

**ANALISIS PERBANDINGAN *E-SERVICE QUALITY* DAN *E-SATISFACTION* PENGGUNA *M-BANKING SYARIAH* DAN *M-BANKING KONVENSIONAL*
(Studi Pada Generasi Z D.I. Yogyakarta)**



SKRIPSI

**DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
SEBAGAI SALAH SATU SYARAT MEMPEROLEH GELAR SARJANA
STRATA SATU DALAM ILMU EKONOMI ISLAM**

OLEH:

FAIZATUL MAHFUDZOH

NIM. 19108020079

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

2023

**ANALISIS PERBANDINGAN *E-SERVICE QUALITY* DAN *E-SATISFACTION* PENGGUNA *M-BANKING* SYARIAH
DAN *M-BANKING* KONVENSIONAL
(Studi Pada Generasi Z D.I. Yogyakarta)**



SKRIPSI

**DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
SEBAGAI SALAH SATU SYARAT MEMPEROLEH GELAR SARJANA
STRATA SATU DALAM ILMU EKONOMI ISLAM**

**OLEH:
FAIZATUL MAHFUDZOH
NIM 19108020079**

**DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI
ALEX FAHRUR RIZA, S.E., M.SC., CMA.
NIP. 19900412 000000 1 301**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
2023**

HALAMAN PENGESAHAN



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 550821, 512474 Fax. (0274) 586117 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-1320/Un.02/DEB/PP.00.9/08/2023

Tugas Akhir dengan judul : ANALISIS PERBANDINGAN E-SERVICE QUALITY DAN E-SATISFACTION PENGGUNA M-BANKING SYARIAH DAN M-BANKING KONVENSIONAL (STUDI PADA GENERASI Z D.I. YOGYAKARTA)

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : FAIZATUL MAHFUDZOH
Nomor Induk Mahasiswa : 19108020079
Telah diujikan pada : Senin, 14 Agustus 2023
Nilai ujian Tugas Akhir : A

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang

Alex Fahrur Riza, SE., M.Sc.
SIGNED

Valid ID: 64e7f49e5f35f



Penguji I

Dr. Joko Setyono, SE., M.Si.
SIGNED

Valid ID: 64e6e7b616ada



Penguji II

Farid Hidayat, S.H., M.S.I.
SIGNED

Valid ID: 64e47c4b6bc92



Yogyakarta, 14 Agustus 2023
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dr. Afdawaiza, S.Ag., M.Ag.
SIGNED

Valid ID: 64e85c73bbe5d

HALAMAN PERSETUJUAN

Hal : Skripsi Saudari Faizatul Mahfudzoh
Kepada,
Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
Di Yogyakarta

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka saya selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi Saudari :

Nama : Faizatul Mahfudzoh

NIM : 19108020079

Judul Skripsi : “ Analisis Perbandingan *E-Service Quality* dan *E-Satisfaction* Pengguna *M-Banking* Syariah dan *M-banking* Konvensional (Studi Pada Generasi Z D.I. Yogyakarta)”

Sudah dapat diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan/Program Studi Perbankan Syariah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Ekonomi Islam.

Dengan ini saya berharap agar skripsi tersebut di atas dapat segera dimunaqosyahkan. Atas perhatiannya saya ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 01 Agustus 2023

Pembimbing



Alex Fahrur Riza, S.E., M.Sc., CMA.

NIP. 19900412 000000 1 301

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Faizatul Mahfudzoh

NIM : 19108020079

Jurusan/Program Studi : Perbankan Syariah

Menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul “**Analisis Perbandingan *E-Service Quality* dan *E-Satisfaction* Pengguna *M-Banking* Syariah dan *M-Banking* Konvensional (Studi Pada Generasi Z D.I. Yogyakarta)**” adalah benar-benar merupakan penyusunan hasil karya sendiri, bukan duplikasi atau saduran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebutkan dalam *body note* dan daftar pustaka. Apabila di lain waktu terjadi penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi dan dipergunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 01 Agustus 2023

Penyusun



Faizatul Mahfudzoh

NIM. 19108020079

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Sebagai Civitas akademika UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Faizatul Mahfudzoh
NIM : 19108020079
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis Karya : Skripsi

Dengan mengemban ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*non-exclusive royalty free right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul :

“Analisis Perbandingan *E-Service Quality* dan *E-Satisfaction* Pengguna *M-Banking* Syariah dan *M-Banking* Konvensional (Studi Pada Generasi Z D.I. Yogyakarta)”

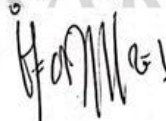
Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola, dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Dibuat di : Yogyakarta, 01 Agustus 2023

Yang menyatakan,



Faizatul Mahfudzoh

NIM. 19108020079

HALAMAN MOTTO

Tidak ada kesuksesan tanpa adanya suatu kegagalan. Dan kegagalan merupakan guru serta pengalaman terbaik untuk mencapai kesuksesan.

Believe in yourself! Kalau bukan dirimu sendiri yang mempercayaimu lantas siapa lagi?"

-FM2610-



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji syukur Alhamdulillah atas nikmat yang telah diberikan Allah SWT sehingga saya dapat menyelesaikan tugas akhir ini sebagaimana mestinya.

Pertama, skripsi ini saya persembahkan teruntuk diri saya sendiri, Faizatul Mahfudzoh selamat akhirnya kamu berhasil melalui satu rintangan dan berhasil sampai dititik ini. *You are great* bisa melalui proses ini tanpa di *support* dan ditemani seperti orang-orang lainnya. Kamu bisa menyelesaikannya dengan baik meskipun tidak sebaik dan secepat teman-temanmu, *but you can do it*.

Skripsi ini juga saya persembahkan khusus kepada kedua orang tua saya Bapak Asroki dan Almh. Ibu Rofiqoh. Teruntuk Bapak, terimakasih sudah mendukung anakmu ini sampai dititik ini. Berkat didikanmu yang keras dan tegas membuat aku menjadi sosok anak yang berani, mandiri, dan percaya bahwa sesuatu yang sekiranya tidak ditanyakan di akhirat maka tidak usah dipikir pusing. Teruntuk Ibu, meski ibu tidak bisa menemani aku sampai dititik ini “*it’s okay, bu*”, meskipun terkadang rasa iri sering menyelimuti diri ini tapi berkat didikan ibu membuat aku menjadi sosok anak yang ikhlas dan sabar.

Skripsi ini juga saya persembahkan teruntuk orang-orang yang selalu bertanya “kapan skripsimu selesai?”

Terlambat lulus atau lulus tidak tepat waktu bukanlah suatu kesalahan dan kejahatan ataupun aib. Alangkah kerdilnya jika mengukur kecerdasan seseorang hanya dari siapa yang paling cepat lulus. Bukankah setiap orang memiliki prosesnya masing-masing. Bukankan skripsi yang baik adalah skripsi yang selesai?

Terkadang yang membuat lelah dalam skripsian bukanlah mengerjakan skripsi itu sendiri, tetapi orang-orang yang selalu bertanya “kapan skripsimu selesai?” yang terkadang membuat diri ini terasa tertekan dan lelah. Percayalah alasan saya berada disini merupakan alasan yang sepenuhnya baik. *And i can do well*.

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN

Transliterasi kata-kata Arab yang dipakai dalam penyusunan skripsi ini berpedoman pada Surat keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor: 158/157 dan 0543B/U/1987.

A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	Tidak Dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	B ’	B	Be
ت	T ’	T	Te
ث	S ’		Es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	a’		Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha’	Kh	Ka dan Ha
د	Dal	D	De
ذ	Z l		Zet (dengan titik di atas)
ر	R ’	R	Er
ز	Z l		Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan Ye
ص	d		Es (dengan titik di bawah)
ض	d		De (dengan titik di bawah)
ط	’		Te (dengan titik di bawah)
ظ	’		Zet (dengan titik di bawah)
ع	‘Ain	‘	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	F ’	F	Ef

ق	Q f	Q	Qi
ك	K f	K	Ka
ل	L m	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	W wu	W	W
ه	H ’	H	Ha
ء	Hamzah	‘	Apostrof
ي	Y ’	Y	Ye

B. Konsonan Rangkap Karena Syaddah Ditulis Rangkap

متعددة	Ditulis	<i>Muta’addidah</i>
عدة	Ditulis	<i>’iddah</i>

C. Konsonan Tunggal

Semua *t’ marbuttah* ditulis dengan h, baik berada pada akhir kata tunggal ataupun berada di tengah penggabungan kata (kata yang diikuti oleh kata sandang “al”). Ketentuan ini tidak diperlukan bagi kata-kata Arab yang sudah terserap dalam bahasa Indonesia, seperti shalat, zakat, dan sebagainya kecuali dikehendaki kata aslinya.

حكمة	Ditulis	<i>Hikmah</i>
علة	Ditulis	<i>’illah</i>
كرامة الأولياء	Ditulis	<i>Kar mah al-aulyi ’</i>

D. Vokal Pendek dan Penerapannya

Semua *ta marbuttah* ditulis dengan h, baik berada pada akhir kata tunggal ataupun berada di tengah penggabungan kata (kata yang diikuti oleh kata sandang “al”). Ketentuan ini tidak diperlukan bagi kata-kata Arab yang sudah

terserap dalam bahasa Indonesia, seperti shalat, zakat, dan sebagainya kecuali dikehendaki kata aslinya.

---َ---	Fathah	Ditulis	A
---ِ---	Kasrah	Ditulis	I
---ُ---	Dammah	Ditulis	U
فَعَل	Fathah	Ditulis	<i>Fa'ala</i>
ذَكَر	Kasrah	Ditulis	Zukira
يَذْهَب	Dammah	Ditulis	Yazhabu

E. Vokal Panjang

1. Fathah + alif	Ditulis	A
جَاهِلِيَّة	Ditulis	<i>Jahiliyyah</i>
2. Fathah + ya' mati	Ditulis	A
تَنْسَى	Ditulis	<i>Tansa</i>
3. Kasrah + ya' mati	Ditulis	I
كَرِيم	Ditulis	<i>Karim</i>
4. Dammah + wawu mati	Ditulis	U
فَرَض	Ditulis	<i>Furud</i>

F. Vokal Rangkap

1. Fathah + ya' mati	Ditulis	Ai
بَيْنَكُمْ	Ditulis	<i>Bainakum</i>
2. Fathah + wawu mati	Ditulis	Au
قَوْل	Ditulis	<i>Qaul</i>

G. Vokal Pendek yang Berurutan dan Satu Kata Yang Dipisahkan dengan Apostrof

الانتم	Ditulis	<i>A'antum</i>
أَعَدَّتْ	Ditulis	<i>U'iddat</i>

لئن شكرتم	Ditulis	<i>La'in syakartum</i>
-----------	---------	------------------------

H. Kata Sandang Alif + Lam

1. Bila diikuti huruf *Qamariyyah* maka ditulis dengan menggunakan huruf awal “al”.

القرآن	Ditulis	<i>Al-Qur'an</i>
القياس	Ditulis	<i>Al-Qiyas</i>

2. Bila diikuti huruf *Syamsiyyah* ditulis sesuai dengan huruf pertama *Syamsiyyah* tersebut.

السماء	Ditulis	As-Sama
الشمس	Ditulis	Asy-Syams

I. Penulisan Kata-Kata dalam Rangkaian Kalimat

Ditulis menurut penulisannya.

ذوي الفروض	Ditulis	Zaqui al-furud
اهل السنة	Ditulis	Ahl as-sunnah

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

KATA PENGANTAR

Dengan menyebut nama Allah yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufiq, hidayah, serta inayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi dengan judul **“Analisis Perbandingan *E-Service Quality* dan *E-Satisfaction* Pengguna *M-Banking* Syariah dan *M-Banking Konvensional* (Studi Pada Generasi Z D.I. Yogyakarta)”**. Sholawat serta salam semoga tetap terlimpah-curahkan kepada junjungan kita Nabi Besar Muhammad SAW, Keluarga dan Sahabatnya yang kita nantikan syafaatnya kelak di *yaumul qiyamah* nanti.

Alhamdulillah atas Ridho Allah SWT dan bantuan dari semua pihak, akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini dengan segala kerendahan hati, penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Phil. Al Makin, M.A., Ph.D. selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Bapak Dr. Afdawaiza, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Ibu Dr. Ruspita Rani Pertiwi, S.Psi., M.M. selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah.
4. Bapak Alex Fahrur Riza, S.E., M.Sc., CMA. selaku Dosen Penasihat Akademik dan Dosen Pembimbing Skripsi yang telah membimbing dan memberi arahan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Seluruh Dosen Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah memberikan pengetahuan dan wawasan yang sangat luas selama menempuh perkuliahan.
6. Seluruh Pegawai Staf Tata Usaha Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

7. Kedua orang tua saya Bapak Asroki dan Almh. Ibu Rofiqoh yang telah membesarkan saya dengan penuh kasih sayang dan memberikan dukungan yang luar biasa hingga saya sampai pada tahap ini.
8. Kakak saya tercinta Sholehudin Abdullah Tsani yang telah banyak membimbing saya menjadi sosok wanita yang lebih dewasa, dan adik saya tercinta Kholifatul Armina yang mengajarkan saya arti sebuah kesabaran.
9. Teman-teman serta Sahabat-sahabat saya yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu yang telah memberikan dukungan dan telah banyak membantu sampai di tahap ini.
10. Seluruh teman-teman Perbankan Syariah angkatan 2019 khususnya kelas C yang menjadi saksi perjuangan kita selama di bangku perkuliahan. Semoga kedepannya kita bisa menjadi sosok orang yang bermanfaat.
11. Seluruh responden yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner penelitian ini. Semoga kebaikan yang telah kalian lakukan akan bernilai sebagai amal ibadah.
12. Seluruh pihak yang terlibat secara langsung maupun tidak langsung yang tidak bisa disebutkan satu per satu.
13. *Last but not least, I wanna thank me, I wanna thank me for believing in me, I wanna thank me for doing all this hard work, I wanna thank me for having no days off, I wanna thank me for never quitting.*

Semoga Allah SWT. senantiasa membalas semua kebaikan mereka dengan nikmat yang lebih berkah dan sempurna. Akhir kata penulis menyadari bahwa penelitian ini masih sangat jauh dari sempurna, maka dari itu penulis mengharapkan adanya kritik dan saran serta perkembangan dari penelitian ini guna lebih menyempurnakan skripsi ini.

Yogyakarta, 10 Mei 2023

Hormat Penyusun



Faizatul Mahfudzoh

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	iv
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	vi
HALAMAN MOTTO	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN	ix
KATA PENGANTAR	xiii
DAFTAR ISI.....	xv
DAFTAR TABEL.....	xvii
DAFTAR GAMBAR	xix
DAFTAR LAMPIRAN.....	xx
ABSTRAK	xxi
ABSTRACT.....	xxii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan Penelitian	10
D. Manfaat Penelitian	11
E. Sistematika Pembahasan	11
BAB II LANDASAN TEORI.....	13
A. Landasan Teori.....	13
B. Telaah Pustaka	28
C. Pengembangan Hipotesis	37
D. Kerangka Teoritik	41
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	44
A. Jenis Penelitian.....	44
B. Populasi dan Sampel	45

C. Definisi Operasional Variabel.....	48
D. Sumber Data dan Teknik Pengumpulan.....	52
E. Teknik Analisis Data.....	55
F. Analisis dan Pengujian Hipotesis.....	59
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	63
A. Analisis Deskriptif	63
B. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	77
C. Uji Normalitas.....	83
D. Uji Homogenitas	88
E. Analisis dan Pengujian Hipotesis.....	89
F. Pembahasan Hasil Penelitian	94
BAB V PENUTUP.....	140
A. Kesimpulan	140
B. Implikasi.....	141
C. Keterbatasan.....	141
D. Saran.....	142
DAFTAR PUSTAKA	143
LAMPIRAN.....	154

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 <i>Survei Bank Service Excellence Monitor</i>	5
Tabel 1.2 <i>Satisfaction Loyalty Engagement Awards 2021</i>	7
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	29
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	49
Tabel 4.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	63
Tabel 4.2 Profil Responden Berdasarkan Tahun Kelahiran.....	65
Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	65
Tabel 4.4 Profil Responden Berdasarkan Domisili	66
Tabel 4.5 Profil Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	67
Tabel 4.6 Profil Responden Berdasarkan Penghasilan Per Bulan.....	69
Tabel 4.7 Profil Responden Berdasarkan Penghasilan Per Bulan.....	69
Tabel 4.8 Profil Responden Berdasarkan <i>Mobile Banking</i> Yang Digunakan	70
Tabel 4.9 Profil Responden Berdasarkan <i>Mobile Banking</i> Yang Digunakan.....	71
Tabel 4.10 Profil Responden Berdasarkan Lama Penggunaan	72
Tabel 4.11 Profil Responden Berdasarkan Jenis Transaksi	73
Tabel 4.12 Profil Responden Berdasarkan Jenis Transaksi	74
Tabel 4.13 Statistik Deskriptif	75
Tabel 4.14 Uji Validitas <i>Mobile Banking</i> Syariah	77
Tabel 4.15 Uji Validitas <i>Mobile Banking</i> Konvensional	79
Tabel 4.16 Uji Reliabilitas	82
Tabel 4.17 Uji Normalitas <i>E-Service Quality</i>	83
Tabel 4.18 Uji Normalitas <i>E-Satisfaction</i>	84
Tabel 4.19 Uji Normalitas Residual <i>E-Service Quality M-Banking Syariah</i>	85
Tabel 4.20 Uji Normalitas Residual <i>E-Service Quality M-Banking Konvensional</i> ...	86
Tabel 4.21 Uji Normalitas Residual <i>E-Satisfaction M-Banking Syariah</i>	86
Tabel 4.22 Uji Normalitas Residual <i>E-Satisfaction M-Banking Konvensional</i>	87
Tabel 4.23 Uji Homogenitas <i>E-Service Quality</i>	88
Tabel 4.24 Uji Homogenitas <i>E-Satisfaction</i>	89
Tabel 4.25 Uji <i>Kruskal Wallis E-Service Quality</i>	90

Tabel 4.26 Uji <i>Kruskal Wallis E-Satisfaction</i>	91
Tabel 4.27 Hasil Ranking <i>E-Service Quality</i>	92
Tabel 4.28 Hasil Ranking <i>E-Satisfaction</i>	93
Tabel 4.29 Deskriptif Indikator <i>Efficiency</i>	95
Tabel 4.30 Deskriptif Indikator <i>Fulfillment</i>	97
Tabel 4.31 Deskriptif Indikator <i>System Availability</i>	99
Tabel 4.32 Deskriptif Indikator <i>Privacy</i>	102
Tabel 4.33 Deskriptif Indikator <i>Responsiveness</i>	104
Tabel 4.34 Deskriptif Indikator <i>Compensation</i>	106
Tabel 4.35 Deskriptif Indikator <i>Contact</i>	108
Tabel 4.36 Deskriptif Indikator <i>Customer Support</i>	110
Tabel 4.37 Deskriptif Indikator <i>Security</i>	112
Tabel 4.38 Deskriptif Indikator <i>Ease of Use</i>	114
Tabel 4.39 Deskriptif Indikator <i>Digital Product/Service</i>	117
Tabel 4.40 Deskriptif Indikator <i>Transaction and Payment</i>	118
Tabel 4.41 Deskriptif Indikator <i>Information Content</i>	121
Tabel 4.42 Deskriptif Indikator <i>Innovation</i>	123

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 <i>Top Brand Index</i> 2022.....	2
Gambar 2.1 Pembentukan Kepuasan/Ketidakpuasan Pelanggan.....	19
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran Perbandingan <i>E-Service Quality</i>	42
Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran Perbandingan <i>E-Satisfaction</i>	42



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	154
Lampiran 2. Data Kuesioner Penelitian	163
Lampiran 3. Output Olah Data IBM SPSS <i>Statistics 25</i>	216
Lampiran 4. Output Uji Hipotesis.....	234
Lampiran 5. <i>Curriculum Vitae</i> (CV).....	237



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk membandingkan *e-service quality* dan *e-satisfaction* pada generasi Z yang menggunakan aplikasi *mobile banking* syariah dan *mobile banking* konvensional. Pengujian hipotesis pada penelitian ini dengan menggunakan uji *Kruskal Wallis* dan uji *Mann-Whitney U* dengan menggunakan *software IBM SPSS Statistics 25*. Data penelitian ini diperoleh dengan menyebarkan kuesioner melalui *google form* dan sampel yang didapatkan sebanyak 140 responden pengguna *mobile banking* syariah dan 140 responden pengguna *mobile banking* konvensional. Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa pada variabel *e-service quality* dari segi *efficiency* dan *fulfillment* terdapat perbedaan pada kedua *mobile banking* tersebut. Adapun pada variabel *e-satisfaction* dari segi *transaction and payment* dan *information content* dari kedua *mobile banking* terdapat perbedaan. Sedangkan untuk indikator lainnya yang terdapat pada penelitian ini tidak mengalami perbedaan di antara keduanya.

Kata kunci: *E-Service Quality, E-Satisfaction, Mobile Banking, Generasi Z*



ABSTRACT

This study aims to compare e-service quality and e-satisfaction in generation Z who use islamic mobile banking applications and conventional mobile banking. Hypothesis testing in this study used the Kruskal Wallis test and Mann-Whitney U test using the IBM SPSS Statistics 25 software. The data for this study were obtained by distributing questionnaires through the google form and the samples obtained were 140 respondents using islamic banking and 140 respondents using conventional mobile banking. The results of this study can be concluded that in the e-service quality variable in terms of efficiency and fulfillment there are differences in the two mobile banking. As for the e-satisfaction variable in terms of transaction and payments and information content from the two mobile banking there is a difference. As for the other indicators contained in this study, there was no difference between the two.

Keywords: E-Service Quality, E-Satisfaction, Mobile Banking, Generation Z



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

BAB I

PENDAHULUAN

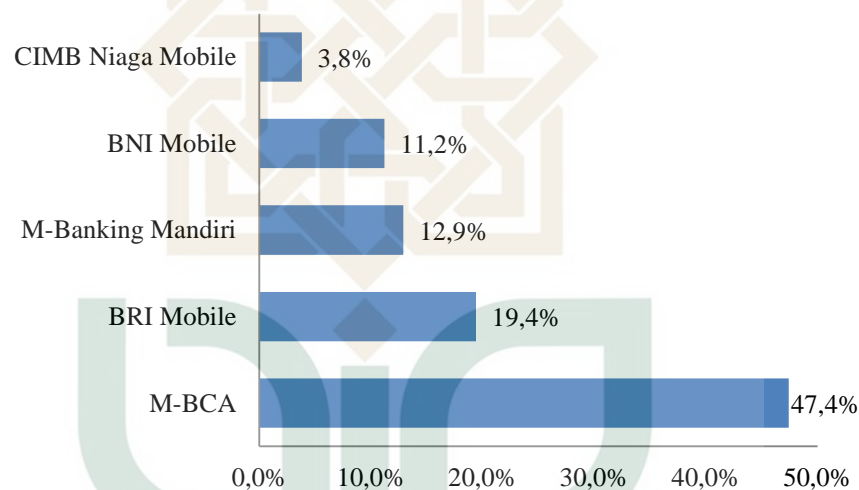
A. Latar Belakang

Seiring dengan perkembangan zaman, era saat ini lebih dikenal dengan istilah era digital. Hal ini dikarenakan hampir semua aktivitas yang dilakukan oleh masyarakat berbasis digital. Suatu perubahan revolusi yang mengubah segala kebutuhan apapun agar bisa terlayani dalam satu aplikasi disebut dengan digitalisasi, digitalisasi ini dapat membantu masyarakat melakukan segala kebutuhan dan aktivitasnya dengan mudah (Luthfiatussa'diyah *et al.*, 2023). Hal tersebut dapat terjadi karena adanya kemudahan sebagai akibat dari adanya perkembangan teknologi yang dinilai jauh lebih praktis jika dibandingkan dengan aktivitas yang dilakukan secara tradisional. Salah satu sektor industri yang turut berdampak dari adanya perkembangan teknologi berbasis digital adalah di sektor industri perbankan. Hadirnya layanan perbankan digital bertujuan untuk dapat menyebarkan dan memfasilitasi inklusi keuangan dan akses masyarakat terhadap layanan keuangan yang dapat dilaksanakan tanpa mengenal batasan waktu dan tempat (Tambunan & Nasution, 2023). *Mobile banking* yang terdapat di industri perbankan merupakan salah satu bentuk layanan yang diberikan oleh pihak perbankan kepada nasabahnya sebagai bentuk dari adanya digitalisasi di sektor perbankan.

Menurut Otoritas Jasa Keuangan (OJK) *mobile banking* merupakan sebuah layanan yang disediakan oleh bank untuk melakukan berbagai transaksi perbankan melalui berbagai fitur/menu yang disediakan pada aplikasi yang diunduh atau *install* melalui *smartphone*.¹ Di Indonesia sendiri saat ini tengah menerapkan *dual banking system* yang di mana perbankan syariah dan perbankan konvensional beroperasi secara bersamaan (Nugraha *et*

¹ OJK: <https://sikapiuangmu.ojk.go.id/FrontEnd/CMS/Article/20660> diakses pada tanggal 25 November 2022 pukul 21.15 WIB.

al., 2023). Dengan transformasi yang begitu cepat, *stakeholder* di industri keuangan harus mempersiapkan diri dengan baik dan tanggap terhadap perubahan industri 4.0 yang tumbuh sangat cepat, karena transformasi bank akan menghadirkan tantangan besar terhadap *status quo*, yang membuka peluang lebih besar lagi bagi lembaga keuangan (Riza & Hafizi, 2019). Hingga akhir tahun 2022 ini, hampir seluruh industri perbankan yang ada di Indonesia baik bank syariah maupun bank konvensional sudah menciptakan layanan digitalnya melalui aplikasi *mobile banking* dalam rangka mendukung kegiatan operasionalnya.



Gambar 1.1 Top Brand Index 2022

Menurut survei yang digelar oleh *Top Brand Award*, menyampaikan bahwa m-BCA merupakan salah satu layanan *mobile banking* yang paling populer di Indonesia pada tahun 2022. Berdasarkan Gambar 1.1 menunjukkan bahwa *mobile banking* yang menduduki peringkat lima besar dalam jajaran *Top Brand Index 2022* didominasi oleh layanan dari bank konvensional. *Mobile banking* BCA menempati peringkat pertama dalam *Top Brand Index* kategori *mobile banking* tahun 2022 dengan total skor sebesar 47,4%. Di peringkat kedua diduduki oleh *BRI Mobile* dengan total skor sebesar 19,4%, dan pada peringkat selanjutnya diduduki oleh *M-Banking Mandiri*, *BNI*

Mobile, dan CIMB Niaga *Mobile* dengan total skor dari masing-masing *mobile banking* tersebut adalah sebesar 12,9%, 11,2%, dan 3,8%. Sementara itu, pada tahun 2022 ini perbankan syariah belum tembus dalam jajaran lima besar perbankan dalam *Top Brand Index 2022*.

Dunia perbankan dalam tiga tahun terakhir menghadapi dinamika digitalisasi yang berdampak pada bisnis perbankan (Inarotul & Putri, 2022). Digitalisasi layanan perbankan seperti *m-banking* merupakan salah satu pembaruan layanan dari bank dengan memakai keuntungan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan nasabah dalam memudahkan bertransaksi (Luthfiatussa'diyah *et al.*, 2023). Berdasarkan hasil survei yang dirilis oleh *Populix* pada tahun 2022 menunjukkan bahwa *mobile banking* dan *eWallet* merupakan dua aplikasi finansial yang paling sering digunakan oleh seluruh kalangan usia.²

Berdasarkan data Bank Indonesia menyebutkan bahwa pada awal tahun hingga Mei 2022, volume transaksi *mobile banking* mencapai 3,2 miliar dan nilai tersebut mengalami pertumbuhan 67,87 yoy dari posisi yang sama tahun lalu sebesar 1,90 miliar kali transaksi.³ Pertumbuhan transaksi *mobile banking* tersebut tentunya didukung dengan adanya pemberian kualitas layanan elektronik atau *e-service quality* yang diberikan oleh tiap-tiap industri perbankan kepada nasabahnya agar lebih memudahkan aktivitas bertransaksi selama pemakaian *mobile banking* sedang berlangsung.

E-service quality sendiri menjadi salah satu kunci dari ukuran kepuasan nasabah dalam penggunaan *m-banking*. Menurut Maginingsih (2020) jika dari pihak perbankan gagal dalam memenuhi harapan nasabah, maka nasabah tidak akan merasa puas dengan pemberian layanan perbankan. Sebaliknya, jika dari pihak perbankan mampu memenuhi harapan nasabahnya, maka dapat dikatakan pihak bank mampu memberikan kepuasan kepada nasabahnya atas layanan yang diberikan. Saat ini kompetisi pada

² Goodstats: <https://goodstats.id/article/aplikasi-mobile-banking-paling-banyak-digunakan-masyarakat-indonesia-2022-Vb18j> diakses pada tanggal 25 Januari 2023 pukul 18.42 WIB.

³ Maizal Walfajri: <https://kontan.co.id/news/bi-catat-transaksi-mobile-banking-tembus-rp-388809-triliun-hingga-mei-2022> diakses pada tanggal 24 Januari 2023 pukul 22.13 WIB.

sektor perbankan terutama dalam memberikan fasilitas pelayanan jasa semakin kuat, hal ini terbukti dengan adanya bank-bank yang mengeluarkan pembaruan layanan yang sesuai dengan kebutuhan nasabah seperti *m-banking* (Luthfiatussa'diyah *et al.*, 2023). Dengan semakin ramainya aplikasi *m-banking* yang dihadirkan oleh pihak perbankan, maka hal tersebut dapat meningkatkan standar nasabah terhadap jasa perbankan dan tidak menutup kemungkinan akan timbul persaingan khususnya pada perbankan syariah dan perbankan konvensional.

Untuk mencapai tujuan yang diharapkan, setiap perusahaan pasti memiliki standar tersendiri untuk dijadikan sebagai pedoman dalam memberikan pelayanan prima terkait dengan kualitas layanan *m-banking*. Hadirnya *m-banking* konvensional yang lebih awal tentu memiliki potensi yang lebih besar pada segmen pasar perbankan. Faktanya untuk *e-service quality* dari masing-masing *m-banking* tidak seutuhnya sama dan menurut hasil survei yang dilakukan oleh *populix* disebutkan bahwasannya *m-banking* syariah belum tembus dalam lima besar aplikasi *m-banking* populer di Indonesia pada tahun 2022. Dari beberapa penelitian yang sudah ada, *e-service quality* pada *m-banking* konvensional dinilai lebih baik dari *m-banking* syariah. Hal tersebut dikarenakan transaksi sistem pembayaran yang terdapat pada *m-banking* konvensional terus naik dengan stabilitas sistem yang terjaga dan layanan pembayaran digital yang semakin meningkat.⁴ Hal tersebut didukung oleh salah satu bank konvensional yang ada di Indonesia yaitu BCA yang berhasil masuk dalam peringkat pertama sebagai bank terbaik pada tahun 2023 versi *Forbes*.⁵ Pada bank syariah sendiri, berdasarkan kajian Transformasi Perbankan Syariah yang disusun Otoritas Jasa Keuangan (OJK) pada tahun 2018, terdapat beberapa isu strategis yang masih menghambat akselerasi pertumbuhan bisnis perbankan syariah, antara

⁴ Databooks: <https://databooks.katadata.co.id/datapublish/2023/07/05/transaksi-digital-banking-di-indonesia-tumbuh-158-dalam-5-tahun-terakhir/> diakses pada tanggal 17 Agustus 2023 pukul 07.04 WIB.

⁵ Databooks: <https://databooks.katadata.co.id/datapublish/2023/06/20/ada-bca-hingga-bank-jago-ini-10-rank-bank-terbaik-di-indonesia-versi-forbes> diakses pada tanggal 20 Agustus 2023 pukul 10.37 WIB.

lain belum adanya diferensiasi model bisnis yang signifikan, kualitas layanan, dan kuantitas SDM yang kurang optimal serta rendahnya tingkat literasi dan inklusi.⁶ Menurut Infobank, bagi perbankan senjata utama dari transformasi digital adalah terkait dengan seberapa canggih, seberapa lengkap, seberapa aman, dan seberapa menarik fitur *m-banking* atau aplikasi perbankan digital yang dimiliki.⁷

Tabel 1.1 Survei Bank Service Excellence Monitor (BSEM) Oleh MRI Tahun 2020-2022⁸

Ranking	M-Banking Syariah			M-Banking Konvensional		
	Tahun			Tahun		
	2020	2021	2022	2020	2021	2022
1	Bank Syariah Mandiri	BSI	BSI	Commonwealth Bank	BCA	Bank Permata
2	BCA Syariah	BCA Syariah	BCA Syariah	BCA	Commonwealth Bank	Commonwealth Bank
3	BNI Syariah	Bank Muamalat	BJB Syariah	BNI	Bank Permata	BCA

Sumber: infobank

Berdasarkan perolehan laporan mengenai survei *Bank Service Excellence Monitor* (BSEM), dalam dua tahun terakhir ini BSI mampu menduduki posisi pertama dalam *best service quality* Bank Umum Syariah

⁶ OJK: <https://ojk.go.id/id/kanal/syariah/berita-dan-kegiatan-publikasi-Pages-Roadmap-Pengembangan-Perbankan-Syariah-Indonesia-2020-2025.aspx> diakses pada tanggal 20 Agustus 2023 pukul 10.50 WIB.

⁷ Infobank: <https://infobanknews.com/peta-persaingan-bank-menuju-digital/amp/>. Diakses pada tanggal 17 Agustus 2023 pukul 06.42 WIB.

⁸ Infobank: <https://infobanknews.com/> diakses pada tanggal 25 November 2022 pukul 22.58 WIB. (Perolehan ranking tahun 2020 Bank Dengan Layanan Terbaik Diperoleh Berdasarkan Overall Plus Digital, Tahun 2021 Bank Dengan Layanan Terbaik Diperoleh Berdasarkan Overall Plus Digital, Tahun 2022 Bank Dengan Layanan Terbaik Diperoleh Berdasarkan Pelayanan Prima).

(BUS) yang diselenggarakan oleh *Marketing Research Indonesia* (MRI). Pada tahun 2020, posisi pertama sempat diduduki oleh Bank Syariah Mandiri yang mana saat ini telah berganti nama menjadi BSI setelah melakukan *merger* bersama BNI Syariah dan BRI Syariah. Sementara untuk posisi pertama terkait dengan *best service quality* Bank Umum Konvensional (BUK) selalu mengalami perubahan setiap tahunnya. Hal tersebut dikarenakan masing-masing industri perbankan bersaing secara ketat hingga mengalami perkembangan dan peningkatan terkait dengan kualitas layanan yang diberikan kepada nasabahnya.

Layanan yang ada pada *mobile banking* menjadi solusi bagi generasi Z yang memiliki karakteristik fleksibel dan toleran terhadap munculnya teknologi terbaru. Generasi ini mempunyai cara komunikasi dan media sosial yang informal, individual, dan sangat lurus dalam kehidupan mereka (Rachmawati, 2019). Generasi Z juga kerap sekali dikaitkan dengan perkembangan teknologi dan informasi, serta mempunyai karakteristik yang mudah beradaptasi dengan perkembangan zaman di era digital. Hadirnya inovasi dari bank digital yang berkaitan dengan pemberian layanan aplikasi *mobile banking* dari pihak perbankan, diharapkan dapat menarik minat nasabah dari generasi Z. Jika bank digital bisa menarik banyak nasabah dari kaum muda tentunya akan berdampak terhadap daya saing perbankan yang ada di Indonesia, mengingat kaum muda saat ini khususnya generasi Z tengah mendominasi piramida penduduk di Indonesia (Cupian *et al.*, 2022).

Selain aktivitas memperkenalkan layanan baru berbasis digital dan menyesuaikan dengan pasar, bank perlu memastikan kualitas layanan yang optimal, sehingga fokus utamanya adalah pada nasabahnya (Tambunan & Nasution, 2023). Pelayanan yang diberikan oleh pihak bank syariah dan bank konvensional dalam aplikasi *mobile banking* tentu saja akan memberikan respon yang berbeda-beda khususnya di kalangan generasi Z, karena sistem yang dijalankan oleh kedua bank tersebut tidak seutuhnya sama. Oleh karena itu generasi Z ini kerap sekali dikenal sebagai generasi yang memiliki tingkat melek teknologi yang cukup tinggi, sehingga mereka memiliki pandangan

dan penilaian yang kuat ketika menggunakan suatu media teknologi (Rachmawati, 2019), salah satunya adalah aplikasi *mobile banking*. Dengan demikian, penilaian yang diberikan oleh konsumen akan mempengaruhi kepuasan dan keputusannya untuk tetap menggunakan produk tersebut atau tidak.

Tabel 1.2 Satisfaction Loyalty Engagement (SLE) Awards 2021⁹

Ranking	Bank Umum Syariah	Bank Umum Konvensional
1	Bank Muamalat	Bank Danamon
2	BNI Syariah	PaninBank
3	BRI Syariah	Bank CIMB Niaga
4	Bank Syariah Mandiri	BCA

Sumber: infobank, 2021

Respon masyarakat khususnya generasi Z terhadap layanan aplikasi *mobile banking* tentunya perlu diperhatikan secara mendalam oleh pihak perbankan. Karena generasi Z termasuk dalam kategori yang sangat konsumtif dalam bertransaksi secara *online* (Khrishananto & Adriansyah, 2021). Terlebih lagi ketika mereka diberi kemudahan dan kepraktisan dalam mengakses fitur-fitur yang ada di aplikasi *mobile banking*. Sehingga membuat nasabah akan merasakan kepuasan dan berkeinginan untuk menggunakan layanan *mobile banking* secara berkelanjutan. Selama penggunaan *mobile banking* yang dirasakan oleh nasabah dapat memberikan manfaat untuk dirinya, maka akan menimbulkan kepuasan tersendiri bagi nasabah (Parera & Susanti, 2021).

Untuk mengukur kualitas layanan berbasis *online*, dalam penelitian ini mengadopsi model kualitas layanan elektronik (*e-service quality*). Pada dasarnya model *e-service quality* adalah bentuk dari perluasan model tradisional SERVQUAL yang diadaptasi ke dalam konteks pengalaman

⁹ Infobank: <https://infobanknews.com/ini-dia-bank-bank-peraih-satisfaction-loyalty-engagement-award-2021/amp/> diakses pada tanggal 26 November 2022 pukul 11.35 WIB.

belanja secara *online*. Teori terkait *e-service quality* pun sudah banyak berkembang dan hasil riset yang dilakukan oleh Parasuraman *et al.*, (2005) dinilai paling andal untuk mengukur *e-service quality*. Menurut Parasuraman *et al.*, (2005) *e-service quality* diartikan sebagai sejauh mana suatu *web* atau aplikasi dapat memberikan fasilitas berbelanja, pembelian, dan pengiriman secara *online* yang efisien dan efektif. Dengan demikian, *e-service quality* erat kaitannya dengan semua kegiatan interaksi pelanggan dengan situs *web* atau aplikasi.

Penelitian ini dilakukan untuk membandingkan *e-service quality* dan *e-satisfaction m-banking* syariah dan *m-banking* konvensional, di mana dari kedua jenis *m-banking* tersebut bersaing dalam industri perbankan dan keduanya melakukan persaingan dalam memberikan produk-produk yang lebih inovatif untuk meningkatkan *e-service quality* dan *e-satisfaction*nya. Dengan membandingkan kedua jenis layanan tersebut, apakah dari kedua jenis *m-banking* tersebut memiliki *e-service quality* dan *e-satisfaction* yang sama atau bahkan berbeda. Karena sampai saat ini, baik itu bank syariah maupun bank konvensional keduanya selalu berinovasi dalam memberikan pelayanan khususnya yang berkaitan dengan teknologi dan sistem informasi kepada nasabahnya dengan mengikuti trend perkembangan zaman.

Berbagai penelitian yang mengkaji terkait dengan perbandingan *mobile banking* sendiri sudah banyak dilakukan oleh penelitian terdahulu dan telah mengalami perkembangan, seperti penelitian yang dilakukan oleh Hasnah & Suyanto (2020) yang meneliti tentang perbandingan *e-service quality* pada Bank BCA dan Bank Mandiri di seluruh Indonesia. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa *e-service quality* yang dimiliki oleh Bank BCA lebih unggul jika dibandingkan dengan *e-service quality* yang dimiliki oleh Bank Mandiri. Perbedaan *e-service quality* dari masing-masing bank tersebut terletak pada dimensi *reliability*, *responsiveness*, *privacy*, *efficiency*, *assurance*, *empathy*, dan *contact*.

Penelitian yang dilakukan oleh Ali (2018) yang membandingkan persepsi konsumen terhadap kualitas layanan bank syariah dan bank

konvensional di Brunei Darussalam menunjukkan adanya perbedaan. Nasabah bank syariah memiliki persepsi kualitas layanan yang lebih baik jika dibandingkan dengan bank konvensional. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Laksono (2022) yang mendapatkan hasil bahwasannya terdapat perbedaan tingkat kepuasan pelanggan terhadap penggunaan layanan *mobile banking* yang diteliti, baik dari segi kemudahan, fitur riwayat transaksi, dan aplikasi yang dapat digunakan kapan pun.

Dari berbagai penelitian yang telah dilakukan sebelumnya terkait dengan membandingkan layanan aplikasi *mobile banking*, ada beberapa faktor dan indikator yang mampu mengukur *e-service quality* dan kepuasan nasabah ketika menggunakan layanan aplikasi *mobile banking*. Sehingga pada penelitian ini mencoba untuk meneliti terkait dengan *e-service quality* dan *e-satisfaction* pada aplikasi *mobile banking*, sekaligus mencoba untuk membandingkan *e-service quality* dan *e-satisfaction* pengguna aplikasi *mobile banking* syariah dan pengguna aplikasi *mobile banking* konvensional. Perbedaan dalam penelitian ini yaitu masih belum banyak penelitian-penelitian yang meneliti terkait dengan perbandingan bank syariah dan bank konvensional dari segi *e-service quality* dan *e-satisfaction* secara bersamaan. Selain itu, dari sisi subjek penelitian juga masih sedikit penelitian yang meneliti sekaligus membandingkan layanan aplikasi *mobile banking* dan kepuasan pelanggan atas penggunaan aplikasi tersebut di kalangan generasi Z, khususnya di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Adapun *e-service quality* pada layanan aplikasi *mobile banking* yang akan diukur dalam penelitian ini mencakup dimensi efisiensi (*efficiency*), pemenuhan (*fulfillment*), ketersediaan sistem (*system availability*), privasi (*privacy*), daya tanggap (*responsiveness*), kompensasi (*compensation*), dan kontak (*contact*). Sementara dari segi *e-satisfaction* nantinya akan diukur dengan beberapa indikator seperti dukungan pelanggan (*customer support*), keamanan (*security*), kemudahan penggunaan (*ease of use*), produk/layanan digital (*digital product/service*), transaksi dan pembayaran (*transaction and payment*), informasi konten (*information content*), dan inovasi (*innovation*).

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan maksud untuk membandingkan *e-service quality* dan *e-satisfaction* pada layanan aplikasi *mobile banking* syariah dan aplikasi *mobile banking* bank konvensional di salah satu provinsi yang ada di Indonesia, yaitu Daerah Istimewa Yogyakarta, dengan populasi dan sampel pada penelitian ini yaitu difokuskan pada generasi Z yang menggunakan layanan aplikasi *mobile banking*. Sehingga peneliti mencoba melakukan penelitian dengan judul “ANALISIS PERBANDINGAN *E-SERVICE QUALITY* DAN *E-SATISFACTION* PENGGUNA *M-BANKING* SYARIAH DAN *M-BANKING* KONVENSIONAL (STUDI PADA GENERASI Z D.I. YOGYAKARTA)”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah terdapat perbedaan *e-service quality* antara pengguna *m-banking* syariah dan *m-banking* konvensional D.I. Yogyakarta?
2. Apakah terdapat perbedaan *e-satisfaction* antara pengguna *m-banking* syariah dan *m-banking* konvensional D.I. Yogyakarta?
3. Jika terdapat perbedaan, bagaimanakah urutan indikator paling kuat pada variabel *e-service quality* dan *e-satisfaction* dari *m-banking* syariah dan *m-banking* konvensional?

C. Tujuan Penelitian

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

1. Untuk menjelaskan perbedaan *e-service quality* antara pengguna *m-banking* syariah dan *m-banking* konvensional D.I. Yogyakarta.
2. Untuk menjelaskan perbedaan *e-satisfaction* antara pengguna *m-banking* syariah dan *m-banking* konvensional D.I. Yogyakarta.

3. Untuk menjelaskan hasil urutan indikator paling kuat pada variabel *e-service quality* dan *e-satisfaction* dari aplikasi *m-banking* syariah dan aplikasi *m-banking* konvensional.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian yang dapat diambil dari penelitian ini adalah:

1. Manfaat Akademisi
 - a. Hasil dalam penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan wawasan pembaca terkait dengan perbandingan *e-service quality* dan *e-satisfaction* aplikasi *m-banking* syariah dan *m-banking* konvensional.
 - b. Sebagai tambahan informasi dan referensi bagi pembaca yang ingin mengembangkan penelitian ini secara lebih lanjut.
2. Manfaat Praktisi
 - a. Bagi Instansi Perbankan
Sebagai masukan kepada *stakeholder* di sektor perbankan terkait dengan *e-service quality* dan *e-satisfaction* pada layanan *m-banking*, sehingga dapat membuat strategi yang lebih efektif untuk meningkatkan kepuasan pengguna layanan *m-banking*.
 - b. Bagi Peneliti Selanjutnya
Penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan referensi penelitian dalam membandingkan layanan yang ada di *mobile banking*, baik *mobile banking* syariah maupun *mobile banking* konvensional.

E. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan pada penelitian ini secara garis besar terbagi menjadi lima bab, yaitu pendahuluan, landasan teori, metodologi penelitian, hasil dan pembahasan, serta penutup dengan rincian sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika pembahasan.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab landasan teori terdiri dari landasan teori yang digunakan untuk memberikan gambaran dari masing-masing variabel, penelitian terdahulu yang memiliki keterkaitan dengan penelitian yang sedang dilakukan, kerangka pemikiran, dan pengembangan hipotesis yang digunakan untuk merumuskan hipotesis terkait argumen yang dibangun dari teori dan penelitian sebelumnya.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab metodologi penelitian berisi tentang gambaran teknik penelitian yang digunakan pada penelitian ini. Metode penelitian terdiri dari jenis penelitian, sumber data, populasi dan sampel, metode pengumpulan data, skala pengukuran penelitian, definisi operasional variabel, serta metode analisis data yang digunakan.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini berisi tentang hasil pengolahan data yang berkaitan dengan deskripsi karakteristik responden dan hasil analisis data, yang kemudian dilakukan pembahasan secara mendalam mengenai hasil temuan dalam penelitian.

BAB V PENUTUP

Pada bab penutup berisi tentang kesimpulan hasil penelitian dan pembahasan yang disesuaikan dengan rumusan masalah dan tujuan penelitian. Implikasi, saran, masukan, dan kekurangan dalam penelitian ini sebagai bahan penelitian selanjutnya.

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada BAB sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil uji hipotesis *e-service quality* yang dilakukan dengan uji *Kruskal Wallis* pada masing-masing indikator, terdapat perbedaan pada indikator *efficiency* dan *fulfillment* antara *m-banking* syariah dan *m-banking* konvensional. Akan tetapi, pada indikator *system availability*, *privacy*, *responsiveness*, *compensation*, dan *contact* tidak terdapat perbedaan di antara keduanya.
2. Berdasarkan hasil uji hipotesis *e-satisfaction* yang dilakukan dengan uji *Kruskal Wallis* pada masing-masing indikator, terdapat perbedaan pada indikator *transaction and payment* dan *information content*. Akan tetapi, pada indikator *customer support*, *security*, *ease of use*, *digital product/service*, dan *innovation* tidak terdapat perbedaan di antara keduanya.
3. Berdasarkan hasil uji hipotesis untuk melihat indikator yang paling kuat dengan menggunakan uji Mann-Whitney U. Pada *e-service quality* ranking pertama pada *m-banking* syariah diduduki oleh indikator *contact* dan *m-banking* konvensional diduduki oleh indikator *efficiency*. Sementara pada *e-satisfaction* ranking pertama dari *m-banking* syariah adalah indikator *innovation* dan *m-banking* konvensional adalah indikator *information content*. Berdasarkan nilai rata-rata *e-service quality* dan *e-satisfaction*, *m-banking* konvensional menduduki urutan yang lebih tinggi dengan nilai rata-rata *e-service quality* sebesar 145,32 untuk *m-banking* konvensional dan 135,68 untuk *m-banking* syariah. Sementara pada *e-satisfaction* sebesar 146,96 untuk *m-banking* konvensional dan 134,04 untuk *m-banking* syariah.

B. Implikasi

Setelah membandingkan *e-service quality* yang terdapat pada *mobile banking* bank syariah dan bank konvensional, maka dapat diketahui bahwa terdapat beberapa faktor yang paling kuat dari segi pelayanan yang terdapat pada *m-banking* syariah yaitu dari segi *contact*, *compensation*, dan *responsiveness*, adapun *efficiency* yang terdapat pada *m-banking* syariah menempati urutan terendahnya. Oleh karena itu, *e-service quality* pada bank syariah dari segi *efficiency* yang terdapat pada layanan *m-banking* perlu untuk ditingkatkan karena secara tidak langsung *efficiency* berkaitan dengan performa layanan yang dapat mempengaruhi keputusan nasabah. Sementara faktor yang paling kuat dari segi pelayanan yang terdapat pada *m-banking* konvensional yaitu dari segi *efficiency*, *fulfillment*, dan *privacy*, adapun *contact* yang terdapat pada *m-banking* konvensional menempati urutan paling lemah. Sehingga, untuk *e-service quality* terkait dengan *contact* yang terdapat pada *m-banking* konvensional perlu untuk ditingkatkan agar nasabah dapat lebih merasakan adanya layanan berkomunikasi secara langsung dengan perusahaan ketika mengalami kendala.

C. Keterbatasan

Dalam penelitian ini terdapat beberapa keterbatasan, antara lain:

1. Penelitian ini hanya dilakukan di Provinsi D.I. Yogyakarta saja, dan sampel dalam penelitian ini didominasi oleh responden perempuan. Akan lebih baik jika lokasi dan sampel yang digunakan melibatkan lebih banyak nasabah di seluruh Indonesia. Dengan lokasi dan responden yang beragam, maka akan menunjukkan hasil yang menyeluruh dan akan lebih meningkatkan kualitas layanan perbankan secara nasional.
2. Dalam beberapa kasus, pengambilan informasi melalui kuesioner tidak selalu dapat menginterpretasikan pendapat sebenarnya dari responden, sebab adanya perbedaan persepsi antar responden. Terlebih lagi faktor kejujuran juga dapat mempengaruhi dalam pengisian kuesioner.

D. Saran

Setelah melakukan penelitian mengenai Perbandingan *E-Service Quality* dan *E-Satisfaction* Pengguna *M-Banking* Syariah dan *M-Banking* Konvensional (Studi Pada Generasi Z D.I. Yogyakarta), berikut adalah beberapa saran dari penelitian ini, adalah sebagai berikut:

1. Bagi pihak perbankan berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa penilaian nasabah syariah pada *m-banking* menunjukkan nilai yang lebih rendah jika dibandingkan dengan penilaian nasabah konvensional. Oleh karena itu, perbankan syariah diharapkan untuk lebih memperhatikan dari segala aspek kualitas layanan terutama dari aspek *e-service quality*, sehingga hal tersebut dapat lebih meningkatkan kepuasan nasabah dan dapat bersaing lebih unggul dari perbankan konvensional.
2. Bagi nasabah pengguna *mobile banking* syariah maupun pengguna *mobile banking* konvensional diharapkan dapat memberikan saran dan kritik yang membangun kepada pihak bank yang bersangkutan agar pelayanan yang sudah ada dapat lebih ditingkatkan, sehingga dapat meminimalisir keluhan dan lebih meningkatkan kepuasan dalam menggunakan layanan *mobile banking* yang disediakan.
3. Bagi penelitian selanjutnya, dalam melakukan uji komparasi perlu mempertimbangkan melakukan penelitian pada responden dari satu jenis bank syariah dan satu jenis bank konvensional saja. Karena layanan pada aplikasi *mobile banking* memiliki *tools* yang berbeda-beda, maka alangkah baiknya untuk membandingkan satu bank dengan satu bank lainnya agar mendapatkan hasil yang lebih jelas dan spesifik. Sehingga harapannya dapat meningkatkan kualitas bank yang sedang diteliti.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurokhim. (2016). Analisis Komparatif Penggunaan Sistem Informasi Perbankan Antara Bank Syariah dan Bank Konvensional. *Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia*, 1(1), 41–54.
- Ali, Q. (2018). Service Quality from Customer Perception : Comparative Analysis between Islamic and Conventional Bank. *Journal of Marketing and Consumer Research*, 43(March), 70–82.
- Amalia, P., & Hastriana, A. Z. (2022). Pengaruh Kemanfaatan, Kemudahan Keamanan, dan Fitur M-Banking Terhadap Kepuasan Nasabah dalam Bertransaksi Pada Bank Syariah Indonesia (\Studi Kasus BSI KCP Sumenep). *Journal of Islamic Economics*, 1(1), 70–89.
- Anderson, R. E., & Srinivasan, S. S. (2003). E-Loyalty : A Contingency Framework. *Psychology & Marketing*, 20(2), 123–138. <https://doi.org/10.1002/mar.10063>
- Ardiyanto, M., Kusriani, & Hartanto, A. D. (2023). Perbandingan Response Time Data Transaksi Antara Konektivitas Sistem Pembayaran Pada BTN Syariah Dengan BPD Jateng Syariah. *Jurnal Device*, 13(1), 47–51.
- Azis, M. (2018). Perbandingan Kualitas Layanan Antara Bank Syariah Dengan Bank Konvensional Ditinjau Dari Kepuasan Nasabah di Kabupaten Pacitan. *ACTIVA: Jurnal Ekonomi Syariah*, 1(2), 87–108.
- Bauer, H. H., Falk, T., & Hammerschmidt, M. (2006). eTransQual: A transaction process-based approach for capturing service quality in online shopping. *Journal of Business Research*, 59(7), 866–875. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2006.01.021>
- Budiaji, W. (2013). Skala Pengukuran dan Jumlah Responden Skala Likert. *Jurnal Ilmu Pertanian Dan Perikanan*, 2(2), 127–133.
- Budyarto, A. (2017). *Dampak Pelayanan Internet Banking Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Nasabah Perbankan di Kota Semarang)*. Universitas Katolik Seogijapranata.
- Choudhury, P. K., Mishra, N., & Zipporah, G. (2022). Factors influencing Digital

- Banking Service Quality: A comparative study between SBI and HDFC bank in Hyderabad, India. *Journal of Contemporary Issues in Business and Government*, 28(02), 1–13. <https://doi.org/10.47750/cibg.2022.28.02.001>
- Codrington, G., & Marshall, S. G. (2004). *Mind The Gap*. Penguin: Penguin Book.
- Cooper, D. R., & Schindler, P. S. (2006). *Metode Riset Bisnis* (Edisi 9). Jakarta: PT Media Global Edukasi.
- Cooper, D. R., & Schindler, P. S. (2017). *Metode Penelitian Bisnis* (Edisi 12). Jakarta: Salemba Empat.
- Cupian, Valentino, U., & Noven, S. A. (2022). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menggunakan Bank Digital Syariah pada Generasi Z: Studi Kasus di Kota BOgor. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(02), 1679–1688. <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v8i2.5299>
- Dahlan, M. S. (2010). *Besar Sampel dan Cara Pengambilan Sampel dalam Penelitian Kedokteran dan Kesehatan* (Edisi Tiga). Jakarta: Salemba Medika.
- Dencik, A. B., Yahya, F. F., Yoesoef, M. I., & Salim, M. N. (2019). *Statistik Multivariat: Analisis ANOVA, MANOVA, ANCOVA, MANCOVA, Repeated Measures dengan Aplikasi EXCEL dan SPSS*. Depok: PT Rajagrafindo Persada.
- Fahira, A. (2021). *PENGARUH E-SERVICE QUALITY TERHADAP E-SATISFACTION NASABAH BANK SUMUT KANTOR CABANG SYARIAH MEDAN*. Skripsi, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan.
- Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*. Surabaya: CV. Penerbit Qiara Media.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gudono. (2014). *Analisis Data Multivariat* (Edisi 3). Yogyakarta: BPFE.
- Hadjar, I. (1999). *Dasar-Dasar Metodologi Penelitian Kualitatif Dalam Pendidikan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Hafidudin, D., & Tanjung, H. (2003). *Manajemen Syariah dalam Praktik*. Jakarta:

Gema Insani.

- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2014). Multivariate Data Analysis. In *International Journal of Multivariate Data Analysis* (Seventh Ed). United States of America: Pearson.
- Harinata, A., & Lutfi, A. (2020). Analisis Pengaruh Kelengkapan Fitur dan Desain Navigasi Aplikasi Perbankan Berbasis Mobile Terhadap User Experience Nasabah Individu Pada PT Bank Central Asia Tbk. *Jurnal Management Dan Kewirausahaan*, 4(4), 87–172.
- Hasnah, F., & Suyanto, A. (2020). Analisis Perbandingan E-Service Quality Di Industri Mobile Banking (Studi Kasus Pada Bank Bca Dan Bank Mandiri). *Jurnal Mitra Manajemen*, 4(7), 1014–1024.
<https://doi.org/10.52160/ejmm.v4i7.419>
- Hayani, N., & Alsukri, S. (2021). Dimensi E-Servqual dan Dampaknya Terhadap E-Satisfaction Layanan Mobile Banking. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(2), 679–686. <https://doi.org/10.29040/jiei.v7i2.2275>
- Inarotul, A., & Putri, S. D. A. (2022). Peran Digitalisasi dan Informasi Terhadap Kinerja Perbankan Syariah dalam Perspektif Society 5.0 Di Perekonomian di Indonesia. *JIB: Jurnal Perbankan Syariah*, 2(1), 1–10.
- Irwanto, & Hariatiningsih, L. R. (2019). Aktivitas Santap dan Minum Generasi Z pada Media Sosial Instagram. *Mediator: Jurnal Komunikasi*, 12(2), 141–154.
<https://doi.org/10.29313/mediator.v12i2.5048>
- Jawas, F. K. E., & Abdullah. (2015). Pengaruh Kualitas Layanan BNI Internet Banking Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Nasabah Pengguna BNI Internet Banking di Kota Bandung) Tahun 2015 The Influence Of Service Quality of BNI Internet Banking on Customer Satisfaction (Study on The Custo). *E-Proceeding of Management*, 2(2), 1095–1102.
- Jaya, I. M. L. M. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif: Teori, Penerapan, dan Riset Nyata*. Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia.
- Julianinda, F. D., Az-Zahra, H. M., & Wijoyo, S. H. (2019). Evaluasi Perbandingan Ranking Antara Proposed Value dan Perceived Value Terhadap E-ticketing Berdasarkan Model UXHoneycomb. *Jurnal*

- Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, 3(8), 7626–7634.
- Kesehatan, P. S. M. I. (2017). *Uji Kruskal Wallis*. Universitas Esa Unggul.
- Kholid, F. I., & Soemarso, E. D. (2018). Analisis Pengaruh Keamanan, Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Nasabah dan Kebermanfaatan Terhadap Minat Menggunakan E-Banking Pada PT Bank BNI Syariah KCP Magelang. *Jurnal Sains Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 8(2), 49–57.
- Khrishananto, R., & Adriansyah, M. A. (2021). Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram dan Konformitas Terhadap Perilaku Konsumtif di Kalangan Generasi Z. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 9(2), 323–336. <https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v9i2.5973>
- Kim, J., Jin, B., & Swinney, J. L. (2009). The role of etail quality, e-satisfaction and e-trust in online loyalty development process. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 16(4), 239–247. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2008.11.019>
- Komala, M., Anggreani, M., Saraswati, H., & Hidayat, W. (2023). Pengaruh Kualitas dalam Fitur Produk di Bank Syariah Indonesia (BSI) Terhadap Kepuasan Mahasiswa UIN SMH Banten. *Jurnal AKuntan Publik*, 1(2), 190–209. <https://doi.org/10.59581/jap-widyakarya.v1i2.422>
- Kotler, P., & Keller. (2008). *Manajemen Pemasaran* (Ketigabelas). Jakarta: Erlangga.
- Kurnia, R. A., & Tandijaya, T. N. B. (2023). Pengaruh Perceived Ease Of Use, Perceived Usefulness, Security dan Trust Terhadap Intention To Use Aplikasi Jago. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 17(1), 64–72.
- Laksana, F. (2008). *Praktis, Manajemen Pemasaran Pendekatan*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Laksono, G. P. B. (2022). *Analisis Perbandingan Kepuasan Pelanggan Berdasarkan User Experience Pada Pengguna Mobile Banking*. Skripsi, Institut Pertanian Bogor.
- Lovelock, C., & Wright, L. K. (2007). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Indonesia: PT Indeks.
- Lupiyoadi, R., & Ikhsan, R. B. (2015). *Praktikum Metode Riset Bisnis*. Jakarta:

Salemba Empat.

- Luthfiatussa'diyah, D., Kosim, A. M., & Abridadevi. (2023). Strategi Optimalisasi Digitalisasi Produk Perbankan pada Bank Syariah Indonesia. *Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 4(3), 783–802. <https://doi.org/1047467/elmal.v4i3.2073>
- Malau, R. A., Triwidiastuti, S. E., & Pardede, T. (2007). *Metode Statistika NonParametrik*. Jakarta: Universitas Terbuka.
- Marginingsih, R. (2020). Kualitas Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BRI (Studi Pada Pengguna BRI Mobile di Kota Depok). *Moneter: Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 7(1), 24–31.
- Maulana, N., & Nasution, M. S. (2021). Analisis Komparatif Tingkat Kepuasan Mahasiswa Terhadap Kualitas Pelayanan Bsi Perbankan Langsung Dan Mobile Banking Pada Mahasiswa Iain Lhokseumawe Angkatan 2017. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan FAIR VALUE*, 03(02), 457–469.
- Mehta, C. R., & Patel, N. R. (2010). *IBM SPSS Exact Tests*. Cambridge: Cytel Software Corporation and Harvard School of Public Health.
- Meilina, P. (2011). *Modul Mata Kuliah Statistik 1*. Fakultas Teknik Universitas Muhammadiyah Jakarta.
- Mukhtisar, Tarigan, I. R. R., & Evriyenni. (2021). Pengaruh Efisiensi, Keamanan, dan Kemudahan Terhadap Minat Nasabah Bertransaksi Menggunakan Mobile Banking (Studi Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Ulee Kareng Banda Aceh). *JIHBIZ: Global Journal of Islamic Banking and Finance*, 3(1), 56–72.
- Mundir, A., & Hayati, L. N. (2021). Pengaruh Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah di BRI Syari'ah KCP Malang Pandaan Kabupaten Pasuruan. *Malia: Jurnal Ekonomi Islam*, 12(2), 243–256.
- Mutmainah, L., & Munandar, A. (2021). *Praktikum Statistika*. Yogyakarta: SUKA-Press.
- Nalim. (2015). Analisis Komparatif dan Eksploratif Terhadap Kualitas Pelayanan Bank Syariah dan Bank Konvensional di Kota Pekalongan. *Jurnal Hukum Islam*, 13(2), 108–118. <https://doi.org/10.28918/jhi.v13i2.490>

- Nochai, R., & Nochai, T. (2013). The Impact of Internet Banking Service on Customer Satisfaction in Thailand: A Case Study in Bangkok. *International Journal of Humanities and Management (IJHMS)*, 1(1), 101–105.
- Novitasari, K. M. (2020). *Analisis Perbandingan Penerimaan Nasabah Dalam Menggunakan Mobile Banking Bank Syariah dan Bank Konvensional Analisis Perbandingan Penerimaan Nasabah Dalam Menggunakan Mobile Banking Bank Syariah dan Bank Konvensional*. Skripsi, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Nugraha, D., Anderin, R. M., Erfani, T., Fithriya, T., & Muthohharoh, M. (2023). Analisis Peran Dual Banking System dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(01), 1315–1321.
- Nur'aini, Susanti, S., & Mintarsih, M. (2021). Pengaruh Fitur, Kualitas Produk dan Bagi Hasil terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Mudharabah di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Rancaekek. *Indonesian Journal of Economics and Management*, 2(1), 1–15.
<https://doi.org/https://doi.org/10.35313/ijem.v2i1.3586>
- Nurrahmah, A., Rismaningsih, F., Ul'fah, H., Pratiwi, L., Wahyudin, Rukyati, A., Yati, F., Lusiani, Riaddin, D., & Setiawan, J. (2021). *Pengantar Statistika 1*. Bandung: CV Media Sains Indonesia.
- Othman, A., & Owen, L. (2001). Adopting and Measuring Customer Service Quality (SQ) in Islamic Banks: A Case Study In Kuwait Finance House. *Islamic Perspectives on Wealth Creation*, 3(1), 69–83.
<https://doi.org/10.3366/edinburgh/9780748621002.003.0005>
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Malhotra, A. (2005). E-S-QUAL: A Multiple-Item Scale for Assessing Electronic Service Quality. *Journal of Service Research*, 7(3), 213–233. <https://doi.org/10.1177/1094670504271156>
- Parera, N. O., & Susanti, E. (2021). Loyalitas Nasabah Dari Kemudahan Penggunaan Mobile Banking. *International Journal of Digital Entrepreneurship and Business*, 2(1), 42–52.
<https://doi.org/10.52238/ideb.v2i1.37>
- Pranatha, E. Y. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan dan Fitur Produk BSI Mobile

- Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia di Kabupaten Sleman. In *Dspace.Uii.Ac.Id*. Skripsi, Universitas Islam Indonesia.
- Prisanti, M. Della, Suyadi, I., & Arifin, Z. (2017). Pengaruh E-Service Quality dan E-Trust Terhadap E-Customer Satisfaction Serta Implikasinya Terhadap E-customer Loyalty (Studi pada Nasabah PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Pembantu Lawang). *Journal of Business Studies*, 2(1), 19–38.
- Priyatno, D. (2016). *Belajar Alat Analisis Data dan Cara Pengolahannya Dengan SPSS*. Yogyakarta: Gava Media.
- Rachmawati, D. (2019). Welcoming Gen Z in Job World (Selamat Datang Generasi Z di Dunia Kerja). *Proceeding Indonesia Career Center Network*, IV, 21–24.
- Rahmawati, I., Sa'adah, L., & Ningrum, E. F. (2022). Analisis Pengaruh Penggunaan E-Banking Dan Fitur Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Rakyat Indonesia Di Kecamatan Jombang. *JPEK (Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Kewirausahaan)*, 6(2), 406–419. <https://doi.org/10.29408/jpek.v6i2.6976>
- Ramos, F. L., Ferreira, J. B., Freitas, A. S., & Rodrigues, J. W. (2018). The Effect of Trust in the Intention to Use M-Banking. *Brazilian Business Review*, 5(2). <https://doi.org/https://doi.org/10.15728/bbr.2018.15.2.5>
- Ranjbarian, B., Fathi, S., & Rezaei, Z. (2012). Factors Influencing on Customers' E-Satisfaction: A case Study from Iran. *Interdisciplinary Journal Of Contemporary Research In Business*, 3(9), 1496–1511.
- Ranjbarian, B., Sanayei, A., Kaboli, M. R., & Hadadian, A. (2012). An Analysis of Brand Image, Perceived Quality, Customer Satisfaction and Re-purchase Intention in Iranian Department Stores. *International Journal of Business and Management*, 7(6), 40–48. <https://doi.org/10.5539/ijbm.v7n6p40>
- RI, K. A. (2010). *Al-Qur'an dan Tafsirnya* (Jilid 1). Lembaga Percetakan Al-Qur'an Kementerian Agama.
- Riza, A. F., & Hafizi, R. (2019). Customers attitude toward Islamic mobile banking in Indonesia: Implementation of TAM. *Asian Journal of Islamic*

- Management (AJIM)*, 1(2), 75–84.
<https://doi.org/10.20885/ajim.vol1.iss2.art1>
- Rohaeni, H., & Marwa, N. (2018). Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Heni. *Jurnal Ecodemica*, 2(2), 312–318.
- Rukmanasari, I. (2021). *Perbandingan Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah Pada Bank BNI Cabang Makassar Dengan Bank BSI Cabang Makassar Veteran*. Skripsi, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.
- Saleh, M. A., Quazi, A., Keating, B., & Gaur, S. S. (2017). Quality and image of banking services: a comparative study of conventional and Islamic banks. *International Journal of Bank Marketing*, 35(6), 878–902.
<https://doi.org/10.1108/IJBM-08-2016-0111>
- Samsul, S., Fikriyah, D., & Umar, H. (2022). Mobile Banking Service Quality on Customer Satisfaction Between Bank Muamalat and Bank Syariah Indonesia. *Adpebi International Journal of Multidisciplinary Scinces*, 1(1), 244–249.
- Sari, A. K. (2016). *Pengaruh Inovasi, Kesesuaian, Keunggulan Relatif dan Persepsi Kegunaan Terhadap Adopsi Internet Banking Bagi Nasabah Bank Mandiri di Surabaya*. Skripsi, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas.
- Sekaran, U. (2006). *Research Methods For Business: Metodologi Penelitian Untuk Bisnis* (Edisi 4). Jakarta: Salemba Empat.
- Sihotang, F. P., Pibriana, D., & Mardiani. (2020). Perbandingan Kualitas Layanan Dua Aplikasi Transportasi Online Menggunakan Metode Servqual. *Jurnal Teknik Informatika Dan Sistem Informasi*, 6(2), 147–162.
<https://doi.org/10.35957/jatisi.v6i2.190>
- Silalahi, U. (2006). *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: Unpar Press.
- Subagio, H., & Saputra, R. (2012). Pengaruh Perceived Service Quality, Perceived Value, Satisfaction dan Image Terhadap Customer Loyalty (Studi Kasus Garuda Indonesia). *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 7(1), 42–52.
<https://doi.org/10.9744/pemasaran.7.5.42-52>
- Suci, R. (2022). *Analisis Perbandingan Tingkat Kepuasan dan Kualitas Layanan BSI Mobile Banking Dengan Action Mobile Banking Bank Aceh (Studi Pada Dosen UIN Ar-Raniry)*. Skripsi, UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

- Sulaiman, W. (2005). *Statistik Non-Parametrik Contoh Kasus dan Pemecahannya dengan SPSS*. Yogyakarta: ANDI.
- Sulislowati, F. (2022). *Pengujian Statistika Dengan SPSS*. Magelang: Pustaka Rumah Cinta.
- Sumarwan, U., Jauzi, A., Mulyana, A., Karno, B. N., Mawardi, P. K., & Nugroho, W. (2011). *Riset Pemasaran dan Konsumen Panduan Riset dan Kajian: Kepuasan, Perilaku Pembelian, Gaya Hidup, Loyalitas, dan Persepsi Risiko*. Bogor: IPB Press.
- Supriyanto. (2009). *Metodologi Riset Bisnis*. Jakarta Barat: PT Indeks.
- Suryono, A. (2019). *Teori & Strategi Perubahan Sosial*. Jakarta Timur: PT Bumi Aksara.
- Suwondo, A., Sarana, & Marjan, F. I. (2017). Analisis Pengaruh E-Kepuasan Pelanggan Terhadap E-Loyalitas Pelanggan KAI Access Berdasarkan E-Servqual Pada PT Kereta Api Indonesia (Persero) Daop Iv Semarang. *Prosiding Sentrinov*, 3, 338–360.
- Tajuddin, & Hardiyanti, N. (2018). No Title. *Journal Of Institution And Sharia Finance*, 1(1), 59–108.
- Tambunan, R. T., & Nasution, M. I. P. (2023). Tantangan dan Strategi Perbankan Dalam Menghadapi Perkembangan Transformasi Digitalisasi Di Era 4.0. *Sci-Tech Journal*, 2(2), 148–156. <https://doi.org/10.56709/stj.v2i2.75>
- Taniredja, T., & Mustafidah, H. (2012). *Penelitian Kuantitatif (Sebuah Pengantar)*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. (1997). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2007). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2011). *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Bayumedia.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). *Service, Quality dan Satisfaction* (4th ed.). Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Trisnawati, O. M., & Fahmi, S. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik (E-Servqual) Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna Mobile Banking (Studi Pada Pengguna Mobile Banking Bank Sinarmas Cabang Malang). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 4(2), 174–184.

<https://doi.org/10.31843/jmbi.v4i2.116>

- Umam, N. (2018). *Analisis Perbandingan Kualitas Layanan BRI Mobile dan BSM Mobile Banking (Studi Pada Mahasiswa FEBI dan Fakultas Tarbiyah dan keguruan UIN Raden Intan Lampung Angkatan 2014)*. Skripsi, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
- Usmadi. (2020). Pengujian Persyaratan Analisis (Uji Homogenitas Dan Uji Normalitas). *Inovasi Pendidikan*, 7(1), 50–62.
<https://doi.org/10.31869/ip.v7i1.2281>
- Wang, Y., Tang, T.-I., & Tang, J. E. (2001). An Instrument For Measuring Customer Satisfaction Toward Web Sites That Market Digital Products and Services. *Journal of Electronic Commerce Research*, 2(3), 89–102.
- Widana, I. W., & Muliani, P. L. (2020). Uji Persyaratan Analisis. In *Analisis Standar Pelayanan Minimal Pada Instalasi Rawat Jalan di RSUD Kota Semarang*. Lumajang: Klik Media.
- Wiyono, G. (2011). *Merancang Penelitian Bisnis dengan Alat Analisis SPSS 17.0 & SmartPLS 2.0* (Edisi Pert). Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Wulandari, N. P., & Moeliono, N. N. K. (2017). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR PENGGUNAAN LAYANAN MOBILE BANKING DI BANDUNG. *Bisnis Dan Iptek*, 10(2), 139–149.
- Zahid, N., Mujtaba, A., & Riaz, A. (2010). Consumer Acceptance of Online Banking. *European Journal of Economics, Finance and Administrative Sciences*, 27.
- Zefanya, C. C. (2020). Studi Komparatif Kepuasan Konsumen Dalam Penggunaan ovo dan Gopay Studi Kasus Pada Masyarakat di Kota Bandung. *E-Proceeding of Management*, 7(2020), 6949–6953.
- Zeithaml, V. A. (2000). Service Quality, Profitability, and the Economic Worth of Customers: What We Know and What We Need to Learn. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 28(1), 67–85.
- Zeithaml, V. A., Berry, L. L., & Parasuraman, A. (1993). The nature and determinants of customer expectations of services.pdf. *Contributions to Management Science*, 17(2), 1–12.

<http://dx.doi.org/10.1016/j.jretconser.2009.10.003>

Zeithaml, V. A., Parasuraman, A., & Malhotra, A. (2002). Service quality delivery through web sites: A critical review of extant knowledge. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 30(4), 362–375. <https://doi.org/10.1177/009207002236911>

Zuliestiana, D. A., & Setiawan, A. N. (2022). Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Customer Satisfaction dan Dampaknya Terhadap E-Customer Loyalty Pada Pengguna Aplikasi BCA Mobile. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 6(2), 934–953.

Zulkifly, Z. A., Brasit, N., Alhaqqi, M. S., & Adelia, S. (2022). Analisis Peningkatan Kualitas Layanan Mobile Banking Dengan Pendekatan Metode E-Servqual. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Informatika*, 19(I), 61–79. <https://doi.org/10.26487/jbmi.v19i1.21337>

