

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 Profil Perusahaan

Pada 1 Februari 2021 yang bertepatan dengan 19 Jumadil Akhir 1442 H menjadi penanda sejarah bergabungnya Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, BRI Syariah menjadi satu identitas yaitu Bank Syariah Indonesia (BSI). Penggabungan ini akan menyatukan kelebihan dari ketiga bank sehingga menghadirkan layanan yang lebih lengkap, jangkauan lebih luas, serta memiliki kapasitas permodalan yang lebih baik. Didukung sinergi dengan perusahaan induk (Mandiri, BNI, BRI) serta komitmen pemerintah melalui kementerian BUMN, Bank Syariah Indonesia didorong untuk bersaing di tingkat global.

Pergabungan ketiga Bank Syariah tersebut merupakan ikhtiar untuk melahirkan Bank Syariah kebanggaan umat, yang diharapkan menjadi energi baru pembangunan ekonomi nasional serta berkontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat luas. Keberadaan Bank Syariah Indonesia juga menjadi cerminan wajah perbankan Syariah di Indonesia yang modern, universal, dan memberikan kebaikan bagi segenap alam (Rahmatan Lil'Aalamiin).

1.1.2 Sejarah Bank Syariah Indonesia (BSI)

Indonesia sebagai Negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia, memiliki potensi untuk menjadi yang terdepan dalam industri keuangan syariah. Meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap hal matter serta dukungan stakeholder yang kuat, merupakan faktor penting dalam pengembangan ekosistem industri halal di Indonesia. Termasuk di dalamnya adalah Bank Syariah.

Bank Syariah memainkan peranan penting sebagai fasilitator pada seluruh ekonomi dalam ekosistem industri halal. Keberadaan industri Perbankan Syariah di indoneisa sendiri telah mengalami peningkatan dan pengembangan yang signifikan dalam kurun tiga dekade ini. Inovasi produk, peningkatan layanan, serta pengembangan jaringan menunjukkan trend yang positif dari tahun ke tahun. Bahkan semangat untuk melakukan percepatan juga tercermin dari banyaknya Bank Syariah yang dimiliki Bank BUMN, yaitung Bank Syariah Mandiri BNI Syariah, dan BRI Syariah.

Direktur Utama PT Bank Syariah Indonesia Hery Gunardi dalam laporan nya menyampaikan bahwa integrasi dan peningkatan nilai Bank Syariah Himbara dimulai sejak awal Maret 2020, memakan waktu sekitar 11 bulan. Dalam kurun waktu tersebut, sambung

Hery, seluruh proses dan rangkaian seperti penandatanganan akta penggabungan atau merger, penyampaian dengan baik dan sesuai ketentuan.

Berdirinya Bank Syariah Indonesia pada tahun 2016, Otoritas Jasa Keuangan menyiapkan jalan atau roadmap pengembangan keuangan syariah. 2019, Otoritas Jasa Keuangan atau OJK mendorong Bank Syariah Indonesia dan unit usaha syariah milik pemerintah berkonsolidasi atau merger perbankan. Diantaranya PT Bank Syariah Mandiri, PT Bank BNI Syariah, PT Bank BRI Syariah, dan Mandiri Syariah, lalu pada 2 Juli 2020, Menteri Badan Usaha Milik Negara Erick Thohir berencana untuk menggabungkan Bank Syariah BUMN yaitu BRI Syariah, BNI Syariah, BTN Syariah, Dan Mandiri Syariah.

Sehingga pada Oktober 2020, pemerintah secara resmi mengumumkan rencana merger Bank Syariah dari tiga bank himbara yaitu Mandiri Syariah, BNI Syariah, dan BRI Syariah, 11 Desember 2020 konsolidasi bank syariah himbara menetapkan nama perusahaan hasil merger menjadi Pt Bank Syariah Indonesia Tbk. Dan 27 Januari 2021, OJK secara resmi mengeluarkan izin merger usaha tiga bank syariah. Surat itu terbit dengan nomor SR-3/PB.1/2021 sehingga pada 1 Februari 2021, Presiden Jokowi meresmikan Pt Bank Syariah Indonesia Tbk.

1.1.3 Logo Perusahaan



GAMBAR 1. 1

Logo Bank Syariah Indonesia

(Sumber: Data Perusahaan, 2022)

Logo BSI secara keseluruhan bernuansa hijau dan putih dengan tulisan BSI dan bintang berwarna kuning di ujung sebelah kanan dari tulisan. Di bawah tulisan BSI disematkan kata "Bank Syariah Indonesia". Filosofi yang terkandung dalam bintang kuning bersudut 5 mempresentasikan 5 sila Pancasila dan 5 rukun Islam.

1.1.4 Visi dan Misi

Berikut merupakan visi dan misi dari PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk yaitu sebagai berikut :

a. Visi

Top 10 Global Islamic Bank

" Menjadi top 10 bank Syariah global berdasarkan kapitalis pasar dalam waktu 5 tahun"

b. Misi

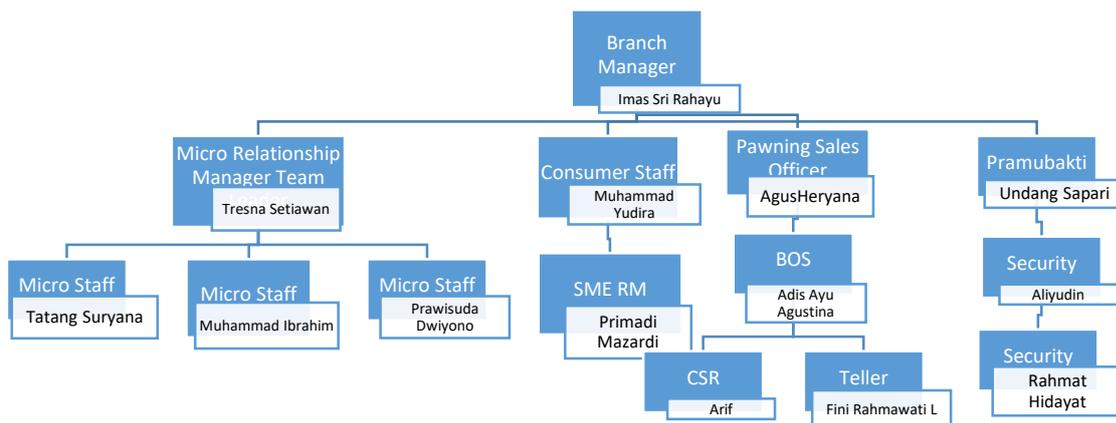
1. Memberikan akses solusi keuangan syariah di Indonesia
Melayani >20 juta nasabah dan menjadi top 5 bank berdasarkan asset (500T) dan nilai buku 50T di tahun 2025.
2. Menjadi bank besar yang memberikan nilai terbaik bagi para pemegang saham
Top 5 bank yang paling profitable di Indonesia (ROE 18%) dan valuasi kuat (PBV>2)
3. Menjadi perusahaan pilihan dan kebanggaan para talenta terbaik Indonesia
Perusahaan dengan nilai yang kuat dan memberdayakan masyarakat serta berkomitmen pada pengembangan karyawan dengan budaya berbasis kinerja.

1.1.5 Sejarah Bank BSI Syariah KCP 2 Buah Batu

Bank Syariah Indonesia memperluas jaringan dan layanannya di Jawa Barat dengan membuka kantor cabang Bank Syariah Indonesia KCP 2 Buah Batu di Jl. Raya Buah Batu No. 242, Kel, Cijagra kec, Lengkong Kota Bandung, Jawa Barat 40265 Kota Bandung.

Pembukaan Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Buah Batu 2 ini dimulai sejak 1 Februari 2021, yang dimana sebelumnya adalah BRI Syari'ah.

1.1.6 Struktur Organisasi



GAMBAR 1. 2
Struktur Organisasi

Sumber: Hasil Olah Data Penulis, 2022

1.1.7 Produk dan Layanan

PT Bank Syariah Indonesia Tbk, memiliki produk dan layanan yang dapat diberikan kepada nasabah, antara lain:

a) Individu

Untuk individu tertentu, Bank Syariah Indonesia memiliki beberapa produk dan layanan yang dapat ditawarkan yaitu berupa tabungan haji dan umroh, pembiayaan, investasi, emas, bisnis, nasabah prioritas, kartu pembiayaan dan kartu debit.

b) Perusahaan

Perusahaan yang akan menggunakan produk dan layanan bank syariah Indonesia dapat memilih jenis yang akan digunakan seperti: *Trade Finance & Service*, Pembiayaan, Simpanan, *Cash Management*, dan *Treasury*.

c) Digital Banking

Bank Syariah Indonesia memiliki produk *digital* yang dapat digunakan oleh nasabahnya mencakup beberapa layanan yang didalamnya seperti: *BSI Mobile*, Buku Rekening *Online*, Solusi Emas, *BSI QRSI*, *BSI Cardless Withdrawal*, *BSI Debit Card*, *BSI Merchant Business*, Dan *BSI Smart Agent*.

d) Kartu

Bank syariah Indonesia melengkapi layanan perbankan dengan fasilitas Kartu Debit dan Kartu Pembiayaan, diantaranya:

1. Kartu Debit

a. BSI Debit OTP

Aman, Nyaman dan Mudah, yang dimana kartu ATM DEBIT dimana sistem PIN menggunakan *One Time Password* (OTP) yang deregister melalui *Mobile Banking*.

b. BSI Debit GPN

Gerbang pembayaran nasional merupakan sistem yang integrasikan seperangkat ketentuan dan mekanisme yang dibentuk guna mendukung transaksi pembayaran nasional (domestik). BSI Debit GPN, merupakan produk kartu debit/ATM yang diterbitkan oleh Pt Bank Syariah Indonesia, Tbk dengan menggunakan logo gerbang pembayaran nasional (GPN) yang dapat dipergunakan oleh nasabah seluruh jaringan mesin EDC dan ATM manapun di seluruh Indonesia (Nasional).

c. Kartu Debit Sabi

Gerbang pembayaran nasional (GPN) merupakan sistem yang mengintegrasikan berbagai instrument sistem pembayaran serta dibangun berdasarkan seperangkat ketentuan dan mekanisme yang dibentuk guna mendukung transaksi pembayaran secara nasional

(domestik). BSI Debit SaBi, merupakan produk Kartu Debet/ATM yang diterbitkan oleh PT Bank Syariah Indonesia Tbk dengan menggunakan logo Gerbang Pembayaran Nasional (GPN) yang merupakan fasilitas bagi pemilik tabungan anak yang terafiliasi dengan orang tua. Kartu BSI Debit SaBi mendukung edukasi literasi keuangan bagi Anak dalam bertransaksi.

d. Kartu Debit BSI SimPel

BSI Debit SimPel, merupakan produk Kartu Debet/ATM yang diterbitkan oleh PT Bank Syariah Indonesia Tbk dengan menggunakan logo Gerbang Pembayaran Nasional (GPN) yang merupakan fasilitas bagi pemilik Tabungan Simpanan Pelajar. Kartu Debit SimPel memiliki limit khusus agar para pelajar dapat bertransaksi dengan aman dan mudah, kartu dapat dipergunakan oleh pelajar diseluruh jaringan mesin EDC dan ATM manapun di Seluruh Indonesia (Nasional)

e. Kartu Debit Visa

BSI Debit Visa, merupakan produk Kartu Debet/ATM yang diterbitkan oleh PT Bank Syariah Indonesia Tbk dengan menggunakan logo *Visa Worldwide* yang dapat digunakan oleh Nasabah di seluruh jaringan mesin EDC dan ATM manapun diseluruh dunia (Internasional).

f. Kartu Haji BSI Visa

Kartu Haji BSI Visa, merupakan produk Kartu Debet/ATM yang diterbitkan oleh PT Bank Syariah Indonesia Tbk yang diperuntukan khusus bagi Nasabah Tabungan Haji Indonesia untuk memberikan kemudahan bertransaksi saat Nasabah ibadah di Tana Suci.

2. Kartu Pembiayaan

g. BSI Hasanah Card Classic

BSI Hasanah *Card Classic* merupakan kartu pembiayaan dengan prinsip syariah yang diterbitkan oleh PT Bank Syariah Indonesia dan digunakan sebagai alat pembayaran untuk transaksi serta berfungsi seperti kartu kredit. BSI Hasanah *Card Classic* dibuat berdasarkan fatwa DSN no. 54/DSN-MUI/X/2006 tentang Syariah *Card* dan berbasis 3 akad Syariah antara lain:

- Kafalah
- Qardh
- Ijarah

Limit BSI Hasanah *Card Classic* Rp 4.000.000,- dan Rp 6.000.000,-.

h. BSI Hasanah *Card Gold*

BSI Hasanah *Card Gold* merupakan kartu pembiayaan dengan prinsip syariah yang diterbitkan oleh PT Bank Syariah Indonesia dan digunakan sebagai alat pembayaran untuk transaksi serta berfungsi seperti kartu kredit. BSI Hasanah *Card Classic* dibuat berdasarkan fatwa DSN no. 54/DSN-MUI/X/2006 tentang Syariah *Card* dan berbasis 3 akad Syariah antara lain:

- Kafalah
- Qardh
- Ijarah

Limit BSI Hasanah *Card Gold* Rp 8.000.000,- dan Rp 30.000.000,-.

i. BSI Hasanah *Card Platinum*

BSI Hasanah *Card Platinum* merupakan kartu pembiayaan dengan prinsip syariah yang diterbitkan oleh PT Bank Syariah Indonesia dan digunakan sebagai alat pembayaran untuk transaksi serta berfungsi seperti kartu kredit. BSI Hasanah *Card Classic* dibuat berdasarkan fatwa DSN no. 54/DSN-MUI/X/2006 tentang Syariah *Card* dan berbasis 3 akad Syariah antara lain:

- Kafalah
- Qardh
- Ijarah

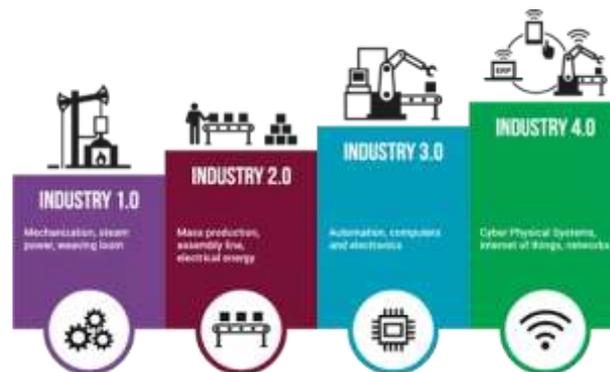
Limit BSI Hasanah *Card Platinum* Rp 40.000.000,- dan Rp 900.000.000,-.

1.2 Latar Belakang Penelitian

Seperti yang kita ketahui, Perkembangan Teknologi *Digital Marketing* saat ini semakin berkembang seiring berjalannya waktu yang membuat segala sesuatu menjadi lebih mudah karena adanya pengembangan Teknologi *Digital Marketing* yang semakin meningkat. Menurut Hadi Saputra (2020:1) *Digital Marketing* merupakan salah satu media yang saat ini sedang banyak diminati oleh masyarakat serta sebagai pendukung dalam kegiatan sehari-hari. Secara perlahan lahan banyak masyarakat yang mulai meninggalkan *car marketing* yang konvensional dan beralih kepada *Digital Marketing*. *Digital marketing* itu sendiri mempunyai arti memasarkan atau mempromosikan sebuah brand dan produk melalui dunia digital atau internet.

Di era serba digital ini pemasaran lewat media digital memang sangat penting, ditambah dengan hadirnya pandemic Covid-19 yang dimana teknologi digital, internet, atau media sosial sudah menjadi kebutuhan pokok bagi masyarakat dimasa pandemic seperti ini teknologi digital memegang peranan sangat penting dalam berbagai kegiatan seperti penyaluran informasi, komunikasi, pekerjaan, hingga pelajaran, dimana layanan tersebut menjadi lebih mudah bagi

masyarakat diluar rumah yang dibatassi sehingga masyarakat kebanyakan berada didalam rumah menyebabkan munculnya usaha provider telekomunikasi. Dunia saat ini terus memberikan inovasi terhadap perkembangan teknologi apalagi pada era industry 4.0 yang dimana berada pada generasi atau fase keempat dengan adanya campur tangan sistem cerdas dan teknologi canggih seperti artificial intelligence and marchine learning. Memanfaatkan teknologi menjadi lebih efektif dan efisien serta produktivitas suatu bisnis dan sector akan lebih meningkat. Pada digital marketing pemasaran yang dilakukan lebih berfokus pada dunia maya dengan bertujuan untuk menjangkau pemasaran yang lebih luas, dan jumlah yang lebih besar.



GAMBAR 1.3
Revolusi Industry dari 1.0 sampai 4.0

Sumber: <https://student-activity.binus.ac.id/b-preneur/2022/05/pentingnya-digital-marketing-di-era-industry-4-0/> / diakses pada 30 Mei 2022

Hootsuite (we are social) menyajikan data beserta tren yang dibutuhkan dalam memahami internet media social dan perilaku *e-commerce* setiap tahun secara berkala. Data yang disajikan ialah data Indonesia. Biasanya *Hootsuite* menerbitkan data tentang *tren internet* dan *media social* pada bulan kedua setiap tahunnya. Hal tersebut dikarenakan *Hootsuite* mengeluarkan data dan tren tentang *internet* serta media sosial pada 15 Februari lalu.

Data pengguna internet dan media sosial di Indonesia. Pada tahun 2022 total populasi penduduk berjumlah 277,7 juta sedangkan pada tahun 2021 jumlah penduduk 274,9 juta yang dimana angka kenaikan jumlah penduduk naik 1%. Dengan demikian angka penggunaan perangkat mobile naik hingga 3,6% dan yang terhubung 370,1 juta, tercatat penggunaan internet di Indonesia 204,7 juta pada tahun 2022 jika dibandingkan 2021 202,6 juta yang dimana naik 1%, Dalam periode yang sama penggunaan angka media sosial aktif sekitar 191,4 juta yang dimana kenaikan 12,6% juta dibandingkan pada tahun 2021 hanya 170 juta. Besarnya populasi penduduk di Indonesia dan pesatnya perkembangan penggunaan internet sebagai tanda potensi besar bagi pertumbuhan ekonomi digital di Indonesia yang dimana dari data tersebut menunjukkan bahwa pengguna perangkat *mobile* dan internet di Indonesia sangatlah

tinggi, dengan melihat potensi pasar yang besar dan besarnya populasi penduduk Indonesia, muncullah berbagai macam peluang bisnis yang serba digital karna mengikuti perkembangan jaman yang dapat membantu perekonomian Indonesia.



GAMBAR 1. 4

Pengguna Internet dan Media Sosial Di Indonesia Tahun 2022

Sumber: <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2022/> diakses pada 10 Juni 2022

Dapat dilihat data diatas bahwa membuktikan penggunaan teknologi digital pada era 4.0 ini sangat berdampak untuk perekonomian Indonesia. Mulai dari pemasaran sampai transaksi hingga melahirkan bisnis digital seperti *E-business*, *E-commerce*, *Marketplace*, dengan adanya perubahan aktivitas transaksi yang dimana pada jaman dahulu pembeli maupun penjual bertransaksi secara tunai namun seiring berjalan perkembangan teknologi saat ini pembeli maupun penjual dapat melakukan transaksi berupa non-tunai. Cukup dengan menggunakan perangkat *mobile* atau biasa disebut dengan *handpone* yang membuat proses transaksi jauh lebih mudah, cepat, efektif, dan efisien.



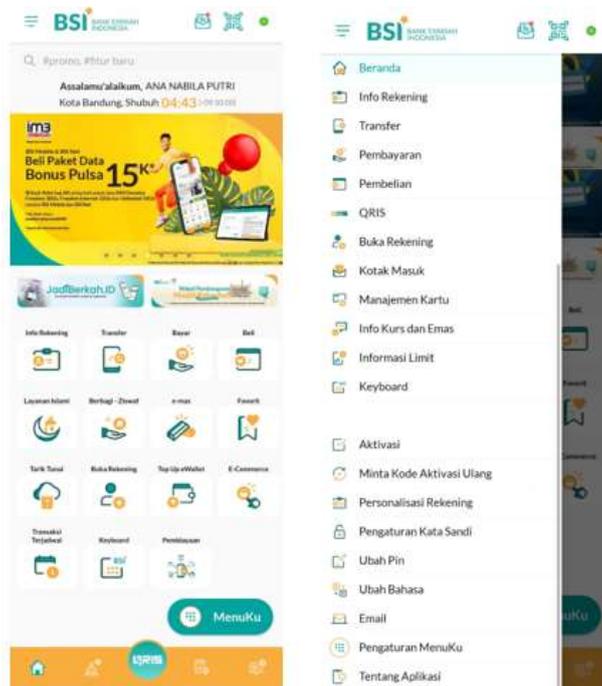
GAMBAR 1. 5

Logo Aplikasi BSI Mobile

Sumber: <https://www.bankbsi.co.id/>

Terobosan baru yang kini hadir di Indonesia yaitu tren layanan keuangan berbasis *digital* yaitu *e-banking*. Menurut peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 12/POJK.03/2018 tentang Penyelenggaraan Layanan Perbankan *Digital* oleh Bank Umum. Layanan ini bertujuan meningkatkan efisiensi kegiatan operasional dan pelayanan bank kepada nasabah. Maka dari itu bank perlu mengembangkan strategi bisnis yang mengarah pada pelayanan perbankan digital. Menggunakan sarana elektronik atau digital milik bank yang dilakukan secara mandiri oleh nasabah untuk memperoleh informasi melakukan komunikasi, registrasi, pembukaan rekening, penutupan rekening, serta transaksi lainnya dan transaksi diluar produk perbankan, transaksi dengan sistem perdagangan berbasis elektronik (*e-commerce*). Layanan *digital* perbankan melayani transaksi keuangan nasabah secara cepat, nyaman, dan mudah dengan menyesuaikan masing-masing kebutuhan nasabah.

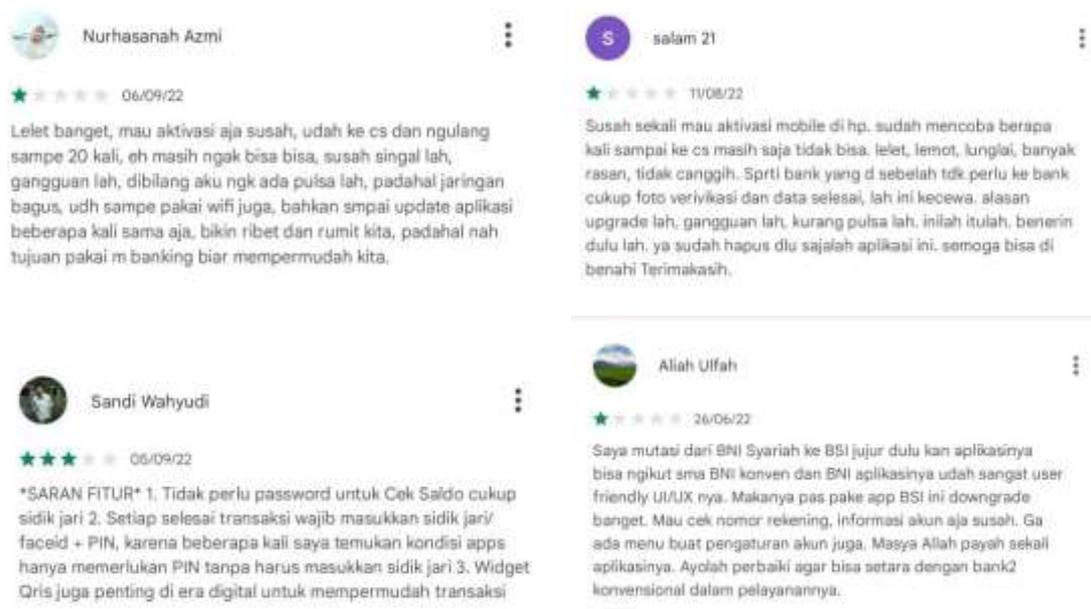
M-banking menjadi salah satu inovasi terbaru saat ini termasuk pada perusahaan Bank Syariah Indonesia yang memiliki *mobile banking* untuk transaksi *digital*. BSI *mobile* cenderung mengadaptasi tampilan Mandiri Syariah daripada BRI Syariah Mobile atau BNI Syariah *Mobile Banking*. BSI *Mobile Banking* memiliki banyak variasi dan juga fungsi yang ditawarkan untuk melakukan berbagai jenis transaksi sekaligus hanya dengan satu aplikasi hal ini membuat mempermudah transaksi nasabah jauh lebih cepat dikarenakan pada saat ini banyak dari kalangan nasabah yang lebih memilih bertransaksi melalui *E-banking* dibandingkan harus keluar rumah untuk bertransaksi sehingga berkembangnya teknologi digital saat ini menjadi wadah pendukung sektor bisnis di Indonesia. Dengan demikian BSI *Mobile* membuktikan komitmennya sebagai perbankan syariah dengan menunjukkan identitasnya melalui sejumlah fitur islami.



GAMBAR 1. 6
Tampilan Aplikasi BSI *Mobile Banking*

Sumber : <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.bsm.activity2> / diakses pada 10 juni 2022

Berdasarkan gambar diatas tampilan fitur *BSI Mobile Banking* yang lengkap membuktikan bahwa Bank Syariah Indonesia telah melakukan dan menerapkan kualitas layanan yang dimana mengembangkan pelayanan terhadap nasabah secara elektronik dengan memanfaatkan teknologi yang sedang berkembang. Adanya fasilitas layanan yang diberikan oleh Bank Syariah Indonesia berupa Aplikasi *BSI Mobile Banking* kepada nasabah merupakan hal yang mempermudah nasabah dalam melakukan transaksi melalui *smartphone*. Terwujudnya layanan elektronik yang dilakukan oleh Bank Syariah Indonesia untuk nasabaha maka kepuasan pelanggan akan meningkat karena pelayanan yang diberikan oleh Bank Syariah Indonesia sesuai dengan perkembangan saat ini, namun kepuasan yang dirasakan oleh pengguna *BSI Mobile Banking* masih kurang memuaskan sehingga ada beberapa keluhan yang dilontarkan oleh nasabah terhadap penggunaan *BSI Mobile Banking* berikut ini:

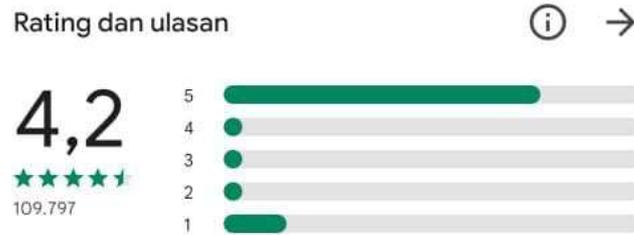


GAMBAR 1.7

Ulasan Pengguna Pada Aplikasi BSI *Mobile Banking* Di APPSTORE

Sumber: <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.bsm.activity2> / diakses pada 10 juni 2022

Dari beberapa komentar diatas pengguna BSI *Mobile Banking* memiliki beberapa kendala dalam tampilan seperti *User Interface* (UI) dan *User Experience* (UX) yang belum baik. Yang dimana tampilan utama pada aplikasi terkesan terlalu penuh sehingga membuat beberapa nasabah kesulitan dalam mengakses fitur BSI *Mobile Banking* yang dimana sebaiknya aplikasi dapat didesain menjadi sederhana dan ringkas namun tetap fungsional dan informatif sehingga mempermudah nasabah dalam mengakses BSI *Mobile Banking*. Selain itu, ada beberapa sebagian besar fitur BSI *Mobile Banking* yang mengharuskan penggunanya untuk memasukan kata sandi dan PIN terlebih dahulu sebelum bertransaksi, meski disisi lain dapat menjamin keamanan data nasabah namun disisi lain juga berpotensi untuk dinilai tidak efisien bagi beberapa pengguna karna dianggap terlalu rumit. Dan setiap melakukan transaksi selalu *error* dan tiba-tiba *timeout* sehingga harus menunggu 24 jam supaya transaksi kembali normal.



GAMBAR 1. 8
Ulasan Aplikasi BSI *Mobile Banking* Secara Keseluruhan

Sumber: <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.bsm.activity2> /diakses pada 10 juni 2022

Selain ulasan tertulis ada juga ulasan secara keseluruhan pada gambar diatas diketahui secara keseluruhan pengguna aplikasi BSI *Mobile Banking* mendapatkan *rating* 4,2 bintang dari 5.0 bintang yang seharusnya didapat pada *Appstore* yang artinya beberapa pengguna masih belum puas dengan kualitas layanan pada aplikasi BSI *Mobile Banking*.

Sebagai upaya yang merupakan strategi bagi aplikasi BSI *Mobile Banking* untuk memperbaiki kembali kualitas layanan agar pengguna merasa puas sehingga munculah loyalitas konsumen yang berkepanjangan tentunya permasalahan diatas menarik untuk diteliti dengan judul " PENGARUH E-SERVICE QUALITY BSI *MOBILE BANKING* DENGAN MENGGUNAKAN METODE IPA PADA TAHUN 2022."

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan pada latar belakang diatas, yang akan menjadi bahasan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana harapan pengguna pada penerapan *E-service quality* dari aplikasi BSI *Mobile Banking*?
2. Bagaimana kepuasan pengguna dalam menggunakan aplikasi BSI *Mobile Banking*?
3. Aspek apa saja yang harus ditingkatkan pada aplikasi BSI *Mobile Banking*?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian dari pembahasan ini adalah:

1. Untuk mengetahui harapan pengguna pada penerapan *e-service quality* dari aplikasi BSI *Mobile Banking*.
2. Untuk mengetahui kepuasan pengguna dalam menggunakan aplikasi BSI *Mobile Banking*
3. Untuk mengetahui aspek apa saja yang perlu ditingkatkan pada *e-service quality* dari aplikasi BSI *Mobile Banking*.

1.5 Manfaat Masalah

Hasil penelitian yang diharapkan dapat memberikan sejumlah manfaat diantaranya sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

Sebagai bahan evaluasi bagi yang mengelola aplikasi tersebut untuk memperbaiki kualitas layanan pada aplikasi *BSI Mobile Banking* sehingga tercapainya kepuasan pelanggan.

2. Bagi Institusi

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang besar dan baik agar bisa menambah ilmu dan wawasannya mengenai penerapan *e-service quality* dan kepuasan yang dirasakan oleh pengguna.

3. Bagi Penulis

Hasil penelitian diharapkan bermanfaat bagi semua orang dan sebuah bukti implementasi penelitian dari ilmu yang didapat selama masa

1.6 Batasan Masalah

Dalam penelitian ini ada batasan penelitian yang dapat diperoleh hasil yang sesuai dengan perumusan masalah. Maka penelitian ini berfokus pada "Pengaruh E-Service Quality Aplikasi *BSI Mobile Banking* Dengan Menggunakan Metode IPA Tahun 2022".

1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini adalah penjelasan isi dari setiap Bab untuk mempermudah dan memahami isi dari laporan proyek akhir. Sistematika penulisan laporan proyek akhir sebagai berikut.

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan tentang penjelasan secara umum mengenai latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, batasan masalah, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menjelaskan mengenai teori mengenai Manajemen Pemasaran, Pemasaran jasa, kepuasan pelanggan, *E-Service Quality*, dimensi *E-Service Quality*, Penelitian Terdahulu, Kerangka Pemikiran.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan mengenai pendekatan penelitian, jenis penelitian, operasional variable, skala pengukuran, tahapan penelitianm populasi, sampel, dan teknik sampling, teknik analisis data, analisis deskriptif, *Customer Satisfaction Index* (CSI), dan Metode *Importance Performance Analysis* (IPA).

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan mengenai pengumpulan data, karakteristik responden, karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, karakteristik berdasarkan usia, karakteristik berdasarkan pendidikan terakhir, karakteristik berdasarkan pekerjaan, hasil uji validitas, dan hasil uji reliabilitas, hasil *Customer Satisfaction Index* (CSI), hasil uji metode *Importance Performance Analysis* (IPA).

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini menjelaskan mengenai kesimpulan dan saran.