

## BAB II

### PERSPEKTIF DAN KAJIAN TEORITIS

#### 2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu ini terkait dengan beberapa teori dan penelitian sebelumnya, terdapat keterikatan antara penelitian saat ini dengan sebelumnya, yaitu judul penelitian, tujuan penelitian, subjek yang diangkat dan informasi yang digali, metode penelitian dan hasil penelitian, penelitian ini dilakukan terkait beberapa teori dari penelitian terdahulu yang dapat menjadikan rujukan dalam penelitian ini diantaranya:

##### 2.1.1 A Fitria, Amunawar, PP Pratama (2021)

Penelitian yang dilakukan A Fitria, Amunawar, PP Pratama (2021) dengan judul *“Pengaruh Penggunaan Internet Banking, Mobile Banking dan SMS Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BNI”*. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pendekatan kualitatif, Tujuan penelitian ini adalah (1) Untuk mengetahui pengaruh penggunaan Internet Banking terhadap kepuasan nasabah Bank BNI. (2) Untuk mengetahui pengaruh penggunaan Mobile Banking terhadap kepuasan nasabah Bank BNI. (3) Untuk mengetahui pengaruh penggunaan SMS Banking terhadap kepuasan nasabah Bank BNI. Analisis data penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dimana statistik merupakan alat analisis utamanya. Alat statistik yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda (Multiple Linier Regretion) dengan bantuan software statistik SPSS. Pengumpulan data menggunakan sumber primer dan sumber sekunder. Teknik

pengumpulan data dilakukan dengan interview (wawancara), kuesioner (angket), observasi (pengamatan), dan gabungan ketiganya. Hasil penelitian menunjukkan Internet Banking, Mobile Banking dan SMS Banking secara Bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Internet Banking tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Kepuasan Nasabah, Mobile Banking berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah dan SMS Banking berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah.

Persamaan dari penelitian yang dilakukan oleh A Fitria, Amunawar, PP Pratama (2021) dengan penelitian sekarang, yaitu sama-sama membahas mengenai Analisis Pelanggan BSI Mobile.

Sedangkan perbedaan dari penelitian yang dilakukan oleh A Fitria, Amunawar, PP Pratama (2021) dengan penelitian sekarang, yaitu peneliti terdahulu melakukan penelitiannya pada Bank BNI Syariah dan penelitian sekarang pada Bank BSI.

### **2.1.2 Samsudin, Nugroho, Zakaria (2023)**

Penelitian yang dilakukan oleh Samsudin, Nugroho, Zakaria (2023) dengan judul "*Strategi Meningkatkan Kualitas Pelayanan Melalui BSI Mobile pada Bank Syariah Indonesia*". Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pendekatan kualitatif, Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui layanan BSI Mobile dalam upaya peningkatan kualitas layanan di wilayah BSI Kota Surabaya. Dalam penelitian ini, analisis deskriptif digunakan untuk analisis data. Pada penelitian ini populasi yang digunakan adalah nasabah Bank Syariah Indonesia. Hasil penelitian

ini menunjukkan bahwa BSI Mobile merupakan super application yang dimiliki oleh BSI karena tidak hanya memiliki fitur transaksi tetapi juga menyediakan fitur syariah yang dapat memudahkan nasabah dalam bertransaksi. Dengan BSI Mobile, nasabah dapat bertransaksi secara mandiri melalui BSI Mobile tanpa harus datang ke cabang bank atau ATM. Selain itu, keberadaan BSI Mobile mengurangi antrian nasabah di banking hall, meningkatkan jumlah transaksi melalui e-channel BSI dan menjadikan kualitas layanan efektif dan efisien.

Persamaan dari penelitian yang dilakukan oleh Samsudin, Nugroho, Zakaria (2023) dengan penelitian sekarang, yaitu sama-sama menggunakan *Mobile Banking* sebagai objek penelitian.

Sedangkan perbedaan dari penelitian yang dilakukan oleh Samsudin, Nugroho, Zakaria (2023) dengan penelitian sekarang, yaitu peneliti terdahulu berfokus kepada strategi untuk meningkatkan kualitas pelayanannya sedangkan pada penelitian sekarang berfokus pada analisis kepuasan pelanggannya.

### **2.1.3 Dimas Pangestu (2022)**

Penelitian yang dilakukan Dimas Pangestu (2022) dengan judul "*Analisis Kepuasan Nasabah dalam Penggunaan BSI Mobile*". Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pendekatan kuantitatif, Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kepuasan nasabah dalam penggunaan produk Bank Syariah Indonesia yaitu (BSI) Mobile di Kota Pontianak yang dilihat dari lima faktor. Analisis data yang digunakan dalam mengukur variabel kepuasan nasabah serta faktor-faktor yang mempengaruhinya menggunakan kuesioner skala likert. Teknik

pengambilan sampel yaitu purposive sampling dengan jumlah responden sebanyak 100 orang.. Hasil analisis menunjukkan bahwa faktor kemudahan penggunaan, keamanan dan kerahasiaan, kemampuan akses, kecepatan transaksi, dan biaya memiliki hubungan yang kuat terhadap kepuasan nasabah dimana 84,4% responden puas dengan kemudahan penggunaan, sebesar 89,4% responden puas dengan keamanan dan kerahasiaan data, sebesar 88,3% responden puas akan kemampuan aksesnya, sebesar 90,2% responden puas bertransaksi dengan BSI karena cepat dan sebesar 82,6% responden puas dengan faktor biaya.

Persamaan dari penelitian yang dilakukan oleh Dimas Pangestu (2022) dengan penelitian sekarang, yaitu sama-sama membahas mengenai Analisis Pelanggan BSI Mobile.

Sedangkan perbedaan dari penelitian yang dilakukan oleh Dimas Pangestu (2022) dengan penelitian sekarang, yaitu peneliti terdahulu melakukan penelitiannya di Pontianak dan penelitian sekarang di Surabaya.

#### **2.1.4 Wiryawan, Sulaiman (2020)**

Penelitian yang dilakukan Wiryawan, Sulaiman (2020) dengan judul "*Analisis SWOT Pada Layanan Jasa Mobile Banking Di PT Bank Panin Dubai Syariah*". Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pendekatan kualitatif, Penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan kualitas layanan atau pengguna layanan perbankan syariah di seluruh Indonesia melalui penerapan teknologi keuangan terkini.. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik non probability sampling. Sedangkan sampel pada penelitian ini adalah informan kebijakan SWOT (pengelola mobile banking) di PT Bank Panin Dubai Syariah KCU Bandung dan

nasabah mobile banking di PT Bank Panin Dubai Syariah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa layanan mobile banking (PDSB Mobile) dapat menjadi produk unggulan PT Bank Panin Dubai Syariah (PDSB) untuk bersaing dengan bank lain. Penggunaan mobile banking bisa mengurangi biaya operasional, meningkatkan citra, sesuai dengan ajaran Islam, serta meningkatkan loyalitas dan kepercayaan nasabah. Namun, kelemahan seperti ketergantungan pada jaringan internet, keamanan data nasabah, dan pemasaran perlu dibenahi. Peluang besar terlihat dari jumlah umat Islam di Indonesia, pengembangan fitur, dukungan regulasi pemerintah, kemampuan customer service, dan relasi kantor pusat-cabang. Ancaman meliputi keterbatasan dalam membaca persaingan pasar, perubahan segmentasi pasar, kebutuhan nasabah, kualitas pelayanan dari kantor pusat, dan kemampuan manajerial bank.

Persamaan dari penelitian yang dilakukan oleh Wiryawan, Sulaiman (2020) dengan penelitian sekarang, yaitu sama-sama membahas penelitian yang menggunakan *mobile banking* sebagai pusat penelitiannya.

Sedangkan perbedaan dari penelitian yang dilakukan oleh Wiryawan, Sulaiman (2020) dengan penelitian sekarang, yaitu peneliti terdahulu berfokus pada analisis SWOT sedangkan penelitian yang sekarang berfokus pada analisis kepuasan pelanggannya.

#### **2.1.5 Nur, Badri & Muhammad (2020)**

Penelitian yang dilakukan Nur, Badri & Muhammad (2020) dengan judul "*The role of service quality within Indonesian customers satisfaction and loyalty and its impact on Islamic banks.*". Metode yang digunakan dalam penelitian ini

yaitu pendekatan kuantitatif, Ada dua tujuan utama penelitian ini. Pertama, penelitian ini bertujuan untuk menguji secara empiris Muslim Consumer Service Quality (MCSQ). Kedua, penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh mediasi Muslim Consumer Satisfaction (MCS) terhadap hubungan MCSQ dan Muslim Consumer Loyalty (MCL) pada Bank Syariah Indonesia. Metode analisis data menggunakan PLS-Graph 3.0. Sampel penelitian ini terdiri dari 290 responden nasabah bank syariah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa MCSQ (yang terdiri dari nilai-nilai Islam, kepatuhan syariah, kejujuran, kesopanan, kemanusiaan dan kepercayaan) berpengaruh positif terhadap MCS dan MCL secara signifikan. Lebih lanjut, hasil penelitian menunjukkan bahwa MCS secara parsial memediasi pengaruh MCSQ terhadap MCL.

Persamaan dari penelitian yang dilakukan oleh Nur, Badri & Muhammad (2020) dengan penelitian sekarang, yaitu sama-sama membahas penelitian yang berpusat pada nasabah bank syariah.

Sedangkan perbedaan dari penelitian yang dilakukan oleh Nur, Badri & Muhammad (2020) dengan penelitian sekarang, yaitu peneliti terdahulu melakukan penelitian pada nasabah bank syariah secara keseluruhan dan penelitian sekarang menganalisis nasabah pengguna *mobile banking*.

Tabel 2. 1 Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu

|                   |   |   |   |  |   |
|-------------------|---|---|---|--|---|
| Penulis           | A Fitria, Amunawar, PP Pratama (2021)   | Samsudin, Nugroho, Zakaria (2023)   | Dimas Pangestu (2022)   | Wiryan, Sulaiman (2020)  | Nur, Badri & Muhammad (2020)  |
| Judul             | Pengaruh Penggunaan Internet Banking. Mobile Banking dan SMS Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BNI   | Strategi Meningkatkan Kualitas Pelayanan Melalui BSI Mobile pada Bank Syariah Indonesia   | Analisis Kepuasan Pelanggan Nasabah Dalam Penggunaan BSI Mobile   | Analisis SWOT Pada Layanan Jasa Mobile Banking Di PT Bank Panin Dubai Syariah  | The role of service quality within Indonesian customers satisfaction and loyalty and its impact on Islamic banks.   |
| Tujuan Penelitian | Tujuan penelitian ini adalah (1) Untuk mengetahui pengaruh penggunaan Internet Banking terhadap kepuasan nasabah Bank BNI. (2) Untuk mengetahui pengaruh penggunaan Mobile Banking terhadap kepuasan nasabah Bank BNI. (3) Untuk mengetahui pengaruh penggunaan SMS Banking | Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui layanan BSI Mobile dalam upaya peningkatan kualitas layanan di wilayah BSI Kota Surabaya | Untuk menganalisis kepuasan nasabah dalam penggunaan produk Bank Syariah Indonesia yaitu (BSI) Mobile di Kota Pontianak | Untuk meningkatkan kualitas layanan atau pengguna layanan perbankan syariah di seluruh Indonesia melalui penerapan teknologi keuangan terkini. | Ada dua tujuan utama penelitian ini. Pertama, penelitian ini bertujuan untuk menguji secara empiris Muslim Consumer Service Quality (MCSQ). Kedua, penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh mediasi Muslim Consumer Satisfaction (MCS) terhadap hubungan |

|                     |   |   |   |   |  |
|---------------------|---|---|---|---|--|
|                     | terhadap kepuasan nasabah<br>Bank BNI   |   |   |   | MCSQ dan Muslim<br>Consumer Loyalty (MCL)<br>pada Bank Syariah<br>Indonesia.   |
| Informan            | Nasabah Bank BNI  | Nasabah Bank BSI  | Nasabah Bank BSI  | Nasabah Bank Panin Dubai<br>Syariah   | Nasabah Bank Syariah di<br>Indonesia   |
| Metode              | Kualitatif  | Kualitatif  | Kuantitatif   | Kualitatif  | Kuantitatif  |
| Hasil<br>Penelitian | Hasil penelitian menunjukkan Internet Banking, Mobile Banking dan SMS Banking secara Bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Internet Banking tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Kepuasan Nasabah, Mobile Banking berpengaruh positif dan signifikan terhadap | Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa BSI Mobile merupakan super application yang dimiliki oleh BSI karena tidak hanya memiliki fitur transaksi tetapi juga menyediakan fitur syariah yang dapat memudahkan nasabah dalam bertransaksi. Dengan BSI Mobile, nasabah dapat bertransaksi secara | Hasil analisis menunjukkan bahwa faktor kemudahan penggunaan, keamanan dan kerahasiaan, kemampuan akses, kecepatan transaksi, dan biaya memiliki hubungan yang kuat terhadap kepuasan nasabah dimana 84,4% responden puas dengan kemudahan penggunaan, sebesar 89,4% responden puas dengan keamanan dan | Berdasarkan analisis SWOT, layanan mobile banking (PDSB Mobile) dapat menjadi produk unggulan PT Bank Panin Dubai Syariah (PDSB) untuk bersaing dengan bank lain. Penggunaan mobile banking bisa mengurangi biaya operasional, meningkatkan citra, sesuai dengan ajaran Islam, serta meningkatkan | Hasil penelitian menunjukkan bahwa MCSQ (yang terdiri dari nilai-nilai Islam, kepatuhan syariah, kejujuran, kesopanan, kemanusiaan dan kepercayaan) berpengaruh positif terhadap MCS dan MCL secara signifikan. Lebih lanjut, hasil penelitian menunjukkan |

|  |   |  |  |   |   |
|--|---|--|--|---|---|
|  | <p>Kepuasan Nasabah dan SMS Banking berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah.</p> | <p>mandiri melalui BSI Mobile tanpa harus datang ke cabang bank atau ATM. Selain itu, keberadaan BSI Mobile mengurangi antrian nasabah di banking hall, meningkatkan jumlah transaksi melalui e-channel BSI dan menjadikan kualitas layanan efektif dan efisien.</p> | <p>kerahasiaan data, sebesar 88,3% responden puas akan kemampuan aksesnya, sebesar 90,2% responden puas bertransaksi dengan BSI karena cepat dan sebesar 82,6% responden puas dengan faktor biaya.</p> | <p>loyalitas dan kepercayaan nasabah. Namun, kelemahan seperti ketergantungan pada jaringan internet, keamanan data nasabah, dan pemasaran perlu dibenahi. Peluang besar terlihat dari jumlah umat Islam di Indonesia, pengembangan fitur, dukungan regulasi pemerintah, kemampuan customer service, dan relasi kantor pusat-cabang. Ancaman meliputi keterbatasan dalam membaca persaingan pasar, perubahan segmentasi pasar, kebutuhan nasabah, kualitas pelayanan dari kantor pusat,</p> | <p>bahwa MCS secara parsial memediasi pengaruh MCSQ terhadap MCL.</p> |
|--|---|--|--|---|---|

|  |  |  |  |                                |  |
|--|--|--|--|--------------------------------|--|
|  |  |  |  | dan kemampuan manajerial bank. |  |
|--|--|--|--|--------------------------------|--|

Sumber: A Fitria, Amunawar, PP Pratama (2021), Samsudin, Nugroho, Zakaria (2023), Dimas Pangestu (2022), Wiryawan, Sulaiman (2020), Nur, Badri & Muhammad (2020)

## **2.2 Kajian Teoritis**

Sebagai dasar dan penjelasan yang akan mendukung adanya penelitian “Analisis Kepuasan Pelanggan *mobile banking Bank Syariah Indonesia* Perspektif Bisnis Islam”, maka dibawah ini dijelaskan mengenai teori-teori yang berkaitan dengan hal yang akan diteliti:

### **2.2.1 Kepuasan Pelanggan**

Teori kepuasan pelanggan memusatkan perhatian pada faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan terhadap suatu produk atau layanan. Dalam konteks layanan perbankan, seperti *mobile banking Bank Syariah Indonesia*, kepuasan pelanggan dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor kunci. Sebagaimana yang disebutkan dalam Al-Qur'an Surah Al-Baqarah ayat 275, "Orang-orang yang memakan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila." Menurut penelitian terbaru oleh Zeithaml et al. (2021), kualitas layanan tetap menjadi faktor utama yang memengaruhi kepuasan pelanggan. Model SERVQUAL, yang mencakup dimensi-dimensi seperti tanggung jawab, keandalan, responsivitas, jaminan, dan empati (Parasuraman et al., 1988), masih menjadi kerangka kerja yang relevan untuk mengukur kualitas layanan dalam industri perbankan.

Pengalaman pelanggan dalam menggunakan layanan *mobile banking*, termasuk tingkat kemudahan penggunaan, ketersediaan fitur yang diinginkan, dan

kenyamanan transaksi, juga memengaruhi kepuasan mereka. Rasulullah shallallahu 'alaihi wa sallam juga bersabda dalam sebuah hadis riwayat Bukhari, "Jauhilah tujuh dosa besar." Di antara dosa-dosa tersebut adalah "menghindari riba." Menurut studi terbaru oleh Kim & Lim (2023), faktor-faktor seperti keandalan sistem, kecepatan transaksi, dan kemudahan navigasi antarmuka pengguna menjadi penentu utama kepuasan pelanggan dalam konteks mobile banking.

Dari sudut pandang Oliver (2020), kepuasan pelanggan juga dipengaruhi oleh sejauh mana pengalaman mereka sesuai dengan harapan. Dalam konteks bisnis Islam, faktor-faktor ini harus dinilai dengan mempertimbangkan prinsip-prinsip bisnis yang sesuai dengan syariah, seperti transparansi, keadilan, dan keberkahan. Dengan demikian, kepuasan pelanggan dalam mobile banking Bank Syariah Indonesia juga akan dipengaruhi oleh sejauh mana layanan tersebut memenuhi prinsip-prinsip tersebut..

### **2.2.2 Mobile Banking**

*Mobile banking* merupakan salah satu inovasi terkini dalam industri perbankan yang memfasilitasi nasabah untuk melakukan transaksi perbankan melalui perangkat mobile mereka, seperti smartphone atau tablet. Dalam konteks kepuasan pelanggan, teori mobile banking mencakup konsep dan fitur-fitur yang memengaruhi pengalaman nasabah dalam menggunakan layanan mobile banking. Menurut penelitian terbaru oleh Yousaf et al. (2023), keamanan tetap menjadi aspek krusial dalam mobile banking. Nasabah perlu merasa bahwa transaksi mereka aman dan terlindungi dari kegiatan yang tidak sah. Implementasi teknologi enkripsi yang canggih, otentikasi ganda, dan sistem deteksi penipuan yang terus ditingkatkan menjadi kunci untuk menjaga keamanan transaksi. Selain itu, kecepatan transaksi

juga tetap menjadi fokus utama. Menurut studi terbaru oleh Zhang et al. (2022), nasabah mengharapkan transaksi yang cepat dan efisien, dengan waktu yang minimal untuk menyelesaikan setiap transaksi, sehingga memberikan pengalaman yang nyaman bagi nasabah. Ketersediaan fitur-fitur yang relevan dan berguna bagi nasabah juga tetap menjadi prioritas. Menurut Kim & Lim (2020), fitur-fitur seperti transfer dana, pembayaran tagihan, cek saldo, dan pembelian produk atau layanan dianggap penting untuk meningkatkan kepuasan nasabah terhadap layanan mobile banking. Antarmuka pengguna (user interface) dari aplikasi mobile banking juga haruslah intuitif dan mudah digunakan. Penelitian terbaru oleh Chang et al. (2023) menegaskan bahwa nasabah harus dapat dengan mudah menavigasi aplikasi, melakukan transaksi, dan mengakses informasi tanpa mengalami kesulitan. Dengan memahami teori mobile banking yang diperbarui ini, Bank Syariah Indonesia dapat mengembangkan layanan mobile banking yang lebih baik dan meningkatkan kepuasan nasabah.

### **2.2.3 Bisnis Islam**

Bisnis Islam memiliki landasan yang kuat dalam prinsip-prinsip syariah, yang mencakup aturan-aturan yang diambil dari Al-Qur'an dan Sunnah Nabi Muhammad SAW. Dalam konteks kepuasan pelanggan, teori bisnis Islam mempertimbangkan aspek-aspek berikut. Menurut Siddiqi (2008), prinsip transparansi menuntut agar bank atau perusahaan beroperasi dengan jujur dan terbuka dalam segala aspek bisnisnya. Ini termasuk transparansi dalam biaya, proses, dan informasi produk kepada pelanggan. Rasulullah SAW bersabda: "Pedagang yang jujur dan amanah akan bersama para nabi, shiddiqin, dan syuhada pada hari kiamat." (HR. Tirmidzi). Selain itu, Kamla & Rammal (2013)

menjelaskan bahwa keadilan adalah prinsip utama dalam bisnis Islam. Bank atau perusahaan harus memperlakukan pelanggan dengan adil dalam setiap transaksi dan kebijakan yang mereka terapkan. Prinsip keadilan ini juga didukung oleh firman Allah SWT dalam Al-Qur'an:

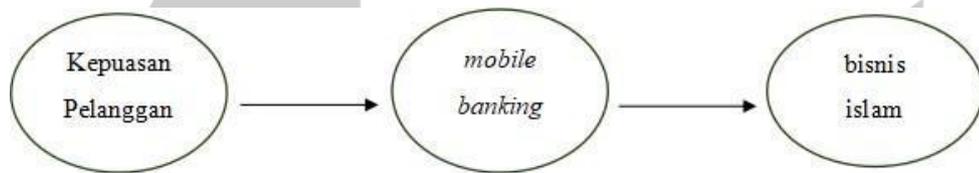
إِنَّا لَأَعْلَمُ بِمَا تُعْمَلُونَ ۗ وَمَنْ يُؤْتَ كَثِيرًا مِّنْ فَضْلِنَا فَلْيَسِّرْهُ وَلَا تُصِغْ لَهُ وَرِثَتَهُ كَمَا كُنْتَ يُصِغُ لِلَّذِينَ كَانُوا مِن قَبْلِكَ ۗ وَاللَّهُ يُؤْتِي حَيْثُ يَشَاءُ ۗ إِنَّهُ عَلِيمٌ ذَكِيمٌ ۗ

"Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) berlaku adil dan berbuat kebajikan..." (QS. An-Nahl: 90).

Prinsip ketidakpastian (gharar) dan penipuan (tadlis) juga harus diperhatikan, sesuai dengan yang dijelaskan oleh El-Gamal (2006). Prinsip ini menekankan pentingnya menghindari transaksi yang melibatkan ketidakpastian berlebihan atau manipulasi informasi. Rasulullah SAW bersabda: "Tinggalkanlah apa yang meragukanmu kepada apa yang tidak meragukanmu. Sesungguhnya kejujuran adalah ketenangan dan kebohongan adalah keraguan." (HR. Tirmidzi). Lebih lanjut, dalam hal penipuan, beliau bersabda: "Penjual dan pembeli memiliki hak khiyar (pilihan) selama mereka belum berpisah. Jika keduanya jujur dan saling memberi tahu, maka jual beli mereka akan diberkahi. Jika mereka menyembunyikan dan berdusta, maka keberkahan jual beli mereka akan terhapus." (HR. Bukhari dan Muslim).

Dengan mempertimbangkan prinsip-prinsip tersebut, Bank Syariah Indonesia dapat mengembangkan strategi bisnis yang lebih berkelanjutan dan berkualitas tinggi, yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan serta memperkuat posisi mereka di pasar.

### 2.3 Kerangka Penelitian



Gambar 2.3. 1 Kerangka Penelitian Analisis Kepuasan Pelanggan mobile banking BSI Perspektif Bisnis Islam

Gambar 2.3.1 di atas menjelaskan bahwa peneliti akan meneliti bagaimana kepuasan pelanggan yang menggunakan m-banking di BSI dan kemudian peneliti menganalisisnya perspektif bisnis islam.