3

Indikator atribut E3 merupakan bagian dari atribut ke 5 dari dimensi *Emphaty*. Hasil nilai yang didapat dari indikator E3 ini sebesar 4,9. Atribut ini menjelaskan mengenai seberapa besar Pegawai memberikan kenyamanan dan perhatian kepada nasabah ketika mengalami kendala terhadap aplikasi mobile. Yang artinya berdasarkan perengkingan PGCV dapat dinyatakan bahwa pihak bank telah memberikan pelayanan yang maksimal sehingga perlu dipertahankan agar loyalitas nasabah tetap terjaga bahkan lebih meningkat lagi.

4) Indikator R3

Indikator atribut R3 merupakan bagian dari atribut ke 2 dari dimensi *Reliability*. Hasil nilai yang didapat dari indikator R3 ini sebesar 4,3. Atribut ini menjelaskan mengenai seberapa reliabel kecermatan pegawai dalam melayani nasabah pada saat registrasi aplikasi *jconnect mobile*. Hal ini dapat dilihat dari nasabah yang merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan ketika melakukan aktivasi aplikasi *mobile* di bank *jatim syariah*. Hal ini dapat diartikan bahwa berdasarkan perengkingan PGCV dapat dinyatakan bahwa pihak bank telah memberikan pelayanan yang maksimal sehingga perlu dipertahankan agar loyalitas nasabah tetap terjaga bahkan lebih meningkat lagi.

5) Indikator A2

Indikator atribut A2 merupakan bagian dari atribut ke 4 dari dimensi *Assurance*. Hasil nilai yang didapat dari indikator A2 ini sebesar 4,1. Atribut ini menjelaskan mengenai seberapa besar jaminan aplikasi *Jconnect Mobile* dalam Bertransaksi di aplikasi *mobile* yang terasa aman dan terpercaya. Yang artinya berdasarkan perengkingan PGCV dapat dinyatakan bahwa pihak *Jconnect Mobile* telah memberikan rasa aman dan kepercayaan yang besar kepada nasabah selama bertransaksi di *Jconnect Mobile*, disamping kendala-kendala yang terjadi. Maka dari itu pihak bank dapat terus

meningkatkan fitur-fitur yang ada sehingga loyalitas nasabah tetap terjaga bahkan terus meningkat



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil analisis yang dilakukan peneliti dengan menggunakan kombinasi metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) dan *Point Gain in Customer Value* (PGCV) maka didapatkan beberapa kesimpulan yaitu sebagai berikut:

1. Tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan dalam Penggunaan Aplikasi *J-Connect Mobile* Bank Jatim Syariah Cabang Jember berada pada nilai 73,4%, berdasarkan skala CSI nilai tersebut berada di antara nilai interpretasi 66%-80,99%, hal ini dapat diartikan bahwa tingkat kepuasan nasabah pengguna secara keseluruhan berada pada kategori puas. Adapun hasil perhitungan kepuasan pelanggan tersebut berdasarkan pada perspektif pengguna *Jconnect Mobile*.
2. Berdasarkan analisis menggunakan metode *Point Gain in Customer Value* (PGCV) dihasilkan 15 perangkingan terhadap prioritas peningkatan layanan yang terdapat pada aplikasi *Jconnect Mobile* berdasarkan 5 dimensi. Peneliti membagi menjadi 3 golongan besar yaitu: Atribut yang perlu membutuhkan perhatian khusus untuk ditingkatkan fungsinya sesuai dengan perangkingan tersebut adalah atribut dengan indikator T2 yang berkaitan dengan Informasi yang ditampilkan dalam aplikasi (seperti saldo, riwayat transaksi, dan fitur lainnya) mudah dibaca dan dipahami. Masih kurang maksimal, yang menyebabkan nasabah kesulitan dalam

memperoleh informasi yang dibutuhkan. Atribut dengan indikator T1 yang berkaitan dengan informasi yang ditampilkan dalam aplikasi masih kurang maksimal, yang menyebabkan nasabah kesulitan dalam memperoleh informasi yang dibutuhkan. Atribut dengan indikator RE1 yang berkaitan dengan Notifikasi dan pembaruan (update) dalam aplikasi mobile diberikan secara tepat waktu Masih kurang maksimal, yang menyebabkan nasabah kesulitan dalam memperoleh informasi yang dibutuhkan. Atribut dengan indikator R2 yang berkaitan dengan proses transaksi yang terkadang mengalami kendala baik disebabkan oleh serverdown yang tiba-tiba atau penyebab lainnya, sehingga pelayanannya kurang maksimal. Atribut dengan indikator R1 yang berkaitan dengan transaksi yang terjadi di aplikasi diproses dengan cepat dan akurat masih kurang maksimal, hal ini juga dapat disebabkan oleh serverdown yang tiba-tiba, sehingga proses transaksi terkendala. Selain itu juga terdapat 5 indikator yang masuk kedalam golongan atribut yang perlu dipertahankan dan ditingkatkan lagi fungsinya adalah atribut dengan kode indikator RE2, A3, A1, E2, T3 sedangkan 5 indikator lainnya masuk kedalam golongan atribut yang perlu dipertahankan fungsinya yaitu atribut dengan kode indikator E1, RE3, E3, R3, A2.

B. Saran-Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, terdapat beberapa saran yang dapat peneliti berikan kepada pihak yang bersangkutan sebagai objek penelitian ataupun untuk penelitian kedepannya.

1. Bagi objek penelitian yaitu *Jconnect Mobile* perlu melakukan peninjauan ulang dan melakukan evaluasi guna meningkatkan kualitas layan untuk memenuhi kepuasan pengguna dimulai dari golongan atribut yang terdapat pada golongan atribut atribut yang perlu membutuhkan perhatian khusus untuk evaluasi guna meningkatkan fungsinya, dilanjutkan kepada golongan atribut yang perlu dipertahankan dan ditingkatkan lagi fungsinya dan juga yang terakhir pada golongan atribut perlu dipertahankan fungsinya.
2. Bagi penelitian selanjutnya dapat menggunakan *margin error* atau tingkat toleransi kesalahan yang lebih kecil yaitu 1% dan menggunakan alat analisis yang terbaru seperti SPSS versi 30 sehingga terdapat peningkatan akurasi analisis. Kemudian juga dapat memberikan cangkupan luas kepada analisis semua aspek yang terdapat pada aplikasi *Jconnect Mobile*. Sehingga model yang digunakan tidak hanya mencakup pada kepuasan pelanggan yang berkaitan dengan kualitas pelayanan elektronik dan juga *customer service* tetapi bisa lebih kompleks daripada sebelumnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, Muhammad Khanifan, Aldi Rahman, Vaza Zahiduz Zaka, dan Hersa Farida Qoriani. "Gudang Jurnal Multidisiplin Ilmu Analisis Implementasi Aplikasi Bsi Mobile Dalam Meningkatkan." *Gudang Jurnal Multidisiplin Ilmu* 2 (2024): 128–32. https://scholar.google.com/citations?view_op=view_citation&hl=en&user=DggEBgkAAAAJ&citation_for_view=DggEBgkAAAAJ:qUcmZB5y_30C.
- Afif, Muhammad. "Pengaruh Motivasi dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Bagian Packing Produk Minuman PT. Singa Mas Pandaan." *JAMIN : Jurnal Aplikasi Manajemen dan Inovasi Bisnis* 1, no. 2 (2019): 104. <https://doi.org/10.47201/jamin.v1i2.11>.
- Al-Qur'an, Lajnah Pentashihan mushaf. "Qur'an Kemenag," 2022.
- Andini, Dini, dan Joy Nashar Utamajaya. "Analisis Kepuasan Pengguna Terhadap Layanan Aplikasi Brimo Menggunakan Mobile Service Quality dengan Metode CSI." *KLIK: Kajian Ilmiah Informatika dan Komputer* 3, no. 4 (2023): 330–37. <https://djournals.com/klik>.
- Arifin, Ahmad Zainal. "analisis kualitas pelayanan digital aplikasi BSI mobile dengan pendekatan importance performance analysis (IPA) dan customer satisfaction index (CSI)." Universitas Islam Negeri Radden Mas Said Surakarta, 2023. <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/books/NBK558907/>.
- Arizal, Muhammad Hanif. "Analisis kualitas pelayanan jasa angkutan barang terhadap kepuasan pelanggan di PT. Humala giat mandiri menggunakan metode customer satisfaction index (CSI) dan potential gain in customer value (PGCV)." Universitas Logistik dan Bisnis Internasional Bandung, 2023. https://eprint.ulbi.ac.id/1927/1/Muhammad_Hanif_Arizal_13119042.pdf.
- Azzahra, Aisyah Balqis. "Analisis Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan Layanan Mobile Banking Bank Syariah Indonesia Kcp Payakumbuh Pasca Hacker." Universitas Islam Negeri Mahmud Yunus Batusangkar, 2024. <https://repo.uinmybatusangkar.ac.id/xmlui/handle/123456789/31325>.
- Chandra, Teddy, Stefani Chandra, dan Layla Hafni. *Service Quality, Consumer Satisfaction, Dan Consumer Loyalty : Tinjauan Teoritis*. Malang: CV IRDH, 2020. https://ibtpi.pelitaindonesia.ac.id/1.Artikel/86.Buku_Service_Quality_compressed.pdf.
- Fauzan, Nurul Setianingrum, dan Fatimatuzzahro. *Administrasi Lembaga Keuangan Bank dan Non Bank*. Diedit oleh Ana Pratiwi. Pertama. Yogyakarta: Diva Press, 2024.

Febriyani, Dian, dan Ida Mursidah. "Ekonomi Dan Perbankan Syariah Di Tengah Era Digital." *Muamalatuna* 12, no. 2 (2021): 1–14. <https://doi.org/10.37035/mua.v12i2.3969>.

Handoko, T.Hani. *Manajemen*. Edisi kedu. Yogyakarta: BPFE, 2010.

Hetharia, Arthur. "Analysis And Priorities For Improving Service Quality At Dani Bakery Using The Servqual Method, Ipa, Pgcv Index." *Soscied* 6, no. 2 (2023).

Indarwati, Cucun. "Kepuasan Nasabah Terhadap Kualitas Layanan Penggunaan Elektronik Banking Di Bank Lampung KCP Natar." Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro, 2022. [https://repository.metrouniv.ac.id/id/eprint/6925/1/Cucun Indarwati-1602100096 - Joe Lbr.pdf](https://repository.metrouniv.ac.id/id/eprint/6925/1/Cucun%20Indarwati-1602100096%20-%20Joe%20Lbr.pdf).

Indrasari, Meithiana. *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press, 2019. [http://repository.unitomo.ac.id/2773/1/Pemasaran dan kepuasan pelanggan.pdf](http://repository.unitomo.ac.id/2773/1/Pemasaran%20dan%20kepuasan%20pelanggan.pdf).

Jember, Tim Penyusun Buku Pedoman Penulisan Karya Ilmiah UIN KHAS. *Pedoman Penuliisan Karya Tulis Ilmiah*. Jember: UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, 2021.

Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran*. 13 ed. Jakarta: PT. Indeks, 2009.

Mahliza, Ferry. "Analisis Tingkat Kepuasan Nasabah Terhadap Kualitas Pelayanan Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Bank Syariah Indonesia Kcp Jambo Tape Kota Banda Aceh)." Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2023. [https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/70240/1/229.11180850000034_Ferry Mahliza.pdf](https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/70240/1/229.11180850000034_Ferry%20Mahliza.pdf).

Mamu, Atia. "Kualitas Pelayanan Teller Bank Muamalat Manado Dan Bank Mandiri Kc Sudirman Menggunakan Metode Customer Satisfacton Index (CSD)." Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Manado, 2023. [https://repository.iain-manado.ac.id/1904/2/SKRIPSI - Atia Mamu.pdf](https://repository.iain-manado.ac.id/1904/2/SKRIPSI%20-%20Atia%20Mamu.pdf).

Marlina, Cut. "Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Dalam Penggunaan Aplikasi Action Mobile Banking (Studi pada Bank Aceh Syariah di Kecamatan Teunom)." Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, 2022. <https://repository.ar-raniry.ac.id/id/eprint/25914/>.

Mukhra, Uly Handayani, jasmin J. Makruf, T. Meldi Kesuma, Ahmad Nizam, dan M. Ridha Siregar. *mobile banking dalam persepsi privasi nasabah*. Aceh: Syiah Kuala University Press, 2024. <https://uskpress.usk.ac.id>.

Nugraha, Dimas Oki. "Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitaslayanan

Internet Dan Harga Produk Providerindosatmenggunakan Metode Customer Satisfactionindex(Csi) Dan Potential Gain Customer Value (Pgcv).” Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2022. <http://eprints.ums.ac.id/id/eprint/98358>.

Nurdin, Ismail. *Kualitas Pelayanan Publik (Perilaku Aparatur Dan Komunikasi Birokrasi Dalam Pelayanan Publik)*. Surabaya: Media Sahabat Cendekia, 2019. [http://eprints.ipdn.ac.id/4509/2/Buku Kualitas Pelayanan Publik.Pdf](http://eprints.ipdn.ac.id/4509/2/Buku%20Kualitas%20Pelayanan%20Publik.Pdf).

Pratiwi, Ana, Lilis Wahyuningsih, dan Shofia Auliya Az. “Sosialisasi Pelayanan Dan Produk Di Bank Muamalat Kcp Banyuwangi.” *Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Lingkungan (JPML)* 2, no. 1 (2023): 7. <https://doi.org/10.30587/jpml.v2i1.5686>.

Rahmawati, Charissa Kezia, dan Bayu Arie Fianto. “Analisis Deskriptif Pada Dimensi Kualitas Layanan Mobile Banking (M-Banking) Terhadap Kepuasan Nasabah Perbankan Syariah.” *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan* 7, no. 6 (2020): 1118. <https://doi.org/10.20473/vol7iss20206pp1118-1127>.

Rifa’i, Khamdan. *Kepuasan Konsumen. Pengaruh Pengalaman, Pengetahuan Dan Keterampilan Auditor Terhadap Kualitas Audit*. Jember: UIN KHAS Press, 2020. [http://repo.darmajaya.ac.id/2870/5/BAB II.pdf](http://repo.darmajaya.ac.id/2870/5/BAB%20II.pdf).

Rosi, M, Bahrur Rosi, dan Devi Hardianti Rukmana. “Strategi Pemasaran Dan Pelayanan BPR Nusamba Dalam Meningkatkan Nasabah.” *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital* 01, no. 03 (2024): 609–14. https://scholar.google.com/citations?view_op=view_citation&hl=id&user=-yq4HDwAAAAJ&citation_for_view=-yq4HDwAAAAJ:UeHWp8X0CEIC.

Sartika, Putri Dwi. “Analisis Tingkat Kepuasan Nasabah pada Penggunaan Layanan Mobile Banking Bank BSI Menggunakan Metode Customer Satisfaction Index (CSI).” Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, 2023. <https://repository.uinsaizu.ac.id/20431/>.

Sekar Pratiwi, Maheswary, Iva Khoiril Mala, dan Romadhon. “Implementasi JConnect Mobile Dalam Meningkatkan Pelayanan Nasabah (Studi Bank Jatim Syariah Kediri).” *Jurnal At-Tamwil :Kajian Ekonomi Syariah* 6, no. 1 (2024): 45–60. <https://ejournal.uitlrboyo.ac.id/index.php/perbankanArticleDOI:https://doi.org/10.33367/at.v6i1.1490>.

Shar, Aan, Herry Novrianda, dan Rizky Hariyadi. “Implementasi Standar Operasional Prosedur Pada Costumer Service (Studi Pada Perbankan Syariah di Kota Bengkulu).” *Jurnal Manajemen Diversifikasi* 1, no. 4 (2021): 986–91. <https://doi.org/10.24127/diversifikasi.v1i4.1265>.

- Soetiono, kusumaningtuti S. *Perbankan*. Jakarta: Otoritas Jasa Keuangan, 2021. https://lmsspada.kemdiktisaintek.go.id/pluginfile.php/543179/mod_resource/content/1/2. Perbankan.pdf.
- Sujarweni, V. Wiratna. *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi Pendekatan Kuantitatif*. Yogyakarta: pustaka baru press, 2019. <https://kubuku.id/landing-page.php?t=977ad1668805bb4d590ad528959c6e7c>.
- Sulistiyowati, Wiwik. *Buku Ajar Kualitas Layanan: Teori dan Aplikasinya. Sustainability (Switzerland)*. Vol. 11. Sidoarjo: Umsida Press, 2018. http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciu-rbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_Sistem_Pembetulan_Terpusat_Strategi_Melestari.
- Tjiptono, Fandy, dan Gregorius Chandra. *Service, Quality and Satisfaction*. Edisi keti. Yogyakarta: Andi offset, 2016.
- Ulhaq, febrian dhiya. “analisis kepuasan pengguna terhadap layanan aplikasi BRImo menggunakan M Squal dengan metode customer satisfaction index (CSI) dan point gain in customer values (PGCV).” *Journal of Economic Perspectives*. Universitas Pembangunan Nasional “Veteran,” 2022. http://eprints.upnyk.ac.id/31919/1/1.Skripsi_Full_Text_124180028_Febrian_Dhiya_Ulhaq.pdf.
- Utama, Andrew Shandy. “Digitalisasi Produk Bank Konvensional Dan Bank Syariah Di Indonesia.” *Jurnal Justisia: Jurnal Ilmu Hukum, Perundang-undangan dan Pranata Sosial* 6, no. 2 (2021): 113. <https://doi.org/10.22373/justisia.v6i2.11532>.
- Widi, Restu Kartiko. *Asas Metodologi Penelitian; Sebuah Pengenalan dan Penuntun Langkah Demi Langkah Pelaksanaan Penelitian*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010. <https://kubuku.id/landing-page.php?t=156b3cf993554485e76840014000a53c>.

KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Matrix Penelitian

judul	variabel	Indikator penelitian	Sumber data	Metode penelitian	Rumusan masalah
ANALISIS KUALITAS PELAYANAN TERHADAP TINGKAT KEPUASAN NASABAH DALAM PENGGUNAAN APLIKASI JCONNECT MOBILE BANK JATIM SYARIAH CABANG JEMBER	A. Variabel bebas 1. <i>Tangible</i> 2. <i>Reliability</i> 3. <i>Responsive</i> 4. <i>Assurance</i> 5. <i>emphaty</i> B. Variabel terikat 3. Kepuasan nasabah	B. Kajian teori a. Kualitas pelayanan b. Kepuasan nasabah c. <i>Mobile banking</i> C. Analisis Data a. Uji validitas b. Uji reliabilitas c. <i>Costumer satisfaction index (CSI)</i> d. <i>Potential gain in costumer value (PGCV)</i>	A. Sumber data primer 1. Nasabah bank jatim syariah cabang jember B. Sumber data skunder 1. Buku 2. Skripsi 3. Jurnal 4. Artikel 5. kuesioner	1. pendekatan kuantitatif 2. jenis penelitian survei 3. teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner 4. teknik pengambilan sampel metode probability sampling e. analisis data menggunakan metode <i>Costumer satisfaction index (CSI)</i> dan <i>Potential gain in costumer value (PGCV)</i>	1. Bagaimana Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Dalam Penggunaan Aplikasi <i>JConnect Mobile Bank</i> Jatim Syariah Cabang Jember? 2. Apa saja variabel kualitas pelayanan dari <i>JConnect Mobile</i> yang perlu di pertahankan dan di peroritakan agar lebih meningkatkan fungsi dari layanan <i>JConnect mobile</i>?

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ely Eka Saputri

Nim : 211105010068

Prodi/Jurusan : Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Institusi : Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Dengan ini menyatakan bahwa isi skripsi ini adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Jember, 10 April 2024

Saya yang menyatakan



Ely Eka Saputri

Nim. 211105010068

KUESIONER PENELITIAN

docs.google.com/fo

bankjatim syariah

KUESIONER ANALISIS KEPUASAN NASABAH
Assalamu'alaikum Wr. Wb.
Kepada Yth,
Bapak/Ibu/Saudara/i

Saya Ely Eka Saputri mahasiswi dari Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember Program Studi Perbankan Syariah dalam rangka melengkapi data yang diperlukan untuk memenuhi tugas akhir, bersama ini menyampaikan kuesioner penelitian dengan judul *** Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Dalam Penggunaan Aplikasi J-Connect Mobile Bank Jatim Syariah Cabang Jember**. Adapun penelitian ini sebagai syarat lulus jenjang S1

Berkaitan dengan hal tersebut, saya mohon kesediaan waktu dari Bapak/Ibu/Saudara/i selama kurang lebih 10 menit untuk mengisi secara lengkap kuesioner berikut sehingga berguna sebagai data dalam penelitian.

Adapun jawaban yang diberikan terkait pertanyaan tidak ada yang salah, dikarenakan segala bentuk data dan informasi yang diberikan hanya untuk kebutuhan penelitian semata dan dijamin kerahasiaannya

Atas perhatian waktu dan kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i Saya ucapkan terimakasih.

Hormat Saya,
Ely Eka Saputri
saputriely74@gmail.com Ganti akun
Tidak dibagikan

*** Menunjukkan pertanyaan yang wajib diisi**

docs.google.com/fo

Hormat Saya,
Ely Eka Saputri
saputriely74@gmail.com Ganti akun
Tidak dibagikan

*** Menunjukkan pertanyaan yang wajib diisi**

Nama *

Ely eka saputri

Usia *

☒ 20-30
☐ 31-40
☐ 41-50
☐ 51 keatas

Jenis Kelamin *

☐ laki-laki
☒ perempuan

Pekerjaan *

☒ mahasiswa
☐ guru
☐ karyawan
☐ ibu rumah tangga
☐ lain-lain

Berikutnya Kosongkan formulir

Jangan pernah mengirimkan sandi melalui Google Formulir.
Konten ini tidak dibuat atau didukung oleh Google. -
Persyaratan Layanan - Kebijakan Privasi
Does this form look suspicious? [Laporkan](#)

Google Formulir

docs.google.com/fo

bankjatim syariah

KUESIONER ANALISIS KEPUASAN NASABAH
saputriely74@gmail.com Ganti akun
Tidak dibagikan

*** Menunjukkan pertanyaan yang wajib diisi**

Kuesioner analisis kepuasan pengguna layanan J-connect Mobile

Petunjuk Pengisian Kuesioner:
Setiap pertanyaan memiliki dua tipe penilaian, yaitu:

a. Kinerja
Merupakan nilai untuk kinerja atau performa yang dirasakan dari kualitas pelayanan yang diberikan. Semakin tinggi nilai yang diberikan oleh responden, maka anggapan kinerja terkait pertanyaan tersebut semakin baik.

b. Kepentingan/Harapan
Merupakan nilai untuk seberapa penting atau harapan yang ingin dirasakan dari pengguna aplikasi J-connect Mobile, semakin tinggi nilai yang diberikan oleh responden, maka atribut pertanyaan tersebut semakin penting atau responden berharap lebih pada atribut pertanyaan tersebut.

NB: Gunakan rotasi layar landscape untuk memudahkan pengisian di smartphone.

Pilihlah jawaban berdasarkan pengalaman anda menggunakan Jconnect Mobile dari 5 (lima) skala penilaian kuesioner ini, adapun penjelasan dari skala penilaian ini adalah sebagai berikut:

Skala	Keterangan
1	Kuesioner Kinerja: Sangat tidak puas (STP) Kuesioner Kepentingan: Sangat tidak penting (STP)
2	Tidak puas (TP) Tidak penting (TP)
3	Cukup puas (CP) Cukup penting (CP)
4	Puas (P) Penting (P)
5	Sangat puas (SP) Sangat penting (SP)

Tampilan pada Aplikasi mobile beserta fitur-fiturnya memberikan kesan modern dan memudahkan anda dalam menggunakannya.

docs.google.com/fo

	1	2	3	4	5
kinerja	☐	☐	☐	☒	☐
kepentingan	☐	☐	☐	☒	☐

Tampilan pada Aplikasi mobile beserta fitur-fiturnya memberikan kesan modern dan memudahkan anda dalam menggunakannya.

	1	2	3	4	5
kinerja	☐	☐	☐	☒	☐
kepentingan	☐	☐	☐	☒	☐

Informasi yang disampaikan dalam aplikasi J-connect Mobile terkait transaksi, dan fitur lainnya mudah dibaca dan dipahami.

	1	2	3	4	5
kinerja	☐	☐	☐	☒	☐
kepentingan	☐	☐	☐	☒	☐

Pegawai Bank Jatim Syariah dapat menyelesaikan masalah yang dialami nasabah terkait dengan permasalahan di J-connect Mobile.

	1	2	3	4	5
kinerja	☐	☐	☐	☒	☐
kepentingan	☐	☐	☐	☒	☐

Transaksi di aplikasi mobile selalu diproses dengan cepat dan akurat.

	1	2	3	4	5
kinerja	☐	☐	☐	☒	☐
kepentingan	☐	☐	☐	☒	☐

Aplikasi mobile dapat diandalkan untuk melakukan transaksi kapan saja tanpa mengalami kendala teknis yang berarti.

	1	2	3	4	5
kinerja	☐	☐	☐	☒	☐
kepentingan	☐	☐	☐	☒	☐

Kecamatan pegawai dalam melayani nasabah pada saat registrasi aplikasi jconnect mobile.

	1	2	3	4	5
kinerja	☐	☐	☐	☒	☐
kepentingan	☐	☐	☐	☒	☐

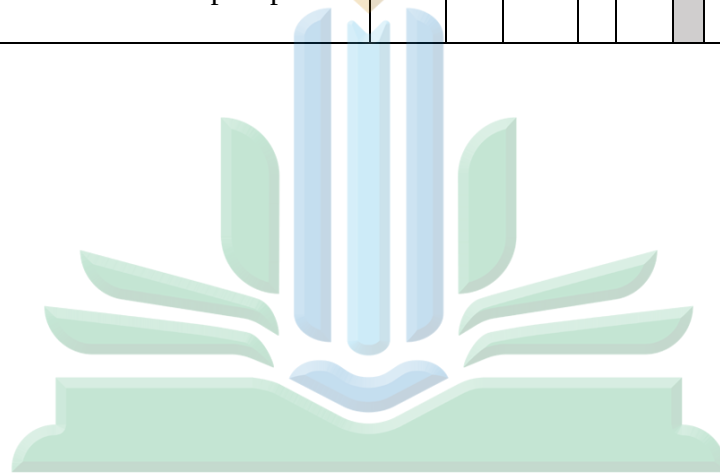


UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Kuesioner Tertulis:

[illegible]

	aman dan terpercaya												
12.	Pegawai bank dapat menjamin keamanan data pengguna ketika terjadi permasalahan (seperti lupa password, hp hilang dan lainnya)												
Empathy (Kepedulian)													
13.	Layanan yang diberikan melalui aplikasi menunjukkan kepedulian terhadap kebutuhan dan kenyamanan nasabah												
14.	Aplikasi mobile menyediakan fitur atau layanan yang membantu kebutuhan spesifik nasabah												
15.	Pegawai memberikan kenyamanan dan perhatian kepada nasabah ketika mengalami kendala terhadap aplikasi mobile												



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos: 68136 Telp. (0331) 487550
Fax (0331) 427005 e-mail: febi@uinkhas.ac.id Website: <https://febi.uinkhas.ac.id/>



Nomor : B-1768/Un.22/7.a/PP.00.9/11/2024 06 September 2024
Lampiran : -
Hal : Permohonan Izin Penelitian

Kepada Yth.

Bank Jatim Syariah Cabang Jember
Jl. Gajah Mada No.278, Kaliwates Kidul, Kaliwates, Kec. Kaliwates,
Kabupaten Jember, Jawa Timur 68131

Disampaikan dengan hormat bahwa, dalam rangka menyelesaikan tugas skripsi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, maka bersama ini mohon diizinkan mahasiswa berikut :

Nama : Ely Eka Saputri
NIM : 211105010068
Semester : 7 (Tujuh)
Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam
Prodi : Perbankan Syariah

Guna melakukan penelitian/riset mengenai Analisis Tingkat Kepuasan Nasabah Terhadap Kualitas Pelayanan Bank Menggunakan Metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) dan *Point Gain In Customer Values* (PGCV) (Studi Pada Bank Jatim Syariah Cabang Jember) di lingkungan/lembaga wewenang Bapak/Ibu mulai tanggal 11 s/d 22 November 2024.

Demikian atas perkenan dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.

A.n. Dekan
Wakil Dekan Bidang Akademik,

Nurul Widyawati Islami Rahayu



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER



SURAT KETERANGAN PENELITIAN

No : 064/ 81 /SyJB/SDM/Srt

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Santoso
NIP : 19951452
Jabatan : Pemimpin Cabang

Dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : Ely Eka Saputri
NIM : 211105010068
Jurusan : Ekonomi & Bisnis Islam
Universitas : UIN KHAS Jember

Bahwa yang bersangkutan telah melaksanakan kegiatan penelitian di PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur Tbk Cabang Syariah Jember. Penelitian tersebut telah dilaksanakan selama 5 (lima) hari terhitung sejak 02 Desember 2024 s/d 06 Desember 2024. Selama kegiatan penelitian, yang bersangkutan telah melakukan tugas dan tanggung jawabnya dengan baik.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jember, 04 Februari 2025

bankjatim
syariah
CABANG JEMBER

SANTOSO
Pemimpin Cabang

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAL HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Tindasan :
• Arsip

JURNAL KEGIATAN PENELITIAN

Nama : Ely Eka Saputri
Nim : 211105010068
Program Studi : Perbankan Syariah
Universitas : UIN KHAS Jember
Judul Penelitian : Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Dalam Penggunaan Aplikasi *Jconnect Mobile* Bank Jatim Syariah Cabang Jember
Lokasi : Jl. Gajah Mada No.278, Kaliwates Kidul, Kaliwates, Kec. Kaliwates, Kabupaten Jember, Jawa Timur 68131

No.	tanggal	kegiatan
1	11 November 2024	Menyerahkan surat izin penelitian
2	11 s/d 22 November 2024	Observasi dan Data Primer
3	02 Desember 2024	Wawancara terkait <i>mobile banking</i>
4	02 Februari 2025	Menyebarkan kuesioner
5	06 Februari 2025	Mengambil surat keterangan selesai penelitian

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Mengetahui, 19 Maret 2025

bankjatim
syariah
CABANG JEMBER

SANTOSO
Pemimpin Cabang

DOKUMENTASI PENELITIAN

Tangles			Reliability			Kepeatingan			Assurance			Empathy							
T1	T2	T3	X.1	R1	R2	R3	X.2	RE1	RE2	RE3	X.3	A1	A2	A3	X.4	E1	E2	E3	X.5
4	5	4	13	5	5	5	15	5	4	5	14	5	4	4	13	4	5	5	14
4	5	4	13	5	4	5	14	1	4	5	10	5	5	4	14	4	4	5	13
3	1	1	5	1	1	1	3	3	1	1	5	1	1	1	3	1	1	1	3
4	4	5	13	3	3	3	9	5	3	3	11	3	3	3	9	3	3	3	9
4	4	4	12	4	4	4	12	5	4	5	14	4	4	4	12	4	4	4	12
4	4	4	12	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15
5	5	5	15	5	5	5	15	3	5	5	13	5	5	5	15	5	5	5	15
3	4	4	11	4	3	4	11	4	4	3	11	4	3	3	10	4	3	5	12
4	5	5	14	5	5	4	14	5	5	4	14	4	4	4	12	4	4	5	13
4	4	4	12	4	4	5	13	4	5	5	14	5	4	5	14	5	5	4	14
4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12
4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12
4	5	5	14	4	4	5	13	4	5	5	14	5	5	4	14	5	4	5	14
5	5	5	15	4	4	5	13	3	4	4	11	5	5	5	15	5	5	5	15
4	5	5	14	5	4	5	14	5	4	5	14	4	5	5	14	5	4	5	14
4	5	5	14	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15	4	4	4	12
4	5	5	14	5	5	5	15	5	5	4	14	4	5	5	14	5	5	5	15
4	5	5	14	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12
4	5	5	14	5	5	5	15	4	5	5	14	5	5	4	14	5	5	4	14
5	5	5	15	4	4	5	13	3	4	4	11	5	5	5	15	5	5	5	15
4	5	5	14	5	4	5	14	5	4	5	14	4	5	5	14	5	4	5	14
4	5	5	14	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15
4	5	5	14	5	5	5	15	4	5	5	14	5	5	5	15	5	5	5	15
4	5	5	14	5	5	5	15	4	5	5	14	5	5	5	15	5	5	5	15
4	5	5	14	5	5	5	15	4	5	5	14	5	5	5	15	5	5	5	15
4	5	5	14	5	5	5	15	4	5	5	14	5	5	5	15	5	5	5	15
4	5	5	14	5	5	5	15	4	5	5	14	5	5	5	15	5	5	5	15
4	5	5	14	5	5	5	15	4	5	5	14	5	5	5	15	5	5	5	15
4	5	5	14	5	5	5	15	4	5	5	14	5	5	5	15	5	5	5	15
4	5	5	14	5	5	5	15	4	5	5	14	5	5	5	15	5	5	5	15
4	5	5	14	5	5	5	15	4	5	5	14	5	5	5	15	5	5	5	15
4	5	5	14	5	5	5	15	4	5	5	14	5	5	5	15	5	5	5	15
4	5	5	14	5	5	5	15	4	5	5	14	5	5	5	15	5	5	5	15
4	5	5	14	5	5	5	15	4	5	5	14	5	5	5	15	5	5	5	15
4	5	5	14	5	5	5	15	4	5	5	14	5	5	5	15	5	5	5	15
4	5	5	14	5	5	5	15	4	5	5	14	5	5	5	15	5	5	5	15
4	5	5	14	5	5	5	15	4	5	5	14	5	5	5	15	5	5	5	15
4	5	5	14	5	5	5	15	4	5	5	14	5	5	5	15	5	5	5	15
4	5	5	14	5	5	5	15	4	5	5	14	5	5	5	15	5	5	5	15
4	5	5	14	5	5	5	15	4	5	5	14	5	5	5	15	5	5	5	15
4	5	5	14	5	5	5	15	4	5	5	14	5	5	5	15	5	5	5	15
4	5	5	14	5	5	5	15	4	5	5	14	5	5	5	15	5	5	5	15
4	5	5	14	5	5	5	15	4	5	5	14	5	5	5	15	5	5	5	15
4	5	5	14	5	5	5	15	4	5	5	14	5	5	5	15	5	5	5	15
4	5	5	14	5	5	5	15	4	5	5	14	5	5	5	15	5	5	5	15
4	5	5	14	5	5	5	15	4	5	5	14	5	5	5	15	5	5	5	15
4	5	5	14	5	5	5	15	4	5	5	14	5	5	5	15	5	5	5	15
4	5	5	14	5	5	5	15	4	5	5	14	5	5	5	15	5	5	5	15
4	5	5	14	5	5	5	15	4	5	5	14	5	5	5	15	5	5	5	15
4	5	5	14	5	5	5	15	4	5	5	14	5	5	5	15	5	5	5	15
4	5	5	14	5	5	5	15	4	5	5	14	5	5	5	15	5	5	5	15
4	5	5	14	5	5	5	15	4	5	5	14	5	5	5	15	5	5	5	15
4	5	5	14	5	5	5	15	4	5	5	14	5	5	5	15	5	5	5	15
4	5	5	14	5	5	5	15	4	5	5	14	5	5	5	15	5	5	5	15
4	5	5	14	5	5	5	15	4	5	5	14	5	5	5	15	5	5	5	15
4	5	5	14	5	5	5	15	4	5	5	14	5	5	5	15	5	5	5	15
4	5	5	14	5	5	5	15	4	5	5	14	5	5	5	15	5	5	5	15
4	5	5	14	5	5	5	15	4	5	5	1								

No	Tangibles			Reliability				Kinerja					Assurance			Empathy				X5
	T1	T2	T3	X1	R1	R2	R3	X2	RE1	RE2	RE3	X3	A1	A2	A3	X4	E1	E2	E3	
1	2	3	4	9	4	4	5	13	3	4	5	12	4	4	4	12	4	4	5	13
2	4	4	5	13	5	4	4	13	5	5	5	15	4	5	4	13	5	5	4	14
3	3	1	1	5	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	1	3
4	3	2	2	7	2	2	3	7	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9
5	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9
6	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12
7	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12
8	3	3	2	8	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9	4	3	2	9
9	4	5	5	14	5	5	4	14	4	5	4	13	4	4	4	12	4	4	5	13
10	5	5	4	14	4	4	5	13	5	5	5	15	5	5	4	14	4	4	4	12
11	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12
12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12
13	3	3	5	11	4	5	5	14	3	4	5	12	4	5	3	12	5	4	5	14
14	2	3	3	8	4	3	5	12	3	4	5	12	5	4	3	12	5	4	5	14
15	3	3	3	9	4	4	5	13	3	4	4	11	4	5	4	13	4	4	5	13
16	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12
17	3	3	4	10	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	4	12
18	3	3	4	10	4	3	3	10	3	3	4	10	4	4	3	11	4	4	5	13
19	3	3	4	10	5	3	4	12	4	4	4	12	4	5	3	12	4	5	5	14
20	2	3	4	9	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	3	11	4	4	5	13
21	3	3	4	10	4	4	5	13	3	4	4	11	3	4	3	10	4	4	5	13
22	3	3	4	10	4	4	4	12	4	4	5	13	4	5	4	13	4	4	5	13
23	4	4	4	12	5	5	5	15	4	5	4	13	5	5	4	14	5	5	5	15
24	3	3	4	10	4	4	4	12	3	4	4	11	4	5	3	12	5	4	5	14
25	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	5	13
26	3	3	4	10	4	4	5	13	3	4	4	11	4	5	3	12	4	4	5	13
27	3	3	4	10	4	4	4	12	4	4	4	12	4	5	4	13	4	4	5	13
28	2	2	4	8	3	3	4	10	3	3	3	9	4	4	3	11	4	4	4	12
29	3	3	4	10	4	4	4	12	3	4	4	11	4	5	3	12	4	4	4	12
30	3	3	4	10	4	4	4	12	4	3	4	11	3	4	3	10	4	4	4	12
31	3	3	4	10	4	4	5	13	3	4	4	11	4	5	3	12	4	4	4	12
32	2	3	3	8	4	4	5	13	3	4	4	11	4	4	3	11	4	4	5	13
33	3	3	4	10	4	4	4	12	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9
34	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12
35	3	3	4	10	3	3	5	11	3	4	4	11	3	4	3	10	4	4	4	12
36	2	2	3	7	4	3	4	11	3	3	4	10	3	4	3	10	3	4	3	10
37	2	4	3	9	2	2	5	9	2	2	3	7	3	4	3	10	3	3	3	9
38	3	3	3	9	3	3	5	11	3	3	4	10	3	4	3	10	4	3	3	10
39	2	3	3	8	3	3	5	11	3	4	3	10	3	4	3	10	4	4	3	11
40	2	2	3	7	3	3	4	10	3	3	3	9	3	4	3	10	3	3	3	9
41	3	3	4	10	4	4	4	12	4	4	4	12	4	5	3	12	4	4	4	12
42	3	3	5	11	4	4	4	12	3	4	4	11	4	4	4	12	4	4	4	12
43	4	4	4	12	4	4	5	13	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12
44	4	3	4	11	4	4	4	12	4	3	4	11	3	4	3	10	4	4	5	13
45	2	2	4	8	3	3	5	11	3	3	4	10	4	5	3	12	4	4	4	12
46	3	3	4	10	3	3	5	11	3	3	4	10	3	5	3	11	3	4	3	10
47	3	3	4	10	3	3	5	11	3	3	4	10	3	5	3	11	3	3	3	9
48	3	3	4	10	4	2	5	11	3	3	4	10	3	5	3	11	4	4	4	12
49	3	3	4	10	3	4	4	11	3	3	4	10	4	4	3	11	4	4	4	12
50	4	3	4	11	4	4	4	12	4	4	4	12	4	3	4	11	4	4	4	12
51	4	4	5	13	4	4	5	13	4	4	5	13	4	4	5	13	5	5	5	15
52	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12
53	4	4	3	11	3	4	4	11	4	4	3	11	4	4	4	12	4	4	4	12
54	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15
55	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12
56	4	4	4	12	4	3	4	11	3	3	4	10	4	4	4	12	4	4	4	12
57	4	4	4	12	3	4	4	11	3	4	4	11	4	4	4	12	4	4	4	12
58	3	4	3	10	4	3	4	11	3	4	3	10	4	3	4	11	3	4	3	10
59	4	3	4	11	4	4	5	13	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	4	12
60	4	3	3	10	3	3	5	11	3	2	4	9	2	4	4	10	3	3	4	10
61	4	3	4	11	3	3	4	10	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12
62	2	3	3	8	2	2	4	9	3	2	3	8	3	3	3	9	3	3	3	9
63	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9
64	3	3	3	9	3	3	3	10	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	10
65	4	3	4	11	3	3	4	10	3	3	4	10	3	3	3	9	3	3	3	9
66	3	3	3	9	3	3	4	10	3	4	3	10	3	4	3	11	3	3	4	10
67	3	4	4	11	3	3	4	10	3	3	4	10	4	4	4	12	3	3	4	10
68	4	3	4	11	3	3	4	10	3	3	4	10	4	4	4	12	4	4	4	12
69	3	3	4	10	3	3	4	10	3	3	4	10	3	4	4	11	3	3	4	10
70	4	4	5	13	4	4	5	13	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12
71	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9	3	4	3	10	3	3	3	9
72	3	3	4	10	3	3	4	10	3	3	4	10	3	4	4	11	3	3	3	9
73	3	3	3	9	3	3	2	8	3	4	3	10	4	4	4	12	4	4	4	12
74	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	3	3	3	9
75	3	3	3	9	4	4	4	12	3	3	4	10	4	3	4	11	4	4	4	12
76	4	4	4	12	4	4	3	11	2	4	4	10	4	4	4	12	4	4	4	12
77	3	3	4	10	3	3	4	10	3	3	4	10	3	3	4	10	3	3	4	10
78	4	4	4	12	3	4	4	11	4	3	4	11	4	4	4	12	3	3	3	9

1. Hasil CSI

No	Atribut	MIS	MSS	WF	WS
1	T1	4,1	3,3	6,4	21,1
2	T2	4,4	3,3	6,8	22,6
3	T3	4,4	3,8	6,8	25,3
4	R1	4,3	3,6	6,7	23,9
5	R2	4,3	3,6	6,7	23,6
6	R3	4,4	4,0	6,9	27,7
7	RE1	4,1	3,4	6,4	21,7
8	RE2	4,3	3,6	6,7	23,9
9	RE3	4,3	3,8	6,7	25,4
10	A1	4,4	3,7	6,7	24,7
11	A2	4,4	4,1	6,8	27,7
12	A3	4,2	3,6	6,5	23,6
13	E1	4,3	3,7	6,7	25,0
14	E2	4,3	3,7	6,7	24,6
15	E3	4,4	3,9	6,8	26,3
Total WS					367,2
CSI					73,4

2. Hasil PGCV

Atribut	UDCV	ACV	PGCV	RANGKING	Golongan Atribut
T2	14,6	22,0	7,3	1	Atribut yang perlu membutuhkan perhatian khusus untuk di evaluasi
T1	13,7	20,6	6,9	2	
RE1	14,1	20,7	6,6	3	
R2	15,3	21,6	6,2	4	
R1	15,5	21,7	6,1	5	
RE2	15,5	21,6	6,1	6	Atribut yang perlu dipertahankan dan ditingkatkan lagi fungsinya
A3	15,3	21,2	5,9	7	
A1	16,0	21,8	5,7	8	
E2	15,9	21,6	5,6	9	
T3	16,4	21,9	5,5	10	
E1	16,2	21,6	5,4	11	Atribut yang perlu dipertahankan fungsinya
RE3	16,5	21,6	5,1	12	
E3	17,0	21,9	4,9	13	
R3	17,9	22,2	4,3	14	
A2	17,9	22,1	4,1	15	

HASIL OLAH DATA SPSS

1. Data responden berdasarkan Usia

		USIA		Valid Percent	Cumulative Percent
		Frequency	Percent		
Valid	20-30	42	42,0	42,0	42,0
	31-40	41	41,0	41,0	83,0
	41-50	13	13,0	13,0	96,0
	50 keatas	4	4,0	4,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

2. Data responden berdasarkan jenis kelamin

		JENIS KELAMIN		Valid Percent	Cumulative Percent
		Frequency	Percent		
Valid	Laki-Laki	52	52,0	52,0	52,0
	Perempuan	48	48,0	48,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

3. Data responden berdasarkan jenis Pekerjaan

		JENIS PEKERJAAN		Valid Percent	Cumulative Percent
		Frequency	Percent		
Valid	Mahasiswa	18	18,0	18,0	18,0
	Guru	12	12,0	12,0	30,0
	Karyawan	41	41,0	41,0	71,0
	Ibu Rumah Tangga	10	10,0	10,0	81,0
	Lain-Lain	19	19,0	19,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

4. Hasil Uji Validitas

1. TINGKAT KEPENTINGAN

		Correlations																TOTAL_KE
		T1	T2	T3	R1	R2	R3	RE1	RE2	RE3	A1	A2	A3	E1	E2	E3		
T1	Pearson Correlation	1	,395**	,433**	,472**	,459**	,358**	0,15	,378**	,415**	,369**	,448**	,473**	,426**	,422**	,298**	,548**	
	Sig. (2-tailed)		0	0	0	0	0	0,137	0	0	0	0	0	0	0	0,003	0	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
T2	Pearson Correlation	,395**	1	,620**	,639**	,548**	,723**	,213*	,616**	,589**	,674**	,678**	,509**	,605**	,602**	,685**	,793**	
	Sig. (2-tailed)	0		0	0	0	0	0,033	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
T3	Pearson Correlation	,433**	,620**	1	,592**	,580**	,522**	,310**	,488**	,567**	,572**	,581**	,540**	,474**	,447**	,495**	,717**	
	Sig. (2-tailed)	0	0		0	0	0	0,002	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
R1	Pearson Correlation	,472**	,639**	,592**	1	,720**	,725**	,242*	,657**	,580**	,614**	,602**	,547**	,544**	,617**	,518**	,792**	
	Sig. (2-tailed)	0	0	0		0	0	0,015	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
R2	Pearson Correlation	,459**	,548**	,580**	,720**	1	,643**	,280**	,671**	,644**	,628**	,566**	,580**	,635**	,682**	,501**	,797**	
	Sig. (2-tailed)	0	0	0	0		0	0,005	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
R3	Pearson Correlation	,358**	,723**	,522**	,725**	,643**	1	0,19	,707**	,654**	,707**	,703**	,647**	,726**	,748**	,663**	,849**	
	Sig. (2-tailed)	0	0	0	0	0		0,058	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
RE1	Pearson Correlation	0,15	,213*	,310**	,242*	,280**	0,19	1	,276**	,252*	0,175	,224*	,216*	,283**	,256*	,202*	,384**	
	Sig. (2-tailed)	0,137	0,033	0,002	0,015	0,005	0,058		0,005	0,011	0,082	0,025	0,031	0,004	0,01	0,044	0	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
RE2	Pearson Correlation	,378**	,616**	,488**	,657**	,671**	,707**	,276**	1	,659**	,748**	,684**	,653**	,677**	,697**	,544**	,827**	
	Sig. (2-tailed)	0	0	0	0	0	0	0,005		0	0	0	0	0	0	0	0	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
RE3	Pearson Correlation	,415**	,589**	,567**	,580**	,644**	,654**	,252*	,659**	1	,775**	,710**	,708**	,650**	,671**	,628**	,829**	
	Sig. (2-tailed)	0	0	0	0	0	0	0,011	0		0	0	0	0	0	0	0	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
A1	Pearson Correlation	,369**	,674**	,572**	,614**	,628**	,707**	0,175	,748**	,775**	1	,713**	,669**	,687**	,762**	,661**	,852**	
	Sig. (2-tailed)	0	0	0	0	0	0	0,082	0	0		0	0	0	0	0	0	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
A2	Pearson Correlation	,448**	,678**	,581**	,602**	,566**	,703**	,224*	,684**	,710**	,713**	1	,698**	,649**	,645**	,614**	,829**	
	Sig. (2-tailed)	0	0	0	0	0	0	0,025	0	0	0		0	0	0	0	0	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
A3	Pearson Correlation	,473**	,509**	,540**	,547**	,580**	,647**	,216*	,653**	,708**	,669**	,698**	1	,699**	,663**	,571**	,797**	
	Sig. (2-tailed)	0	0	0	0	0	0	0,031	0	0	0	0		0	0	0	0	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
E1	Pearson Correlation	,426**	,605**	,474**	,544**	,635**	,726**	,283**	,677**	,650**	,687**	,649**	,699**	1	,824**	,731**	,837**	
	Sig. (2-tailed)	0	0	0	0	0	0	0,004	0	0	0	0	0		0	0	0	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
E2	Pearson Correlation	,422**	,602**	,447**	,617**	,682**	,748**	,256*	,697**	,671**	,762**	,645**	,663**	,824**	1	,670**	,847**	
	Sig. (2-tailed)	0	0	0	0	0	0	0,01	0	0	0	0	0	0		0	0	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
E3	Pearson Correlation	,298**	,685**	,495**	,518**	,501**	,663**	,202*	,544**	,628**	,661**	,614**	,571**	,731**	,670**	1	,766**	
	Sig. (2-tailed)	0,003	0	0	0	0	0	0,044	0	0	0	0	0	0	0		0	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
TOTAL_KE	Pearson Correlation	,548**	,793**	,717**	,792**	,797**	,849**	,384**	,827**	,829**	,852**	,829**	,797**	,837**	,847**	,766**	1	
	Sig. (2-tailed)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	

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

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

TINGKAT KINERJA

		correlation																TOTAL_KI
		T_1	T_2	T_3	R_1	R_2	R_3	RE_1	RE_2	RE_3	A_1	A_2	A_3	E_1	E_2	E_3		
T_1	Pearson Correlation	1	,707**	,389**	,405**	,506**	0,054	,602**	,446**	,348**	,373**	0,087	,574**	,255*	,269**	0,124	,545**	
	Sig. (2-tailed)		0	0	0	0	0,596	0	0	0	0	0,387	0	0,01	0,007	0,219	0	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
T_2	Pearson Correlation	,707**	1	,456**	,517**	,579**	,260**	,573**	,582**	,414**	,586**	,246*	,683**	,365**	,383**	,270**	,677**	
	Sig. (2-tailed)		0		0	0	0,009	0	0	0	0	0,014	0	0	0	0,007	0	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
T_3	Pearson Correlation	,389**	,456**	1	,634**	,637**	,448**	,551**	,548**	,697**	,545**	,564**	,498**	,547**	,610**	,575**	,777**	
	Sig. (2-tailed)		0	0		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
R_1	Pearson Correlation	,405**	,517**	,634**	1	,785**	,425**	,653**	,773**	,642**	,674**	,479**	,412**	,674**	,746**	,631**	,846**	
	Sig. (2-tailed)		0	0		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
R_2	Pearson Correlation	,506**	,579**	,637**	,785**	1	,406**	,655**	,764**	,604**	,672**	,439**	,501**	,653**	,631**	,585**	,843**	
	Sig. (2-tailed)		0	0	0		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
R_3	Pearson Correlation	0,054	,260**	,448**	,425**	,406**	1	,309**	,386**	,603**	,352**	,499**	0,173	,468**	,506**	,456**	,573**	
	Sig. (2-tailed)		0,596	0,009	0	0	0		0,002	0	0	0	0	0,086	0	0	0	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
RE_1	Pearson Correlation	,602**	,573**	,551**	,653**	,655**	,309**	1	,674**	,554**	,580**	,384**	,516**	,537**	,614**	,415**	,769**	
	Sig. (2-tailed)		0	0	0	0	0,002		0	0	0	0	0	0	0	0	0	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
RE_2	Pearson Correlation	,446**	,582**	,548**	,773**	,764**	,386**	,674**	1	,573**	,743**	,501**	,508**	,718**	,700**	,575**	,848**	
	Sig. (2-tailed)		0	0	0	0	0	0		0	0	0	0	0	0	0	0	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
RE_3	Pearson Correlation	,348**	,414**	,697**	,642**	,604**	,603**	,554**	,573**	1	,604**	,617**	,489**	,696**	,671**	,648**	,817**	
	Sig. (2-tailed)		0	0	0	0	0	0	0		0	0	0	0	0	0	0	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
A_1	Pearson Correlation	,373**	,586**	,545**	,674**	,672**	,352**	,580**	,743**	,604**	1	,491**	,560**	,684**	,696**	,594**	,814**	
	Sig. (2-tailed)		0	0	0	0	0	0	0	0		0	0	0	0	0	0	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
A_2	Pearson Correlation	0,087	,246*	,564**	,479**	,439**	,499**	,384**	,501**	,617**	,491**	1	,306**	,589**	,588**	,558**	,657**	
	Sig. (2-tailed)		0,387	0,014	0	0	0	0	0	0	0	0	0,002	0	0	0	0	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
A_3	Pearson Correlation	,574**	,683**	,498**	,412**	,501**	0,173	,516**	,508**	,489**	,560**	,306**	1	,353**	,400**	,342**	,646**	
	Sig. (2-tailed)		0	0	0	0	0,086	0	0	0	0	0,002		0	0	0	0	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
E_1	Pearson Correlation	,255*	,365**	,547**	,674**	,653**	,468**	,537**	,718**	,696**	,684**	,589**	,353**	1	,828**	,720**	,812**	
	Sig. (2-tailed)		0,01	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		0	0	0	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
E_2	Pearson Correlation	,269**	,383**	,610**	,746**	,631**	,506**	,614**	,700**	,671**	,696**	,588**	,400**	,828**	1	,710**	,835**	
	Sig. (2-tailed)		0,007	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		0	0	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
E_3	Pearson Correlation	0,124	,270**	,575**	,631**	,585**	,456**	,415**	,575**	,648**	,594**	,558**	,342**	,720**	,710**	1	,737**	
	Sig. (2-tailed)		0,219	0,007	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		0	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
TOTAL_KI	Pearson Correlation	,545**	,677**	,777**	,846**	,843**	,573**	,769**	,848**	,817**	,814**	,657**	,646**	,812**	,835**	,737**	1	
	Sig. (2-tailed)		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	

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

* .Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

5. Hasil Uji Reliabilitas

a. Tingkat Kepentingan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,949	15

b. Tingkat Kinerja

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,942	15



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos: 68136 Telp. (0331) 487550
Fax (0331) 427005 e-mail: febi@uinkhas.ac.id Website: <http://uinkhas.ac.id>



SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI

Bagian Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam menerangkan bahwa :

Nama : ely eka saputri
NIM : 211105010068
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul : Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Dalam Penggunaan Aplikasi Jconnect Mobile Bank Jatim Syariah Cabang Jember

Adalah benar-benar telah lulus pengecekan plagiasi dengan menggunakan aplikasi DrillBit, dengan tingkat kesamaan dari Naskah Publikasi Tugas Akhir pada aplikasi DrillBit kurang atau sama dengan 25%.

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jember, 12 Maret 2025
Operator DrillBit
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

(DR. HERSA FARIDA QORIANI, S.KOM., MEI)
NIP. 198611292018012001

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos: 68136 Telp. (0331) 487550
Fax (0331) 427005 e-mail: febi@uinkhas.ac.id Website: <http://febi.uinkhas.ac.id>



SURAT KETERANGAN

Kami yang bertandatangan di bawah ini, menerangkan bahwa :

Nama : Ely Eka Saputri

NIM : 211105010068

Semester : VIII (Delapan)

Berdasarkan keterangan dari Dosen Pembimbing telah dinyatakan selesai bimbingan skripsi. Oleh karena itu mahasiswa tersebut diperkenankan mendaftarkan diri untuk mengikuti Ujian Skripsi.



Jember, Rabu 19 Maret 2025
Koordinator Prodi. Perbankan Syariah


ANA PRATIWI, SE., AK., MSA.
NIP.198809232019032003

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER



BIODATA PENULIS



Identitas Diri

Nama : Ely Eka Saputri
Nim : 211105010068
Tempat, Tanggal Lahir : Jember, 22 Agustus 2002
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Alamat Lengkap : RT.002/RW.013, Dusun Karanganyar, Desa
Tempurejo, Kecamatan Tempurejo, Kabupaten
Jember, Jawa Timur
Universitas : UIN KHAS Jember
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam
Program Studi/Angkatan : Perbankan Syariah/2021
Email : saputriely874@gmail.com

Riwayat Pendidikan

TK Darmawanita 02 : 2007-2009
SDN Tempurejo 03 : 2009-2015
MTs Baitul Hikmah : 2015-2018
Ma Ashri Jember : 2018-2021
UIN KHAS Jember : 2021-2025