

BAB II LANDASAN TEORI

A. Deskripsi Teori

1. Teori TPB (*Theory of Planned Behaviour*)

TPB merupakan model teori yang terdefinisi dengan baik untuk menggambarkan perilaku penerimaan sistem informasi. Sesuai teori TPB, perilaku penerimaan dari sistem informasi tertentu ditentukan oleh niat perilaku sedangkan niat perilaku dikenali oleh antesedennya termasuk sikap, norma, subjektif, serta kontrol perilaku yang dirasakan¹. *Theory Of Planned Behavior* (TPB) atau teori perilaku terencana merupakan kelanjutan dari *Theory Of Reasoned Action* (TRA) yang sudah pernah diteliti oleh ajzen & fishbein pada 1975 kemudian dikembangkan sampai pada tahun 1980. *Theory Of Reasoned Action* (TRA) memiliki terebatasan ketidakmampuan dalam menangani kontrol perilaku individu. Teori perilaku terencana adalah niat individu untuk melakukan sesuatu yang diberikan oleh tingkah laku.

Menurut Ajzen dalam Asmawiyah *Theory Of Planned Behavior* (TPB) adalah teori yang didasarkan pada asumsi bahwa manusia merupakan makhluk rasional yang menggunakan informasi yang memungkinkan bagi dirinya secara sistematis. Sebelum melakukan suatu tindakan, individu akan memikirkan implikasi atau maksud dari tindakannya sebelum memutuskan untuk melakukan perilaku tersebut atau tidak. Niat merupakan fungsi dari ketiga determinan dasar yaitu: mencerminkan sikap pribadi (*personal nature*), sifat sosial (*social in nature*), dan berhubungan dengan masalah kontrol (*issues of control*)².

2. Teori BSI Mobile

a) Definisi BSI Mobile

Menurut OJK, *mobile banking* yaitu layanan yang memungkinkan nasabah bank melakukan transaksi perbankan dengan menggunakan telepon genggam atau

¹ J T Nugraha et al., *E-Government Dalam Perspektif Pengguna: Konsep, Teori, Dan Perkembangannya*, 1st ed. (Yogyakarta: Stiletto Book, 2023), hlm 31.

² Asmawiyah, *Meningkatkan Kinerja Usaha Dalam Perspektif Kewirausahaan* (Penerbit NEM, 2021), hlm 26.

ponsel. *Mobile banking* dapat digunakan dengan memilih kartu dengan SIM (*Subscriber Identity Module*), USSD (*Unstructured Supplemented Service Data*), atau aplikasi yang dapat diunduh dan diinstal oleh pelanggan³. Teknologi yang digunakan dalam *mobile banking* berbasis *smartphone* dan menyediakan antarmuka fungsional bagi bank untuk berinteraksi dengan nasabah secara praktis, memungkinkan mereka untuk meningkatkan layanan nasabah dan efisiensi operasional. Penggunaan *mobile banking* memudahkan transaksi antar bank yang sebelumnya dilakukan secara manual dengan menghubungi pihak bank. Transaksi ini sekarang dapat dilakukan menggunakan *smartphone*, menghemat waktu dan uang pelanggan. *Mobile banking* adalah alat yang dapat diakses oleh siapa saja dalam melakukan berbagai transaksi keuangan, termasuk setoran, penarikan, pembayaran, dan transfer bank (*transfer*)⁴.

Bank Syariah Indonesia (BSI) menjadikan perbankan serbaguna sebagai pelatihan ekonomi syariah. Dalam rangka memberikan layanan terbaik kepada nasabah dan masyarakat Indonesia pada umumnya, PT Bank Syariah Indonesia (Tbk) senantiasa melakukan inovasi dan digitalisasi produk. BSI *Mobile* merupakan saluran distribusi perbankan yang menggunakan teknologi transmisi data dan *General Package Radio Service* (GPRS) pada *smartphone* untuk mengakses rekening nasabah⁵. BSI *Mobile* akan menjadi aplikasi perbankan lengkap yang memenuhi semua kebutuhan

³ Evan Hamzah Muchtar, Muhammad Nurul Alim, And Nikmatul Nurjannah, "Analisa Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah Pengguna Mobile Banking Bank Syariah Indonesia" 1 (2022): 55–67.

⁴ Fajar Sodik, Alifia Nur Zaida, And Khusnul Zulmiati, "Analisis Minat Penggunaan Pada Fitur Pembelian Mobile Banking BSI: Pendekatan TAM Dan TPB," *Journal Of Business Management And Islamic Banking* 1, No. 1 (2022): 35–53.

⁵ Intan Wulan Dari Bancin And Nurul Jannah, "Analisis Minat Nasabah Pada Penggunaan Aplikasi BSI Mobile Dalam Pembayaran E-Commerce: Studi Kasus Pada Mahasiswa UINSU," *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen (JIKEM)* 2, No. 2 (2022): 1487–99.

sosial, spiritual, dan finansial nasabah⁶. Karena *mobile banking* memberikan informasi kepada nasabah dengan kecepatan tinggi dan dalam berbagai format, aplikasi BSI *Mobile* juga memudahkan nasabah untuk mengakses informasi dari rekening *mobile banking* mereka. Jika dibandingkan dengan layanan pribadi, yang membutuhkan lebih banyak waktu dan tenaga, *mobile banking* mungkin juga menawarkan biaya layanan yang lebih rendah⁷.

Dapat kita simpulkan bahwa aplikasi BSI *Mobile* merupakan sebuah terobosan inovasi dari PT Bank Syariah Indonesia Tbk untuk memudahkan nasabah dalam bertransaksi yang dapat diakses kapan saja dan dimana saja melalui *smartphone*. Manfaat menggunakan BSI *Mobile* bagi nasabah yaitu dapat menerima informasi perbankan dengan cepat, efektif, dan efisien, serta dapat mengurangi waktu tunggu nasabah dalam melakukan transaksi perbankan. Sedangkan bagi bank sendiri, produk teknologi informasi membantu meringankan pekerjaan karyawan khususnya teller dan atau *customer service*.

b) Fitur Layanan BSI Mobile

PT Bank Syariah Indonesia Tbk selalu berusaha memberikan pelayanan terbaik kepada nasabahnya. Salah satu caranya adalah dengan menyediakan pelanggan dengan fitur-fitur modern yang menarik yang memudahkan mereka untuk melakukan bisnis. Aplikasi BSI Serbaguna tidak hanya memberikan highlight terkait perbankan, tetapi juga memberikan highlight dukungan Islami (Juz Amma, Asmaul Husna, dan Pengolah Angka Qurban), elemen berbagi (Zakat, Infaq, Berkah, BAZNAS, Rumah Zakat, Berbagi Qurma (Al-Qur'an Maslahat)), Fitur isi ulang *e-wallet* (seperti *E-Money*, LinkAja, Shopee Pay, dan sebagainya) fitur *e-commerce* (seperti Shopee, Tokopedia, dan lainnya), fitur pembelian

⁶ Muchtar, Alim, And Nurjannah, "Analisa Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah Pengguna Mobile Banking Bank Syariah Indonesia."

⁷ Nur Azizah A And Muhammad Rahmat Hidayat, "Analisis E-Servqual Terhadap Customer Satisfaction Dan Customer Loyalty Pada Aplikasi BSI Mobile" 7, No. Februari (2022): 63–72.

dan cicilan (Portable Voucher, PLN, Paket Informasi, Tiket, Proteksi, dan sebagainya, selanjutnya menjunjung tinggi kerangka QRIS)⁸.

Gambar 2. 1 Fitur BSI Mobile



⁸ A And Hidayat, Analisis E-Servqual Terhadap Customer Satisfaction Dan Customer Loyalty Pada Aplikasi BSI Mobile.

c) **Indikator BSI Mobile**

Menurut Annisa Fitria, dkk⁹ indikator *BSI Mobile* adalah sebagai berikut:

- 1) *Security*, yaitu jaminan kerahasiaan data transaksi serta data nasabah sebagai akibatnya nasabah puas dengan keamanan perangkat *mobile bankingnya*.
- 2) *Speed*, yaitu kemudahan nasabah menyelesaikan transaksi lebih cepat agar dapat meningkatkan kepuasan nasabah terkait kecepatan dan kemudahan transaksi.
- 3) *Trust*, yaitu kepercayaan nasabah terhadap kredibilitas layanan *mobile banking* yang disajikan oleh bank menjadikan nasabah mempercayai layanan *mobile banking* tersebut.
- 4) *Accuracy*, yaitu tingkat akurasi layanan dalam memberikan informasi yang akurat mengenai data transaksi dan data keuangan nasabah.

3. **Kinerja Pelayanan**

a) **Pengertian Kinerja Pelayanan**

Kinerja berasal dari kata *performance* yang berarti hasil usaha (pencapaian usaha). Eksekusi berasal dari kata *execution* yang mengandung arti hasil usaha (*business achievement*). Namun, kinerja sebenarnya tidak hanya mencakup hasil bisnis (pencapaian), tetapi juga eksekusi proses bisnis. Pekerjaan yang terpaut dengan tujuan strategis organisasi, kepuasan pelanggan, dan kontribusi ekonomi adalah yang mengarah pada kinerja¹⁰.

Zaenal Mukarom, Gronroos menegaskan bahwa pelayanan adalah suatu aktivitas atau rangkaian kegiatan yang tidak terlihat yang berasal dari interaksi antara konsumen dan pegawai atau layanan lainnya yang

⁹ Annisa Fitria And Aang Munawar, "Pengaruh Penggunaan Internet Banking, Mobile Banking Dan SMS Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BNI," *Jurnal Informatika Kesatuan* 1, No. 1 (2021): 43–52.

¹⁰ Suparjo Adi Suwarno, Supriyanto, And Ahmad Hendra Rofiullah, *MANAJEMEN BISNIS SYARIAH (Konsep Dan Aplikasinya Dalam Bisnis Syariah)* (Indramayu: Penerbit Adab, 2021).

disajikan oleh penyedia layanan agar dapat menyelesaikan problem konsumen¹¹.

Oleh karena itu, kinerja layanan yang diterima pelanggan (SERVPERF) dapat digunakan untuk mengevaluasi tingkat kualitas layanan yang sebenarnya¹². Menurut Butt dan Aftab dalam Soegeng Wahyoedi¹³ mengungkapkan bahwa kualitas pelayanan yang baik dapat memenuhi asumsi pelanggan untuk membangun loyalitas pembeli. Hal ini disebabkan oleh fakta bahwa layanan berkualitas tinggi dapat membuat pelanggan berkomitmen untuk pembelian di masa mendatang. Dalam hal ini, layanan pelanggan yang prima harus selalu tersedia setiap saat. Karena organisasi kali ini pada dasarnya ialah pusat pertolongan yang perlu berkembang serta berkreasi untuk tetap mengabdikan kepada bangsa Indonesia sesuai dengan tujuan organisasi saat ini dan jangka panjang. Selain memberikan pelayanan, memberikan pelayanan prima berarti melebihi harapan pelanggan. Ini menyiratkan bahwa perwakilan organisasi harus memutuskan, tindakan, dan perspektif sambil mengelola klien dengan cepat dan tepat¹⁴.

b) Indikator Kinerja Pelayanan

Manurut fandy tjiptono¹⁵ indikator kinerja pelayanan ialah sebagai berikut:

- 1) Reabilitas, merupakan kecakapan untuk memberikan layanan yang dijanjikan dengan cepat, akurat, dan memuaskan.

¹¹ Zaenal Mukarom And Muhibudin Wijaya Laksana, *Manajemen Pelayanan Publik* (Bandung: CV Pustaka Setia, 2018).

¹² Sri Megawati Elizabeth P And Charisma Ayu Pramuditha, "Peran Kepuasan Nasabah Atas Pengaruh Kinerja Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Syariah Di Kota Palembang" 5, No. 2 (2018).

¹³ S Wahyoedi, *Loyalitas Nasabah :Tinjauan Aspek Religiusitas Dan Kualitas Layanan* (Indramayu: Penerbit Adab, 2022).

¹⁴ F Rangkuti, *Customer Care Excellence: Meningkatkan Kinerja Perusahaan Melalui Pelayanan Prima Plus Analisis Kasus Jasa Raharja* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2017).

¹⁵ Fandy Tjiptono And Gregorius Chandra, *Pemasaran Strategik Edisi 3 - Mengupas Pemasaran Strategik, Branding Strategy, Customer Satisfaction, Strategi Kompetitif Hingga E-Marketing* (Yogyakarta: Andi, 2017).

- 2) Responsivitas, yaitu kemauan dan kesanggupan personel penyedia layanan untuk membantu dan memberikan layanan dengan tanggap.
- 3) Jaminan (*assurance*), merupakan meliputi pengetahuan karyawan, kompensasi, kesopanan, dan amanah; bebas dari bahaya fisik, resiko atau kecurigaan.
- 4) Empati, adalah mencakup membangun hubungan yang mudah, komunikasi yang efektif, perhatian pribadi, dan pemahaman tentang kebutuhan setiap klien.
- 5) Bukti fisik (*tangibles*), adalah mencakup fasilitas, perlengkapan, personil, dan sarana komunikasi.

4. *Customer Retention*

a) **Definisi *Customer Retention* (Retensi Pelanggan)**

Didin Baharudin Rabbani dkk¹⁶ mendefinisikan retensi pelanggan sebagai tindakan menjaga pelanggan membeli produk atau layanan yang sama, setidaknya untuk kurun waktu yang singkat. Sebuah perusahaan tidak hanya bertujuan untuk mendapatkan pelanggan baru, tetapi juga untuk mempertahankan yang sudah ada karena dapat menguntungkan bisnis. Tujuan retensi pelanggan adalah menjaga pelanggan setia (mereka yang memiliki hubungan jangka panjang dengan bisnis). Kontrak awal perusahaan dengan pelanggan adalah awal dan akhir retensi pelanggan. Kemampuan organisasi untuk menarik dan mempertahankan klien baru bergantung pada produk atau layanan organisasi, tetapi selain dukungan klien yang diberikan, penghargaan klien bahwa organisasi dapat menjadikannya sebagai kemenangan. Mengatasi harapan konsumen, menumbuhkan loyalitas konsumen, dan menempatkan nilai pemegang saham daripada maksimalisasi laba di pusat strategi bisnis adalah semua aspek retensi pelanggan. Wafaa Al-Rabayah et al.¹⁷, di sisi lain, mendefinisikan retensi pelanggan sebagai

¹⁶ D B Rabbani Et Al., *Komunikasi Pemasaran* (Padang: Global Eksekutif Teknologi, 2023).

¹⁷ W Al-Rabayah Et Al., *Strategic Uses Of Social Media For Improved Customer Retention*, *Advances In Marketing, Customer Relationship Management, And E-Services* (2327-5502) (IGI Global, 2016).

serangkaian tindakan yang direncanakan dan dilakukan untuk mengurangi penerbangan pelanggan. Memegang klien lebih tentang mempertahankan harga diri mereka baik dalam hal biaya atau kekuatan pengaruh mereka terhadap klien lain yang mungkin, meskipun mempertahankan klien yang ada lebih produktif berkali-kali lipat daripada menarik klien baru.

Inti dari retensi pelanggan adalah mendefinisikan tentang kebutuhan dan produk atau layanan yang diinginkan dan mengatasinya sebelum kehilangan pelanggan ke pesaing lain. Terdapat beberapa faktor untuk memastikan retensi pelanggan, seperti: kualitas produk dan layanan, kepuasan, dan komitmen. Faktor-faktor tersebut berkontribusi untuk mempengaruhi retensi dan loyalitas pelanggan.

b) **Indikator *Customer Retention***

Menurut Yolanda Anastasia¹⁸ terdapat indikator pada retensi pelanggan, yaitu:

- 1) Melakukan *repeat order* secara runtut, merupakan konsumen akan melakukan pembelian kembali ketika merasa puas dengan produk yang dibeli.
- 2) Melakukan pembelian diluar lini produknya, merupakan pelanggan akan membeli produk lintas yang sama selain melakukan pembelian pada produk utama.
- 3) Merekomendasikan produk, merupakan membagikan rekomendasi terhadap orang lain terkait produk dan layanan jasa di perusahaan tersebut.
- 4) Menunjukkan kekuatan dari daya tarik produk sejenis dari pesaing, merupakan nasabah tidak mudah beralih ke perusahaan lainnya yang menawarkan produk dan jasa yang serupa.

5. Perbankan Syariah

a) **Pengertian Perbankan Syariah**

Perbankan syariah diatur berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia No. 21 Tahun 2008, dimana yang dimaksud dengan “perbankan syariah” adalah segala sesuatu yang terkait dengan bank syariah dan unit usaha

¹⁸ Y A Sihombing, *Loyalitas Pasien: Tinjauan Aspek Pelayanan, Kepuasan, Trust, Komitmen, Brand Equity, Dan Hospital Image* (Pekalongan: PT Nasya Expanding Managemen, 2022).

syariah lembaga, kegiatan usaha, dan tata cara dan prosedur kegiatan koperasi. Pasal 3 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008 mengatur tentang tujuan perbankan syariah yang berbunyi membantu penerapan pembangunan nasional dalam rangka mengoptimalkan keadilan, kekompakan, dan pemerataan ketentraman¹⁹. Sementara itu fungsi utama bank adalah menghimpun dana dari nasabah (*funding*) dan menyalurkan dana tersebut kepada nasabah (*lending*), disebut juga perantara keuangan.

Bank Muamalat Indonesia (BMI) merupakan Bank syariah pertama di Indonesia yang dibuka pada tahun 1992. Pada tahun 1999, Bank Syariah Mandiri mengambil alih sebagai Bank Susila Bakti. Sebuah bank konvensional, Bank Susila Bakti akhirnya diakuisisi oleh Bank Dagang Negara dan berganti nama menjadi Bank Syariah Mandiri²⁰. Ini diikuti oleh bank-bank lain yang membuka jendela Islami dalam kegiatan bisnis mereka. Melalui etalase syariah ini, bank konvensional dapat terlebih dahulu mendirikan Unit Usaha Syariah (UUS) untuk memberikan layanan keuangan syariah kepada nasabahnya dengan produk bebas riba, gharar, dan maysir (spekulatif)²¹.

Sistem perbankan nasional yang dianut di Indonesia ialah sistem perbankan ganda (*dual banking system*). Sistem tersebut didasarkan pada konsep yang memungkinkan bank untuk menjalankan kegiatan usahanya sesuai prinsip konvensional maupun prinsip syariah²².

b) Bank Syariah Indonesia

Selama tiga dekade terakhir, sektor perbankan syariah di Indonesia mengalami ekspansi dan perkembangan yang signifikan. Kemajuan barang,

¹⁹ “Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah,” N.D.

²⁰ Ismail, *Perbankan Syariah* (Jakarta: Kencana, 2017).

²¹ Rachmadi Usman, *Produk Dan Akad Perbankan Syariah Di Indonesia (Implementasi Dan Aspek Hukum)* (Bandung: PT Citra Aditya Bakti, 2009).

²² Zulkifli Rusby And Muhammad Arif, *Manajemen Perbankan Syariah* (Pekan Baru: UIR Press, 2022).

perbaikan administrasi, dan kemajuan organisasi menunjukkan pola yang positif dari tahun ke tahun. Hal ini juga mencerminkan banyaknya aksi korporasi yang dilakukan oleh bank syariah. Bank Syariah yang diklaim oleh bank milik negara bukanlah hal yang khusus, yakni Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah.

Salah satu bank syariah terbaru, Bank Syariah Indonesia (BSI) didirikan pada tanggal 1 Februari 2021, tanggal 19 Jumadil Akhir 1442 H²³. Kehadiran BSI merupakan salah satu bank syariah terbesar dan berpotensi memberikan dampak yang signifikan terhadap perekonomian Indonesia. Hal ini meningkatkan kemampuan Bank Syariah Indonesia untuk memberikan produk dan layanan terbaik kepada masyarakat secara keseluruhan. Akibat merger tiga bank syariah besar, kantor atau cabang Bank BRI Syariah, BNI Syariah, dan Mandiri Syariah berubah nama menjadi Bank Syariah Indonesia (BSI). Kantor BSI berkembang sangat pesat²⁴.

B. Penelitian Terdahulu

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Lina Damayanti ²⁵	Pengaruh <i>Service Performance</i> Dan Keputusan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Bank BNI Syariah Cabang Malang	Variabel <i>Service Performance</i> Berpengaruh Secara Signifikan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada	Penelitian Ini Sama-Sama Menggunakan Variabel Kinerja Pelayanan (<i>Service Performanc</i>	Obyek Penelitian Terdahulu Yaitu Pada Bank BNI Syariah Cabang Malang, Sedangkan

²³ Bankbsi, “Informasi Perusahaan,” Diakses Pada 22 Februari 2023, Pukul 15.50 WIB.

²⁴ Alisyah Fatiya Raghda And Nurul Jannah, “Penilaian Aspek Agunan Pembiayaan Murabahah (Studi Kasus RFO BSI Tbk, Medan) Alisyah Fatiya Raghda, Nurul Jannah,” *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen (JIKEM)* 2, No. 1 (2022): 923–26.

²⁵ Damayanti, “Pengaruh *Service Performance* Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Bni Syariah Cabang Malang.”

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
			Bank Bni Syariah Cabang Malang. Variabel <i>Service Performance</i> Tidak Berpengaruh Positif Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Bni Syariah Cabang Malang.	e)	Penelitian Saya Di Bank Syariah Indonesia KC Kudus Ahmad Yani 1.
2	Nurul Azizah Aunillah Devy, Khusnul Fikriyah	Pengaruh Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Layanan BSI Mobile Pada Bank Syariah Indonesia KC Surabaya Diponegoro	Variabel Promosi Dan Kualitas Layanan Berpengaruh Secara Signifikan Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan BSI Mobile	Sama-Sama Menggunakan Variabel <i>BSI Mobile</i> Pada Penelitian Ini	Obyek Pada Penelitian Terdahulu Yaitu Bank Syariah Indonesia KC Surabaya Diponegoro, Sedangkan Penelitian Ini Bank Syariah Indonesia KC Kudus A Yani 1.
3	Rika Mawarni, Muhammad Iqbal Fasa', Suharto.	Penerapan Digital Banking Bank Syariah Sebagai Upaya Customer Retention Pada Masa Covid-19	Bank Syariah Berupaya Untuk Mempertahankan Nasabah Dengan Mengoptimalkan Penerapan Digital Banking	Penelitian ini sama-sama menggunakan variabel <i>Customer Retention</i>	Fenomena Penelitian Terdahulu Terjadi Pada Masa Pandemi Covid-19, Sedangkan

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
	²⁶		Dalam Operasionalnya Di Masa Pandemi Covid-19 Dengan Volume Transaksi Digital Banking Pada Desember 2020 Mencapai 513,7 Juta Transaksi Atau Tumbuh 41,53% (Yoy) Dengan Nilai Transaksi Digital Mencapai Rp2.775,5 Triliun, Atau Tumbuh 13,91% (Yoy).		Penelitian Ini Berlangsung Pada Pasca Pandemi.
4	Yuyun Yuningsih, Suryani, Muhammad Fadli Azim. ²⁷	Hubungan Digital Banking Dan Kinerja Pelayanan Bank Syariah Terhadap Upaya Customer Retention Di Masa Pandemi Covid-19 Pada Bank Syariah Indonesia	Digital Banking Dan Kinerja Pelayanan Secara Simultan Berpengaruh Positif Dan Signifikan Terhadap Upaya Customer	Sama-sama menggunakan Variabel Kinerja Pelayanan Dan <i>Customer Retention</i> , lokasi Penelitian	Fenomena Penelitian Terdahulu Terjadi Pada Masa Pandemi Covid-19, Sedangkan Penelitian Ini

²⁶ Mawarni, Fasa', And Suharto, "Penerapan Digital Banking Bank Syariah Sebagai Upaya Customer Retention Pada Masa Covid-19."

²⁷ Yuningsih, Azim, And Suryani, "Hubungan Digital Banking Dan Kinerja Pelayanan Bank Syariah Terhadap Upaya Customer Retention Di Masa Pandemi Covid-19 Pada Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Perwakilan (KCP) Kota Serang."

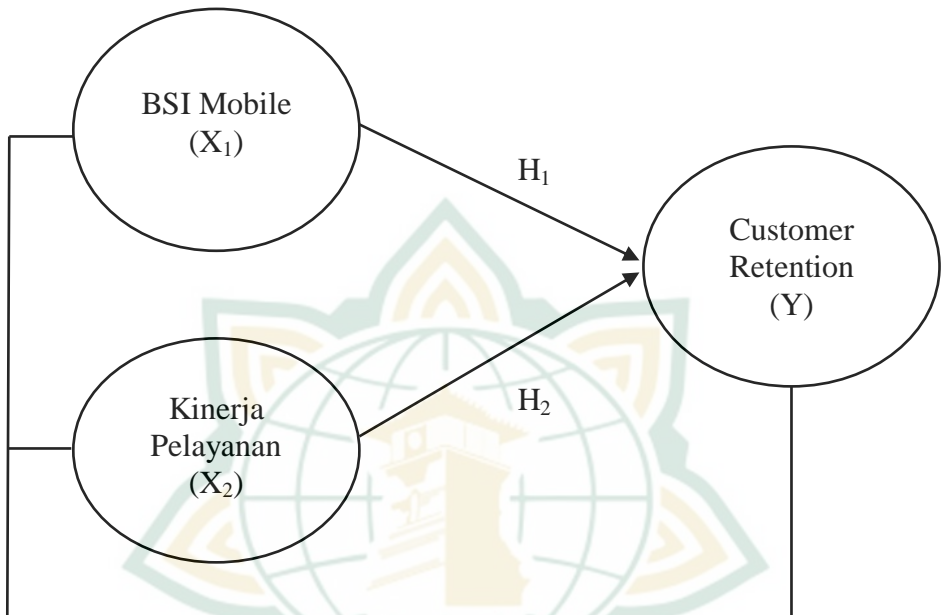
No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
		(BSI) Kantor Cabang Perwakilan (KCP) Kota Serang	Retention	Bank Syariah Indonesia	Berlangsung Pada Pasca Pandemi.
5	Yoannisa Fitriana Suhayati, Azri Nur Maulina, Widwi Handari Adji ²⁸	Pengaruh Pemahaman Bertransaksi Menggunakan Webform BSI Dan BSI Mobile Terhadap Kepuasan Nasabah	Pemahaman Bertransaksi Menggunakan BSI Mobile Secara Parsial Terdapat Pengaruh Terhadap Kepuasan Nasabah	Sama-Sama Menggunakan Variabel BSI Mobile Pada Penelitian Ini	Populasi Penelitian Terdahulu Yaitu Nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Bandung, Sedangkan Populasi Penelitian Saya Nasabah Bank Syariah Indonesia KC Kudus Ahmad Yani 1.

C. Kerangka Berfikir

Berangkat dari teori yang menjelaskan mengenai BSI Mobile, kinerja pelayanan dan *customer retention* serta didukung oleh penelitian sebelumnya, maka penelitian ini bertujuan untuk mengkaji kembali masalah yang terdapat di latar belakang. Oleh karena itu, skema kerangka berfikir dalam penelitian ini sebagai berikut:

²⁸ Yoannisa Fitriana Suhayati, Azri Nur Maulina, and Widwi Handari Adji, "Pengaruh Pemahaman Bertransaksi Menggunakan Webform BSI Dan BSI Mobile Terhadap Kepuasan Nasabah," *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah* 4, no. 6 (2022): 1681–95,

Skema 2. 1 Kerangka Berfikir



Dalam kerangka berpikir ini memaparkan pengaruh antara dua variabel independen (X) ialah kualitas layanan BSI Mobile dan kualitas kinerja pelayanan terhadap variabel dependen (Y) ialah *customer retention* pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Kudus Ahmad Yani 1.

H_1 : BSI *Mobile* berpengaruh terhadap upaya *customer retention* pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Kudus Ahmad Yani 1.

H_2 : Kualitas kinerja pelayanan berpengaruh terhadap upaya *customer retention* pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Kudus Ahmad Yani 1.

D. Hipotesis

Menurut Syofian Siregar hipotesis ialah jawaban/asumsi sementara yang harus diteliti kebenarannya²⁹. Hipotesis yang telah dirumuskan kemudian diuji. Metode pengujian hipotesis tergantung pada metode penelitian serta rancangan penelitian itu sendiri. Dalam hal ini yang penting untuk menguji hipotesis, hipotesis tersebut harus dicari kecocokannya dengan fakta atau dengan logika³⁰.

Berangkat dari latar belakang dan rumusan masalah serta penelitian terdahulu yang telah dipaparkan, sehingga hipotesis yang terdapat pada penelitian ini yaitu:

1) BSI *Mobile* terhadap upaya *Customer Retention*

BSI *Mobile* adalah fasilitas *mobile banking* Bank Syariah Indonesia yang menggunakan koneksi data internet bagi para nasabahnya untuk mengakses rekening tabungan nasabah untuk bertransaksi secara online dan dapat diakses dimanapun dan kapanpun melalui *smartphone*³¹.

Dalam penelitian Rika Mawarni, dkk³² menyatakan bahwa variabel *digital banking* berpengaruh signifikan terhadap *customer retention*. Maka hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H₁: BSI *Mobile* berpengaruh terhadap upaya *customer retention* pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Kudus Ahmad Yani 1.

2) Kinerja Pelayanan terhadap upaya *Customer Retention*

Kinerja pelayanan (*service performance*) yaitu penilaian efektivitas layanan yang dirasakan sendiri oleh pelanggan dan merasakan kualitas pelayanan yang benar-benar mereka alami. Setiap pelayanan menghasilkan (produk), baik berupa barang ataupun jasa. Hasil pelayanan

²⁹ Syofian Siregar, *Metode Pemilihan Kuantitatif: Dilengkapi Dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS* (Prenada Media, 2017).

³⁰ M Anshori, *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Edisi 1* (Airlangga University Press, 2019).

³¹ Yoannisa Fitriani Suhayati, Azri Nur Maulina, And Widwi Handari Adji, "Pengaruh Pemahaman Bertransaksi Menggunakan Webform BSI Dan BSI Mobile Terhadap Kepuasan Nasabah," *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah* 4, No. 6 (2022): 1681–95.

³² Mawarni, Fasa', And Suharto, "Penerapan Digital Banking Bank Syariah Sebagai Upaya Customer Retention Pada Masa Covid-19."

berupa jasa tidak dapat diinventarisikan, tetapi hasil tersebut diserahkan secara langsung kepada konsumen³³.

Dalam penelitian Nur Akbar³⁴ variabel pelayanan prima berpengaruh signifikan terhadap *customer retention*. Sehingga hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H₂: Kinerja pelayanan berpengaruh terhadap upaya *customer retention* pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Kudus Ahmad Yani 1.



³³ P And Pramuditha, “Peran Kepuasan Nasabah Atas Pengaruh Kinerja Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Syariah Di Kota Palembang.”

³⁴ M N U R Akbar, “Pengaruh Pelayanan Prima Dan Etika Bisnis Islam Terhadap Customer Retention Nasabah Bank Muamalat Kota Palopo.” 2022.