

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada era globalisasi ini, perkembangan teknologi serta informasi merupakan sebuah indikator yang begitu bermanfaat untuk mendukung kesuksesan sebuah perusahaan, tak terkecuali sektor perbankan. Sektor pelayanan keuangan dan jasa perbankan juga salah satu aspek yang terkena digitalisasi. Hadirnya aplikasi dan layanan *mobile banking* adalah salah satu jawaban bagi digitalisasi di sektor perbankan dalam merubah bisnis yang semula berfokus kepada pelayanan *offline* menjadi bisnis dengan skema digital. Model transaksi keuangan digital yang bisa disebut *financial technology (FinTech)* merupakan bentuk realisasi dari perubahan digital bisnis dan transaksi keuangan dalam menjawab tantangan era digitalisasi saat ini.

Besarnya perkembangan pada penggunaan layanan transaksi digital baik oleh perusahaan FinTech maupun perbankan membuat layanan transaksi digital itu sendiri menjadi sentral yang memimpin perubahan ekonomi saat ini. Transaksi digital dapat memberikan kemudahan kepada nasabah karena bisa diakses dengan mudah melalui aplikasi dengan jaringan internet. Kecepatan transaksi digital bisa berjalan dengan instan karena nominal transaksi akan dihitung dan dipindahkan otomatis oleh sistem. Transaksi digital juga dinilai lebih aman dari pencurian atau perampokan secara fisik.

Berkembangnya suatu industri tidak luput dari perkembangan teknologi informasi yang telah mengubah strategi bisnis dunia usaha termasuk di dalam dunia perbankan dengan menempatkan teknologi informasi sebagai unsur utama dalam proses produksi atau pemberian jasa. Salah satu aktifitas perbankan yang memanfaatkan teknologi tersebut adalah aplikasi *e-Banking* atau *Electronic Banking* di mana aplikasi tersebut menawarkan kemudahan antara lain dari penawaran jasa perbankan pada situs-situs atau aplikasi yang dibuat oleh bank yang bersangkutan sampai pada tawaran untuk melakukan transaksi secara online melalui jaringan internet. Ini merupakan salah satu teknik memasarkan suatu perusahaan bank baik itu Bank Pemerintah atau Bank Swasta.

Layanan *E-banking* meliputi sistem yang memungkinkan nasabah bank, baik individu ataupun bisnis untuk mengakses rekening, melakukan transaksi bisnis, atau mendapatkan informasi produk dan jasa bank melalui jaringan pribadi atau publik. Nasabah dapat mengakses *e-banking* melalui piranti pintar elektronik seperti komputer, laptop, telpon genggam, telpon rumah, atau mesin ATM. Lewat sarana ini, setiap orang dapat melakukan pengecekan rekening, transfer dana, pembelian voucher telefon seluler, hingga pembayaran tagihan rekening listrik, telefon, dan air. *Electronic Banking* telah ada di dunia sejak tahun 1994. *Stanford Federal Credit Union* merupakan lembaga keuangan pertama di dunia yang menggunakan internet banking melalui situsnya yang dirilis pada Oktober 1994. Di Indonesia praktik *Electronic Banking* dipelopori oleh salah satu bank swasta nasional

pada medio 1999. *Electronic Banking* sudah pada tahapan transaksional, bukan hanya sekedar informasi (atau sekedar *website*) sebagaimana dimiliki oleh hampir seluruh bank. Beberapa layanan *e-banking* yang disediakan oleh kebanyakan bank antara lain: ATM (*Automatic Teller Machine*), *internet banking*, *mobile banking*, *sms banking*, dan *call*.

Bank di Indonesia yang menawarkan Internet banking diantaranya: Bank Rakyat Indonesia (BRI), Bank Danamon, Bank Central Asia, BNI Syariah, BNI, Bank CIMB, Bank Lippo, dan masih banyak yang menggunakan Internet banking. Berikut Top Brand Indeks Internet dan Mobile Banking di Indonesia :

Tabel 1

Top Brand Indeks Internet dan Mobile Banking di Indonesia

Internet Banking		Mobile Banking	
Merek	TBI	Merek	TBI
Klik BCA	40.2%	M-BCA	47.5%
E Banking BRI	17%	BRI Mobile	17%
E Banking Mandiri	15.19%	BNI Mobile	14%
E Banking BNI	15.8%	Mandiri Mobile	12.9%

Sumber: Top Brand Index 2021 Kategori Banking and Finance. 2022

Berdasarkan Tabel 1, BCA dengan layanan klik BCA dan m-BCA menjadi layanan yang mendapat kepercayaan tinggi bagi sebagian nasabah di Indonesia, sedangkan Bank BNI dengan layanan Internet Banking, Bank Mandiri dan Bank Mandiri Mobile berada di urutan ke keempat dan ketiga.

Tabel 1 menunjukkan animo sebagian nasabah terhadap penggunaan fasilitas

internet banking saat ini sangat tinggi karena memberikan berbagai kemudahan dalam melakukan transaksi keuangan. Pada sisi yang lain, hasil Top Brand Index ini bisa menggambarkan masih rendah tingkat kepercayaan nasabah terhadap layanan *internet banking* Bank BNI dan Bank BNI mobile. Hal ini dibuktikan dari turunnya peringkat Internet Banking BNI dari peringkat ke-3 (2020) menjadi ke peringkat ke-4 (2021). Apabila masalah ini tidak diatasi, maka kepercayaan masyarakat (nasabah) akan amannya transaksi *internet banking* menjadi luntur dan kemungkinan besar layanan *internet banking* akan dihindari oleh masyarakat. Berikut data pengguna *internet banking* di Indonesia:



Sumber : Statistita, 2020

Gambar 1

Presentase penggunaan Internet banking di Indonesia

Berdasarkan survei yang dilakukan, pengguna *Internet banking* dari tahun ke tahun semakin bertambah, disamping itu maka tidak dapat terelakkan bahwa perilaku konsumen banyak berubah dalam melakukan transaksi. Berdsarkan data yang diperoleh dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia statista bahwa presentase penggunaan internet banking di Indonesia dari tahun 2014 – 2019 terus mengalami peningkatan. Tahun 2014 pengguna internet banking di Indonesia hanya sebesar 32.6%, namun pada tahun 2019 pengguna internet banking di Indonesia mencapai 47.6%. Lembaga konsultan global kenamaan McKinsey & Company melakukan survei terhadap lebih dari 900 responden nasabah bank di Indonesia pada 2017. Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa nasabah perbankan Indonesia sangat antusias untuk mengadopsi teknologi perbankan digital. Hampir enam dari sepuluh nasabah perbankan Indonesia antusias untuk menggunakan layanan perbankan digital. Jumlah ini melampaui negara lain seperti Malaysia, Thailand Vietnam dll. Berikut data tingkat penggunaan teknologi Perbankan di Asia :



Sumber : McKinsey & Company (2017)

Gambar 2

Tingkat Penggunaan Teknologi Perbankan di Asia

Dengan adanya layanan *Mobile Banking* yang disediakan oleh sebuah bank, pelayanan akan menjadi cepat dan efektif serta dilakukan di mana pun dan kapan pun selama 24 jam sehari, 7 hari dalam seminggu, sehingga, nasabah tidak perlu repot-repot lagi mengantri di depan teller saat hendak mengirim sejumlah uang. Nasabah dapat dilayani di mana saja, nasabah juga dapat bertransaksi di mana saja.

Sejak dioperasikannya sistem *Mobile Banking* maka para nasabah sekarang ini memiliki pilihan dalam melakukan transaksi. Dalam sistem *Mobile Banking*, transaksi perbankan akan berlangsung dalam dunia maya (*cyber*) dan dilakukan oleh pelaku bisnis tanpa pelayanan dari petugas bank. Konsumen sangat mengedepankan aspek kemudahan, fleksibilitas, efisiensi,

dan kesederhanaan. Perkembangan teknologi informasi yang berkembang pesat ini mempengaruhi hampir seluruh aspek kehidupan dan kegiatan manusia. Karena segi ini akan berubah dari waktu ke waktu menurut perkembangan peradaban manusia yang dinamis. Banyaknya pengguna *m-banking* saat ini tidak menutup kemungkinan terjadi kejahanatan dalam dunia maya atau yang lebih dikenal dengan *cyber crime*. Namun jika dilihat dari kemudahan yang didapat melalui *m-banking*, konsumen dapat dengan mudah memutuskan untuk menggunakan layanan tersebut. Apabila kedua faktor tersebut tidak dipertimbangkan, maka kesejahteraan konsumenlah yang dipertaruhkan, yang mengakibatkan kualitas layanan yang diberikan menurun dan berdampak pada kepercayaan nasabah.

Peningkatan kesejahteraan berhubungan erat dengan perilaku konsumen karena segala keinginan yang akan dilakukan manusia mempengaruhi kesejahteraan. Kesejahteraan akan terwujud dari kepuasan yang diperoleh antara keinginan dan kebutuhan yang diharapkan, seperti halnya penghargaan dan persamaan hak secara bijak.

Menanggapi pelayanan *m-banking* ini, perbankan berusaha untuk meningkatkan dan menjaga kualitas pelayanan yang diberikan untuk menarik minat nasabah. Kualitas dipandang sebagai salah satu alat untuk mencapai keunggulan kompetitif, karena kualitas merupakan salah satu faktor utama yang menentukan pemilihan produk dan jasa bagi nasabah.

Produk pelayanan *m-banking* yang ditawarkan ke nasabah bank dirasa perlu berbeda, untuk membedakan diri dari pesaing pada kriteria lain yang

dapat mempengaruhi kepuasan nasabah. *Mobile banking* adalah fasilitas layanan transaksi perbankan melalui jaringan internet yang dapat diakses 24 jam, *m-banking* akan memberikan nasabah kemudahan, kepraktisan, keamanan serta kenyamanan dalam melakukan transaksi secara online, kapanpun dan dimanapun nasabah berada. Keuntungan menggunakan layanan m-banking yaitu dapat menghemat waktu, nasabah tidak perlu meninggalkan meja kerja, cukup gunakan *Personal Computer*, Laptop atau *smartphone* yang telah terkoneksi dengan jaringan internet.

Tabel 2

Performa Terbaik *Mobile Banking* tahun 2021

No	Nama Bank	Pengguna
1	BNI	96,21
2	BCA	95,08
3	BRI	91,58
4	Mandiri	86,40
5	Bank Artagraha	85,22
6	CIMB Niaga	92,15
7	Bank BTN	78,70

Sumber:Detik.com(2021)

Bank BNI merupakan salah satu bank yang mendapatkan kategori terbaik dalam bidang *Banking and Finance*. Bank BNI memiliki jumlah nasabah yang banyak dan juga tidak dapat dipungkiri memiliki nasabah yang banyak merupakan tanda akan nasabah Bank BNI itu percaya (*Trust*) terhadap kinerja bank tersebut..

Secara teori, kualitas layanan merupakan model yang menggambarkan kondisi konsumen dalam bentuk harapan akan layanan dari pengalaman masa lalu, promosi dari mulut ke mulut dan iklan dengan membandingkan pelayanan yang mereka harapkan dengan apa yang mereka terima atau rasakan Kotler dan Keller, (2016:440). Salah satu cara untuk mengukur kepuasan pelanggan adalah dengan adanya sistem keluhan dan saran karena setiap organisasi yang berorientasi pada pelanggan perlu memberikan kesempatan dan akses yang mudah bagi pelanggan untuk menyampaikan keluhannya seperti melalui saluran telepon bebas pulsa, *website* dan lain-lain sebagaimana dikemukakan oleh Tjiptono dan Chandra (2016:219). Dalam penerapannya, Bank BNI telah menerapkan sistem *customer service* melalui media online yang dapat diakses di www.bankbni.co.id/contact-us/ atau melalui call center 1500046. Dalam layanan tersebut nasabah dapat memulai obrolan dengan *contact center* Bank BNI. Peneliti melakukan pra survey mengenai kualitas layanan *Customer Service* pada Bank BNI Bogor Cabang Pasar Anyar, Berikut hasil pra survey yang peneliti lakukan :

Tabel 3
Pra Survey Kualitas Pelayanan *Customer Service*

No	Pernyataan	Jawaban	
		Ya	Tidak
1	Karyawan BNI siap membantu dan melayani dengan cepat	14	16
2.	Karyawan BNI selalu ramah terhadap nasabah	15	15
3	Karyawan BNI dapat memberikan layanan sesuai dengan kebutuhan nasabah	13	17

Sumber : Pra Survey, 2023

Hasil pra survey diatas menjelaskan bahwa yang mendapatkan Jawaban tertinggi 17 orang menyatakan tidak yakin pernyataan yang terkait dengan memberikan layanan sesuai dengan kebutuhan nasabah. Dan nilai tertinggi nomor dua di peroleh 16 orang menyatakan tidak dengan pernyataan Karyawan BNI siap membantu dan melayani dengan cepat. Hasil pra survey diatas tersebut menjelaskan bahwa masih terdapat karyawan kurang ramah, dan pelayanan yang kurang cepat, sehingga kualitas pelayanan *Customer Service* pada BNI dinilai kurang maksimal.

Peneliti juga melakukan pra survey mengenai kualitas layanan *Mobile Banking* pada Bank BNI Bogor Cabang Pasar Anyar, Berikut hasil pra survey yang peneliti lakukan :

Tabel 4

Pra Survey Kualitas Pelayanan *Mobile Banking*

No	Pernyataan	Jawaban	
		Ya	Tidak
1	Merasa aman dan nyaman dalam bertransaksi menggunakan m-banking di BNI	13	17
2.	Bertransaksi menggunakan m-banking di BNI sangat mudah	12	18
3	Bertransaksi menggunakan m-banking di BNI sangat cepat	14	16

Sumber : Pra Survey, 2023

Hasil pra survey diatas menjelaskan bahwa yang mendapatkan Jawaban tertinggi 18 orang menyatakan tidak yakin pernyataan yang terkait dengan Bertransaksi menggunakan *m-banking* di BNI sangat mudah. Dan nilai tertinggi nomor dua di peroleh 17 orang menyatakan tidak dengan pernyataan Merasa aman dan nyaman dalam bertransaksi menggunakan *m-banking* di

BNI. Hasil pra survey diatas tersebut menjelaskan bahwa kualitas pelayanan *m-banking* pada BNI dinilai kurang maksimal

Peneliti juga melakukan pra survey mengenai kualitas Produk *Mobile Banking* pada Bank BNI Bogor Cabang Pasar Anyar, Berikut hasil pra survey yang peneliti lakukan :

Tabel 5

Pra Survey Kualitas Produk *Mobile Banking*

No	Pernyataan	Jawaban	
		Ya	Tidak
1	Proses login dan transaksi mudah dilakukan	12	18
2.	Semua fitur yang saya butuhkan tersedia di aplikasi mobile banking.	14	16
3	Saya merasa aman dalam melakukan transaksi melalui mobile banking	14	16
4	Aplikasi jarang mengalami gangguan/error.	13	17
5	Saya akan terus menggunakan mobile banking dari bank ini.	11	19

Sumber : Pra Survey, 2023

Berdasarkan hasil pra survei yang dilakukan terhadap lima pernyataan mengenai kualitas produk mobile banking, diperoleh gambaran bahwa mayoritas responden masih merasa kurang puas terhadap beberapa aspek layanan. Pada pernyataan pertama, hanya 12 responden yang menyatakan bahwa proses login dan transaksi mudah dilakukan, sementara 18 responden menjawab tidak, menunjukkan bahwa kemudahan akses aplikasi masih menjadi kendala utama.

Selanjutnya, terkait ketersediaan fitur yang dibutuhkan, hanya 14 responden yang merasa aplikasi mobile banking sudah memenuhi kebutuhan

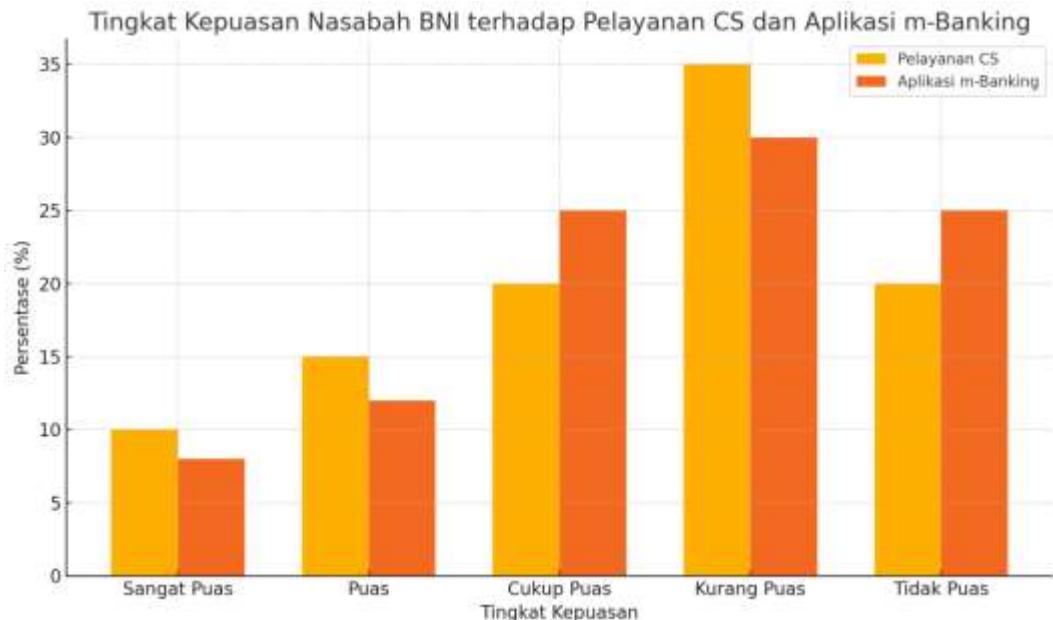
mereka, sedangkan 16 lainnya tidak setuju. Hal serupa juga terjadi pada aspek keamanan, di mana 14 responden merasa aman dalam bertransaksi, sementara 16 lainnya meragukannya.

Dari sisi stabilitas aplikasi, sebanyak 17 responden menyatakan aplikasi masih sering mengalami gangguan atau error, yang berarti hanya 13 responden yang merasa aplikasi berjalan lancar. Terakhir, dalam hal loyalitas pengguna, hanya 11 responden yang menyatakan akan terus menggunakan layanan mobile banking dari bank yang bersangkutan, sedangkan 19 responden memilih tidak.

Hasil pra survei menunjukkan bahwa persepsi pengguna terhadap kualitas produk mobile banking masih tergolong rendah. Sebagian besar responden belum merasakan kemudahan, kelengkapan fitur, keamanan, maupun stabilitas yang optimal dari aplikasi yang mereka gunakan. Hal ini mengindikasikan perlunya evaluasi dan peningkatan pada berbagai aspek layanan agar dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas pengguna di masa mendatang.

Pada industri perbankan, kesetiaan nasabah merupakan salah satu bukti bahwa bank tersebut telah mampu bersaing dalam memberikan pelayanan prima pada setiap nasabah. Kotler dan Keller Donni Juni Priansah (2017:196). menyatakan bahwa mencapai kepuasan merupakan hal yang wajar yang ingin didapatkan oleh semua pihak, baik di lingkungan masyarakat umum maupun lingkungan bisnis dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Kepuasan juga tergantung pada kualitas produk dan jasa. Semakin

tinggi tingkat kualitas, semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan yang dihasilkan.



Sumber : mediakonsumen, 2025

Gambar 3

Tingkat Kepuasan Nasabah BNI

Dari grafik terlihat bahwa proporsi nasabah yang kurang puas dan tidak puas cukup tinggi, khususnya pada layanan CS (35% + 20%) dan m-Banking (30% + 25%), menunjukkan adanya keluhan signifikan di kedua aspek tersebut. Ini dapat menjadi indikator bagi BNI untuk meningkatkan kualitas layanan pelanggan dan memperbaiki kinerja aplikasi digitalnya.

Tabel 6
Pra Survey Kepuasan Nasabah

No	Pernyataan	Jawaban	
		Ya	Tidak
Proses peningkatan kualitas pelayanan dan rasa senang			
1	Puas dengan upaya Bank BNI dalam meningkatkan kualitas pelayanan	13	17
Proses manajemen sediaan			
2.	Fasilitas mobile banking BNI mudah digunakan dan lengkap.	12	18
Proses pemesanan sampai dengan pembayaran			
3	Prosedur administrasi transaksi di BNI mudah dipahami.	14	16
Proses pelayanan kepada konsumen			
4	Petugas BNI tanggap dalam menangani keluhan nasabah.	13	17

Sumber : Pra Survey, 2023

Berdasarkan hasil analisis terhadap proses peningkatan kualitas pelayanan di Bank BNI, sebagian besar nasabah menunjukkan kepuasan terhadap upaya yang dilakukan oleh pihak bank dalam meningkatkan layanan. Meskipun demikian, terdapat beberapa area yang masih dapat diperbaiki untuk lebih memenuhi ekspektasi nasabah.

Pada proses manajemen sediaan, fasilitas mobile banking BNI dinilai cukup mudah digunakan dan lengkap oleh sebagian nasabah. Hal ini mencerminkan keberhasilan bank dalam menyediakan layanan digital yang ramah pengguna, meskipun ada beberapa aspek yang masih perlu ditingkatkan untuk memperluas fungsionalitasnya.

Pada proses pemesanan dan pembayaran, prosedur administrasi transaksi di BNI umumnya mudah dipahami oleh nasabah, namun perlu adanya peningkatan komunikasi terkait prosedur atau perubahan sistem agar nasabah lebih memahami dengan jelas langkah-langkah yang harus diikuti.

Pada proses pelayanan kepada konsumen, meskipun petugas BNI dianggap tanggap dalam menangani keluhan nasabah, masih terdapat ruang untuk memperbaiki responsivitas dan efisiensi dalam menangani masalah yang lebih kompleks. Meningkatkan kualitas pelatihan kepada petugas untuk memberikan solusi yang lebih cepat dan tepat akan sangat berkontribusi pada kepuasan nasabah

Berdasarkan Fenomena diatas maka dari itu penulis tertarik untuk mengadakan penelitian mengenai “Pengaruh Kualitas Pelayanan *Customer Service* dan Kualitas Produk *Mobile Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BNI Bogor.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan hasil pra survey, wawancara yang peneliti lakukan, maka peneliti mengidentifikasi masalah sebagai berikut :

1. Karyawan BNI belum memberikan layanan sesuai dengan kebutuhan nasabah.
2. Karyawan belum sigap dalam membantu dan melayani nasabah secara cepat.
3. Karyawan kurang ramah dalam berinteraksi dengan nasabah
4. Nasabah Kesulitan dalam Akses dan Transaksi
5. Nasabah merasa tidak aman dan nyaman saat bertransaksi menggunakan *mobile banking*.
6. Fitur Aplikasi Belum Memadai
7. Gangguan Teknis yang Masih Sering Terjadi

8. Nasabah tidak puas dengan Bank BNI dalam kualitas pelayanan
9. Fasilitas mobile banking BNI susah digunakan dan kurang lengkap
10. Prosedur administrasi transaksi di BNI susah dipahami
11. Petugas BNI kurang tanggap dalam menangani keluhan nasabah

C. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah diuraikan sebelumnya, agar tidak terjadi kesalahpahaman dalam pembahasan serta untuk memperjelas fokus penelitian, penulis menetapkan batasan masalah faktor-faktor yang mempengaruhi Kepuasan Nasabah berdasarkan teori Kotler (2017:46), yang meliputi aspek proses peningkatan kualitas pelayanan dan rasa senang, proses manajemen sediaan (fasilitas yang disediakan), proses pemesanan sampai dengan pembayaran (administrasi) , Proses pelayanan kepada konsumen. Adapun variabel-variabel yang diteliti dibatasi pada: Kualitas Pelayanan, yang terdiri dari, *Tangible*, *Emphathy*, *Responsiveness*, *Reliability* dan *Assurance*. Kulaitas Produk, yang mencakup, Bentuk (*form*), Fitur (*feature*), Penyesuaian (*Customization*), Kualitas Kinerja (*Performance Quality*), Kualitas Kesesuaian (*Conformance Quality*) , Ketahanan (*Durability*), Kenadalan (*Realibility*), Kemudahan Perbaikan (*Repairability*). Penelitian ini tidak membahas faktor-faktor lain di luar variabel-variabel tersebut, sehingga pembahasan akan tetap terfokus dan tidak melebar ke aspek-aspek di luar ruang lingkup penelitian

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah dan identifikasi masalah, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah Kualitas Pelayanan *Costumer Service* berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah BNI
2. Apakah Kualitas Produk *Mobile Banking* berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah BNI
3. Apakah Kualitas Pelayanan *Costumer Service* dan Kualitas Produk *Mobile Banking* berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah BNI

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan memahami:

1. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan *Costumer Service* terhadap Kepuasan Nasabah
2. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk *Mobile Banking* terhadap Kepuasan Nasabah
3. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan *Costumer Service* dan Kualitas Produk *Mobile Banking* terhadap Kepuasan Nasabah Bank BNI pada Bank BNI Bogor Cabang Pasar Anyar

F. Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian yang dilakukan, diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

a. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan bagi perkembangan ilmu pengetahuan pada umumnya, khususnya dalam bidang pemasaran. Manfaat dari penelitian ini juga untuk menambah pengetahuan dan pemahaman mengenai adanya Pengaruh Kualitas Pelayanan *Costumer Service* dan Kualitas Produk *Mobile Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah Bank dan dapat membandingkan antara pengetahuan dengan praktek yang terjadi di lapangan.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Instansi

Sebagai evaluasi bagian pemasaran pada Bank BNI Bogor Cabang Pasar Anyar untuk meningkatkan pemasaran dan diharapkan penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan atau masukan kepada peusahaan dalam mengelola pemasaran.

b. Bagi Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pembelajaran dan pengaplikasian ilmu pengetahuan di bidang pemasaran

c. Bagi Pihak Lain

Penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai acuan dan bahan pembelajaran bagi penelitian selanjutnya dengan pembahasan yang sama.

G. Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan dan mengetahui alur penelitian skripsi ini maka akan diberikan gambaran mengenai isi skripsi sebagai berikut:

BAB I : Pendahuluan

Bab ini merupakan bab awal dalam penulisan penelitian yang terdiri dari latar belakang, identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : Tinjauan Pustaka

Bab ini merupakan penggambaran mengenai teori-teori menurut para ahli yang relevan terhadap penelitian dan jurnal penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian. Adapun didalam bab ini terdapat teori mengenai variabel Pengaruh Kualitas Pelayanan *Costumer Service* dan Kualitas Produk *Mobile Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah, Kerangka Pemikiran dan Hipotesis Penelitian.

BAB III : Metodologi Penelitian

Bab ini menguraikan tentang metodologi penelitian, Lokasi penelitian, variabel penelitian kualitas pelayanan, *customer service*, dan kualitas produk mobile banking, operasional variabel, teknik pengumpulan data, populasi dan sampel, metode Analisis data, instrumen penelitian.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Menerangkan tentang isi dari penelitian mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan Customer Service Dan Kualitas Produk Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Bni Bogor

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Menerangkan hasil kesimpulan dari pembahasan dan memberikan saran bagi perusahaan