

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **A. Landasan Teori**

##### **1. Kepuasan Konsumen**

###### a. Pengertian kepuasan konsumen

Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller yang dikutip dari buku Manajemen Pemasaran mengatakan bahwa Kepuasan Pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan (2007: 177). Menurut Tjiptono (2000), bahwa kepuasan pelanggan adalah respon efektif terhadap pengalaman melakukan konsumsi yang spesifik atau evaluasi kesesuaian atau ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk setelah pemakaian. Kepuasan pelanggan dapat menjadi dasar menuju terwujudnya pelanggan yang loyal atau setia. Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang dia terima dan harapannya (Umar, 2005: 65). Seorang pelanggan, jika merasa puas dengan nilai yang diberikan oleh produk atau jasa,

sangat besar kemungkinannya menjadi pelanggan dalam waktu yang lama..

#### b. Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan

Menurut Irawan (2007) terdapat lima komponen yang dapat mendorong kepuasan pelanggan, diantaranya adalah:

##### a) Kualitas produk

Kualitas produk mencakup enam elemen, yaitu *performance*, *durability*, *feature*, *reliability*, *consistency*, dan *design*. Setelah membeli dan menggunakan suatu produk, pembeli akan merasa puas bila ternyata kualitas produknya baik atau berkualitas.

##### b) Kualitas Layanan

Salah satu konsep *service quality* adalah ServQual sangat tergantung dari tiga faktor, yaitu sistem, teknologi, dan manusia. Berdasarkan konsep ServQual, komponen ini mempunyai lima dimensi, yaitu: *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, dan *tangible*. salah satu kualitas layanan yang ditawarkan dalam bidang perbankan yaitu *Internet banking* dan *Mobile Banking*.

1. Internet banking adalah sebuah layanan untuk melakukan transaksi perbankan melalui jaringan internet. Internet Banking Merupakan suatu kegiatan perbankan yang memanfaatkan teknologi internet sebagai media untuk melakukan transaksi dan mendapatkan informasi lainnya melalui *website* milik bank. Kegiatan ini menggunakan jaringan internet sebagai perantara atau penghubung antara nasabah dengan bank tanpa harus mendatangi kantor bank. Nasabah dapat menggunakan komputer, laptop, tablet, *smartphone* yang terhubung ke jaringan internet sebagai penghubung antara nasabah dengan sistem bank<sup>5</sup>. Untuk menggunakan internet banking, nasabah harus mempunyai *user id*, *password*, dan jaringan internet. *User id*, *password*, dan token bisa didapatkan dengan mendaftarkan ke bank. Saat menggunakan internet banking nasabah harus memastikan website yang diakses adalah website internet banking milik bank.<sup>6</sup>

- Manfaat internet banking

---

<sup>5</sup><https://sikapiuangmu.ojk.go.id/FrontEnd/CMS/Download/2> (Diakses pada Minggu 17 November 2019, pukul 09.52 Wib)

<sup>6</sup>Shinhan Bank, “*Pengertian Internet banking*” (<https://www.shinhan.co.id/article-listings/read/pengertian-internet-banking>, Diakses pada 07 Oktober 2019)

- 1) Melakukan transaksi non financial, seperti informasi saldo dan mutasi rekening, dan transaksi financial seperti transfer antar rekening, transfer online antar bank, kliring, dan RTGS.
- 2) Melakukan proses tagihan bulanan nasabah, seperti pembayaran listrik dan telepon.
- 3) Melakukan transaksi pembelian

- Indikator Internet Banking

- 1) Kemudahan
  - 2) Kepercayaan
  - 3) Risiko
  - 4) Minat penggunaan
2. Mobile banking adalah suatu layanan yang memungkinkan nasabah bank melakukan transaksi perbankan melalui ponsel atau *Smartphone*. Layanan mobile banking bisa digunakan dengan menggunakan, USSD, atau menu yang sudah tersedia pada SIM card, atau melalui aplikasi yang dapat diunduh dan diinstal oleh nasabah. <sup>7</sup>Mobile banking adalah suatu inovasi yang dibuat dalam bentuk tiga teknologi yaitu SMS (*Short Messaging System*),

---

<sup>7</sup><https://sikapiuangmu.ojk.go.id/FrontEnd/CMS/Download/2> (Diakses pada Minggu 17 November 2019, pukul 09.52 Wib)

*browsers*, dan aplikasi untuk *Software* pada telpon genggam nasabah. Mobile banking bisa membantu memudahkan nasabah dalam, melihat informasi saldo melakukan transaksi pembayaran, maupun transfer antar rekening dan bank. Mobile banking adalah penawaran dan kesempatan yang baik untuk bank baik itu menurunkan biaya, menambah nasabah untuk menabung, dan jasa transaksi yang mudah<sup>8</sup>. Dari sisi keamanan mobile banking bisa mengurangi resiko penipuan karena nasabah akan mendapatkan sms ketika terdapat aktivitas pada rekening nasabah baik setoran, penarikan uang, atau transfer antar rekening.

Bank juga merasa diuntungkan dengan layanan mobile banking karena dapat mengurangi biaya dari telebanking dan lebih ekonomis, selain itu juga fasilitas tambahan ini bisa mempermudah konsumen melakukan transaksi, sehingga bank dapat meningkatkan kepuasan nasabah mereka. Selain itu bank juga dapat dapat menjangkau semua nasabah dan merasa lebih dekat mereka dengan mobile banking. Produk bank dapat juga dipromosikan dengan mudah melalui iklan layanan mobile banking

---

<sup>8</sup>Andika Febrianta, “*Pengaruh Kualitas layanan mobile banking terhadap kepuasan nasabah bank BCA di kota Bandung*”, e-Proceeding of management Vol.3 No. 3, 2016, hal 3.

seperti, pinjaman kartu kredit dan lainnya pada kelompok nasabah tertentu. Selain promosi produk, berbagai layanan bank bisa diakses melalui mobile banking meliputi informasi, histori transaksi pembayaran rekening, , fasilitas pengiriman uang informasi jumlah tabungan, dan lain sebagainya bisa diakses melalui handphone nasabah.<sup>9</sup>

#### a. Keuntungan dan Kekurangan Mobile Banking

Berhubung kemiripan layanannya dengan *Internet Banking*, manfaat dan keuntungan yang dapat diperoleh hampir sama. Dengan adanya Mobile banking, nasabah mendapatkan kemudahan dalam melakukan transaksi perbankan secara bebas tanpa batas ruang dan waktu. Layanan yang luas dan cakupan yang global juga membuat Mobile Banking lebih ekonomis dibandingkan transaksi secara konvensional (kunjungi bank langsung), namun perbedaan dari penggunaan Mobile banking terletak pada kemudahan mengaksesnya. Mobile Banking juga memiliki sistem perindungan untuk menjaga keamanan transaksi nasabah. Untuk setiap transaksi yang dilakukan oleh

---

<sup>9</sup>Cermati.com. “*Mengenal mobile banking apa keunggulan dan kekurangannya*”. (<https://www-cermati-com.cdn.ampproject.org>, Diakses 07 oktober 2019)

nasabah maka SMS akan dikirimkan oleh bank untuk konfirmasi aktivitas perubahan pada rekening nasabah, baik setoran atau transfer data.

Kekurangan dari penggunaan Mobile Banking terletak pada tingginya jumlah Hacker dan virus yang beredar. Sering kali penipuan dengan penerimaan SMS palsu dari *hacker* yang menyamar sebagai institusi keuangan. Kemudian hacker tersebut akan menciptakan skenario palsu meminta detail rekening bank nasabah. Kemudian hacker tersebut akan menggunakan virus untuk mencuri data akun mobile banking.

c) Faktor Emosional

Kepuasan konsumen yang diperoleh pada saat menggunakan suatu produk yang berhubungan dengan gaya hidup. Kepuasan pelanggan didasari atas rasa bangga, rasa percaya diri, simbol sukses, dan sebagainya.

d) Harga

Komponen harga sangat penting karena dinilai mampu memberikan kepuasan yang relatif besar dalam industri ritel. Harga yang murah akan memberikan kepuasan bagi pelanggan yang sensitif terhadap harga karena mereka akan mendapatkan *value for money* yang tinggi.

f) Kemudahan

Komponen ini berhubungan dengan biaya untuk memperoleh produk atau jasa. Pelanggan akan semakin puas apabila relatif mudah, nyaman, dan efisien dalam mendapatkan produk atau layanan.<sup>10</sup>

c. Pengukur kepuasan pelanggan

Menurut Philip Kotler ada beberapa kriteria untuk mengukur kepuasan pelanggan, yaitu:

- Kesetiaan

Kesetiaan seseorang terhadap suatu layanan adalah refleksi dari hasil pelayanan yang memuaskan. Ukuran kepuasan dapat diukur kesetiannya untuk selalu menggunakan produk/jasa tersebut.

- Keluhan (*komplain*)

Keluhan merupakan suatu keadaan dimana seseorang pelanggan merasa tidak puas dengan keadaan yang diterima dari hasil sebuah produk atau jasa tertentu sehingga dapat menimbulkan larinya pelanggan ketempat lain apabila keluhan ini tidak ditangani dengan segera.

---

<sup>10</sup> Muhammad Arif. “Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Intenet Banking terhadap kepuasan nasabah pada Bank BRI Pandanaran Semarang”(Semarang: UNNES, 2015), 9

#### - Partisipasi

Pada dasarnya dapat diukur dari kesadarannya dalam memikul kewajiban menjalankan haknya sebagai pelanggan yang dimiliki dengan rasa tanggung jawab. Ada beberapa metode lain yang dapat dipergunakan perusahaan dalam mengukur atau memantau kepuasan pelanggannya. Kotler mengemukakan empat metode untuk mengukur kepuasan pelanggan.<sup>11</sup>

#### - Sistem Keluhan Dan Saran

Setiap perusahaan yang berorientasi pada pelanggan (*customer oriented*) perlu memberikan kesempatan seluas-luasnya bagi pelanggannya untuk menyampaikan saran, pendapat, dan keluhan mereka. Media yang biasa digunakan meliputi kotak saran yang diletakkan di tempat strategi – strategy, menyediakan kartu komentar (yang bisa diisi langsung atau dikirim langsung ke perusahaan), menyediakan saluran telepon khusus (*customer hotline*), dan lain-lain.<sup>37</sup> Informasi yang diperoleh melalui metode ini dapat memberikan respon secara cepat dan tanggap terhadap setiap masalah yang timbul. Meskipun demikian, karena metode ini cenderung bersifat pasif,

---

<sup>11</sup> Harbeqis Suraone. “Pengaruh Kualitas Layanan Internet Banking terhadap kepuasan nasabah Bank BNI Syariah Kantor Cabang Yogyakarta” (Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga, 2018), 34

maka sulit mendapatkan gambaran lengkap mengenai kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan.

d. Survey Kepuasan Pelanggan

Melalui survei perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik secara langsung dari pelanggan dan sekaligus memberikan tanda (signal) positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap para pelanggannya. Pengukuran kepuasan pelanggan melalui metode ini dapat dilakukan dengan berbagai cara, diantaranya:

- *Directly Reported Satisfaction*, yaitu pengukuran dilakukan secara langsung melalui pertanyaan yang menghasilkan skala berikut: sangat tidak puas, tidak puas, netral, puas, sangat puas. *Derived Dissatisfaction*, yaitu pertanyaan yang diajukan menyangkut dua hal utama, yakni besarnya harapan pelanggan terhadap atribut tertentu dan besarnya kinerja yang mereka rasakan.
- *Problem Analysis*, yaitu pelanggan yang dijadikan responden diminta untuk mengungkapkan dua hal pokok. Pertama, masalah- masalah yang mereka hadapi berkaitan dengan penawaran dari perusahaan. Kedua, saran-saran untuk melakukan perbaikan.

- *Importence-performance Analysis*, yaitu dalam teknik ini, responden diminta untuk merengking seberapa baik kinerja perusahaan dalam masing-masing elemen/atribut tersebut.
- *Ghost Shopping*, Metode ini dilaksanakan dengan cara mempekerjakan beberapa orang (*ghost shopper*) untuk berperan atau bersikap sebagai pelanggan potensial produk perusahaan, selain itu *ghost shopper* juga dapat mengamati atau menilai cara perusahaan menjawab pertanyaan pelanggan dan menangani setiap keluhan.
- *Lost Customer Analysis*, Metode ini sedikit unik. Perusahaan berusaha menghubungi para pelanggannya yang telah berhenti mengkonsumsi, yang diharapkan adalah akan diperolehnya informasi penyebab terjadinya hal tersebut. Informasi ini sangat bermanfaat bagi perusahaan untuk mengambil kebijakan selanjutnya dalam rangka meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.<sup>12</sup>

e. Indikator-indikator kepuasan nasabah

1) Puas terhadap layanan

---

<sup>12</sup>Siti Nurhalimah: "Pengaruh Internet Banking dan Kualitas Layanan terhadap loyalitas nasabah dengan tingkat kepuasan sebagai variabel intervening"(Salatiga: IAIN Salatiga, 2018), 21

- 2) Kepuasan Fasilitas
- 3) Kesesuaian harapan
- 4) Kesiediaan merekomendasikan.<sup>13</sup>

**Tabel 2.1**

**Ringkasan Penelitian Terdahulu**

No	Nama	Judul	Hasil	Persamaan	Perbedaan
1	Syamsul Rizal, Munawir (2017)	Pengaruh kepuasan nasabah terhadap menggunakan Mobile Banking pada Bank BCA Cabang banda aceh	Dengan pengujian uji f maupun denan uji t maka dapat disimpulkan bahwa semua variabel bebas dalam penelitian ini berpengaruh signifikan baik secara parsial maupun secara simultan terhadap kepuasan nasabah menggunakan M-banking pada Bank Bca Cabang Banda aceh	Persamaan penelitian tersebut dengan penulis penggunaan alat ukur denan regresi linier berganda	Perbedaan penelitian tersebut dengan penulis penggunaan metode sampel pada penelitian tersebut menggunakan Convinience Sampling sedangkan penulis menggunakan Purposive Sampling
2	Andika Febrianata, Dra. indrawati M.M., Ph.D	Pengaruh kualitas layanan layanan mobile banking terhadap kepuasan nasabah Bank BCA dikota Bandung	Secara simultan kualitas layanan Mobile banking BCA berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank BCA di kota Bandung dengan total kontribusi 93,1%, sedangkan tiga faktor yang paling dominan memberikan kontribusi terhadap	Persamaan penelitian tersebut dengan penulis terdapat variabel Y yaitu kepuasan nasabah	Perbedaan penelitian tersebut dengan penulis yaitu pada penelitian tersebut menggunakan metode sampel dengan menggunakan metode bernoulli sedangkan

<sup>13</sup>Aditya Wardhana, “ *Pengaruh kualitas layanan Mobile Banking terhadap kepuasan nasabah di Indonesia*”, DeReMa Jurnal Manajemen Vol. 10 No. 2. 2015, hal. 278

			kepuasan nasabah adalah <i>Easiness to operate, efficiency, convenience</i> dan terakhir dari <i>assurance and security</i> dengan pengaruh yang signifikan pula		penulis menggunakan purposive sampling
3	Aditya Wardhana (2015)	Pengaruh kualitas layanan Mobile banking terhadap kepuasan nasabah diindonesia	Pengaruh kualitas layanan M-banking terhadap kepuasan nasabah diindonesia adalah 59,29% dan sisanya sebesar 40,71% dipengaruhi oleh variabel lain diluar variabel penelitian	Persamaan penelitian tersebut dengan penulis terdapat variabel Y yaitu kepuasan nasabah	Perbedaan penelitian tersebut dengan penulis pada penelitian tersebut meneliti pada delapan bank besar diindonesia sedangkan penulis hanya berfokus pada satu bank yaitu Bank SumselBabel Syariah
4	Dedi Hartawan (2017)	Pengaruh internet banking terhadap kepuasan nasabah (studi kasus pada nasabah Bank BRIS cabang Palembang)	Regresi linier sederhana mengenai pengaruh internet banking terhadap kepuasan nasabah, bahwa berdasarkan uji $f$ , variabel independen mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel dependen	Persamaan penelitian tersebut dengan penulis adalah penggunaan metode Purposive sampling sebagai metode pengambilan sampel	Perbedaan penelitian tersebut dengan penulis pada penelitian tersebut menggunakan analisis regresi sederhana sedangkan penulis menggunakan analisis regresi berganda
5	Aldian Julian Satria (2016)	Pengaruh kualitas layanan internet banking dan nilai nasabah terhadap kepuasan nasabah (studi	Kualitas layanan internet banking berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah di BCA KCP juanda sidoarjo, semakin baik kualitas layanan internet banking yang	Persamaan penelitian tersebut dengan penulis yaitu sama-sama menggunakan metode purposive	Perbedaan pada penelitian tersebut dengan penulis pada penelitian tersebut menggunakan variabel $X^2$ (Nilai Nasabah)

		pada PT. Bank Central Asia Tbk Kcp Juanda Sidoarjo)	dirasakan nasabah maka semakin besar pula kepuasan nasabah BCA KCP Juanda Sidoarjo	sampling dalam pengambilan sampel	sedangkan penulis menggunakan variabel X2 (mobile banking)
6	Sri Nawangsari, Retno Widiastuti (2018)	Analisis pengaruh kualitas layanan, kepercayaan, dan layanan mobile banking terhadap kepuasan nasabah Bank (Studi kasus pada PT Bank DKI-DEPOK)	Layanan mobile banking berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah, hal ini telah dibuktikan dengan kecepatan dalam mengakses mobile banking dan keakuratan serta ketepatan dalam transaksi sehingga menjadi lebih efisien dan efektif. Variabel paling berpengaruh terhadap kepuasan adalah mobile banking.	Persamaan penelitian tersebut dengan penulis variabel penelitian menggunakan dimensi Tangiable, reliability, responsiveness, assurance dan empathy.	Perbedaan penelitian tersebut dengan penulis pada penelitian tersebut menggunakan simple random sampling, sedangkan penulis menggunakan purposive sampling
7	Dewi rosa indah (2016)	Pengaruh E-banking dan Kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank BNI'46 cabang Langsa	kualitas pelayanan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah e-banking disurabaya. Penelitian ini menunjukkan kondisi yang tidak signifikan yang berarti semakin tinggi kualitas pelayanan bukan berarti tidak berhubungan tetapi tidak selalu meningkatkan kepuasan nasabah. Kondisi ini menjelaskan bahwa untuk menciptakan kepuasan nasabah belum tentu dicapai dengan kualitas pelayanan yang baik saja	Persamaan penelitian tersebut dan penulis sama-sama menggunakan data primer dan sekunder sebagai sumber datanya	Perbedaan penelitian tersebut dengan penulis pada penelitian tersebut meneliti seluruh E-banking sedangkan penulis hanya berfokus pada Internet banking dan Mobile banking

8	Heri setiawan (2016)	Pengaruh kualitas layanan, persepsi nilai dan kepercayaan terhadap kepuasan dan loyalitas pengguna layanan mobile banking	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan, persepsi nilai, kepercayaan, kepuasan pelanggan memiliki efek yang kuat dan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan bank. Saat ini penting bagi bank untuk memahami faktor dan proses pengembangan loyalitas pelanggan, manajemen hubungan pelanggan, bagaimana meningkatkan kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan sebagai dasar keunggulan kompetitif perusahaan. Pelaksanaan program loyalitas pelanggan penting untuk mempertahankan portofolio yang ada karena biaya untuk memperoleh pelanggan baru selalu lebih tinggi	Persamaan penelitian tersebut dengan penulis penggunaan variabel Y yaitu kepuasan	Perbedaan penelitian tersebut dengan penulis pada penelitian tersebut populasinya meliputi tujuh Bank yang ada di kota Palembang sedangkan penulis berfokus pada satu bank
9	Fitri kemala effendi jawas, Abdullah (2015)	Pengaruh kualitas layanan BNI Internet banking terhadap kepuasan nasabah (Studi pada nasabah pengguna BNI internet banking dikota Bandung) tahun 2015	kepuasan nasabah memiliki indikator yaitu ekspektasi dan performa layanan yang dirasakan konsumen terhadap layanan tersebut. Hasil yang didapatkan dari tanggapan responden termasuk ke dalam kategori baik dengan total nilai rata-rata persentase sebesar	Persamaan penelitian tersebut dengan penulis yaitu sama-sama menggunakan metode purposive sampling dalam pengambilan sampel	Perbedaan penelitian tersebut dengan penulis pada penelitian tersebut menggunakan teknik analisis data jalur

			74,11%, kepuasan nasabah dipengaruhi secara simultan atau keseluruhan oleh kualitas layanan dengan pengaruh sebesar 39,2%. Adapun faktor-faktor lain yang tidak diteliti tetapi memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah 60,8%.		
10	Febri nur endah safitri (2018)	Pengaruh kualitas layanan internet banking terhadap kepuasan nasabah pada PT BNI Persero Tbk KC Madiun	kualitas layanan internet banking mempunyai pengaruh terhadap kepuasan naabah pada PT. Bni Tbk Kc Madiun, terbukti dari hasil analisis nya melalui uji regresi linier sederhana, koefisien determinasi, dan uji t.	Persamaan penelitian tersebut dengan penulis menggunakan kepuasan nasabah sebagai variabel Y	Perbedaan penelitian tersebut dengan penulis pada penelitian tersebut menggunakan teknik sampling insidental sedangkan penulis menggunakan teknik purposive sampling

## B. Pengembangan Hipotesis

### 1. Pengaruh *Internet Banking* terhadap kepuasan menjadi nasabah Bank SumselBabel Syariah.

Internet banking adalah sebuah layanan untuk melakukan transaksi perbankan melalui jaringan internet. Internet Banking Merupakan suatu kegiatan perbankan yang memanfaatkan teknologi internet sebagai media untuk melakukan transaksi dan

mendapatkan informasi lainnya melalui *website* milik bank.. Dengan adanya perkembangan teknologi *Internet Banking*, meningkatkan persaingan bisnis perbankan. Untuk mempertahankan nasabahnya dan bagaimana merebut nasabah bank pesaing, bank harus berusaha memenuhi kebutuhan nasabah dengan meningkatkan kepuasan nasabah dengan meningkatkan loyalitas nasabah. Internet banking merupakan faktor penting untuk memuaskan nasabah dan berhubungan dengan loyalitas nasabah. Dari penjelasan diatas maka hipotesis yang dapat diuji:

H<sub>1</sub> : Internet Banking berpengaruh terhadap kepuasan menjadi nasabah pada Bank SumselBabel Syariah.

## **2. Pengaruh *Mobile Banking* terhadap kepuasan menjadi nasabah Bank SumselBabel Syariah.**

Mobile Banking adalah suatu layanan yang memungkinkan nasabah bank melakukan transaksi perbankan melalui *smartphone* atau *ponsel*. Dengan adanya *mobile banking* bisa lebih memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi. *Mobile banking* dapat berpengaruh terhadap kepuasan nasabah karena kemudahan dalam transaksi, kecepatan dalam

mengakses, hemat waktu, yang menyebabkan nasabah lebih menyukai menggunakan E-Banking.

Dari penjelasan diatas maka hipotesis yang dapat diuji:

H<sub>2</sub> : Mobile Banking berpengaruh terhadap kepuasan menjadi nasabah Bank SumselBabel Syariah

**3. Pengaruh *Internet Banking* dan *Mobile banking* terhadap kepuasan menjadi nasabah Bank SumselBabel Syariah.**

Internet banking dan mobile banking dapat berpengaruh terhadap kepuasan nasabah hal ini bisa dilihat dari berbagai indikator yang dapat mempengaruhi kepuasan nasabah terhadap internet banking dan mobile banking.

Dari penjelasan diatas maka hipotesis yang dapat diuji:

H<sub>1</sub> : Internet Banking berpengaruh terhadap kepuasan menjadi nasabah Bank SumselBabel Syariah

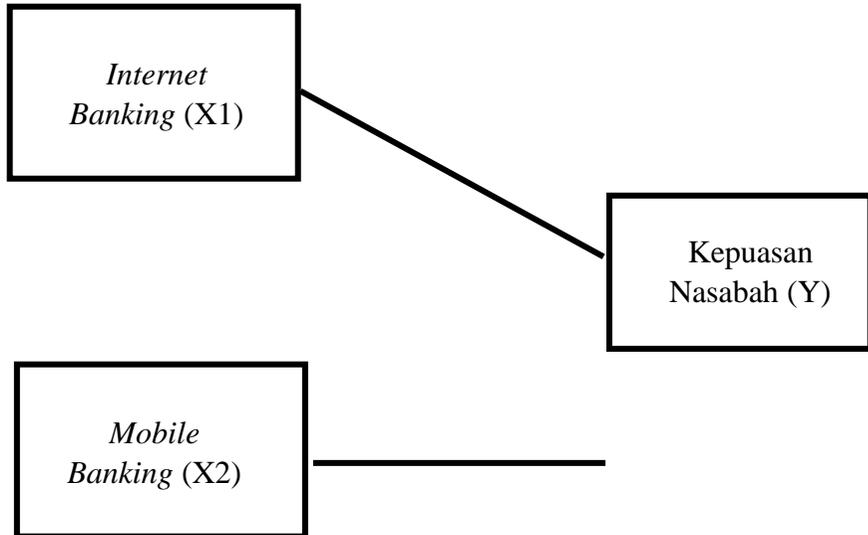
H<sub>2</sub> : Mobile Banking berpengaruh terhadap kepuasan menjadi nasabah Bank SumselBabel Syariah

H<sub>3</sub> : Internet Banking dan Mobile Banking berpengaruh terhadap kepuasan menjadi nasabah Bank SumselBabel Syariah

#### 4. Kerangka Pemikiran

Tabel.2.2

##### Kerangka Pemikiran Penelitian



Dari gambar kerangka pemikiran dari tabel diatas variabel independen mempengaruhi variabel lain, variabel independen dalam penelitian ini adalah Internet Banking (X1), dan Mobile Banking (X2). Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi dari variabel bebas. Dalam penelitian ini variabel dependennya adalah kepuasan nasabah (Y).

