

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Dewasa ini, dunia modern teknologi telah memasuki era society 5.0. Dimana transformasi dan perubahan besar terjadi pada setiap sektor industri, salah satu diantaranya sektor industri perbankan di Indonesia. Hal ini dapat dijumpai dari persaingan bisnis yang semakin ketat. Persaingan menuntut setiap instansi untuk bekerja lebih cepat, tepat, serta efektif.<sup>1</sup> Semakin banyak bank yang beroperasi di tanah air yang mendorong industri perbankan adaptif dan inovatif dengan perkembangan dan pola perilaku. Perkembangan industri perbankan saat ini sudah menjadi kebutuhan di era ini, hal ini menghadirkan serta memberikan suatu dampak manfaat dan kemudahan bagi masyarakat global yang kita sebut masyarakat digital melalui layanan dan fitur yang sangat beragam termasuk layanan *m-banking*. Hampir sebagian bank komersial dan syariah memiliki layanan ini dengan saluran pengiriman yang sangat umum seperti Anjungan Tunai Mandiri (ATM), serta jenis saluran pengiriman lainnya diantaranya via *email message*, telepon, dan internet..<sup>2</sup> Dengan adanya *m-banking* memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi.

---

<sup>1</sup> Putri Amalia and Anna Zakiyah Hastriana, “Pengaruh Kemanfaatan , Kemudahan Keamanan , Dan Fitur *M-Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Bertransaksi Pada Bank Syariah Indonesia ( Studi Kasus BSI KCP Sumenep ),” *Alkasb Journal Of Islamic Economics* 1, no. 1 (2022): 70–89.

<sup>2</sup> Ibid.

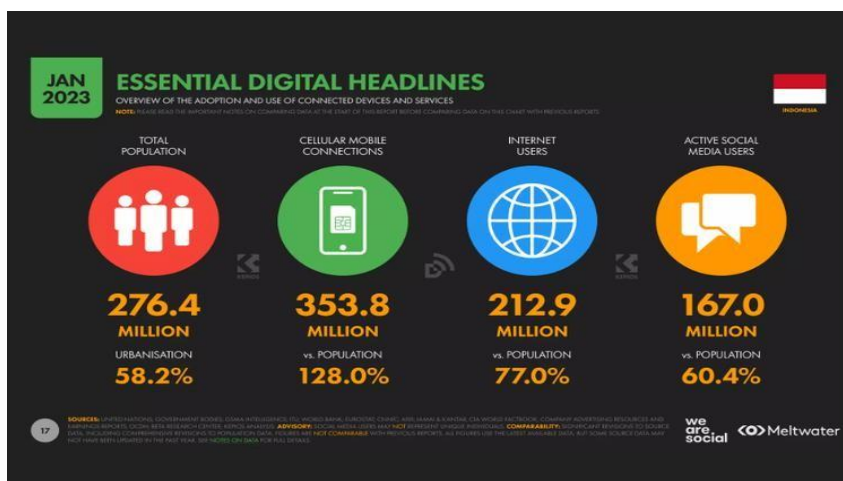
Menurut Widjaya dalam Ahmad dan Pambudi mengemukakan bahwasannya kemudahan penggunaan merupakan keyakinan setiap individu (*personal*) bahwa menggunakan sistem teknologi informasi tidak akan merepotkan (*free of effort*).<sup>3</sup> Kemajuan teknologi yang sangat masif turut dirasakan dan berdampak kepada negara-negara di dunia saat ini, salah satunya Indonesia. Pada saat ini, terjadi reformasi dan transformasi menuju era digital. Salah satunya yaitu dengan kehadiran dan kemajuan teknologi informasi, khususnya internet. Internet merupakan kebutuhan pokok (primer) masyarakat saat ini, terutama bagi pengguna teknologi informasi. Internet sudah mulai merambat ke seluruh aspek kehidupan mulai dari dunia bisnis, pendidikan, kesehatan, transportasi, dan lain-lain sebagai wujud perkembangan teknologi dan informasi.<sup>4</sup> Penyebaran internet telah membawa berbagai manfaat dan peluang bagi masyarakat, nasabah, dan perusahaan suatu negara khususnya dalam memacu pertumbuhan ekonomi dan lapangan pekerjaan, pengembangan pasar yang lebih

---

<sup>3</sup> Ahmad and Bambang Setiyo Pambudi, "Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Keamanan Dan Ketersediaan Fitur Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank Dalam Menggunakan *Internet Banking* (Studi Pada Program Layanan *Internet Banking* BRI)," *Journal of Chemical Information and Modeling* 53, no. 9 (2013): 1689–1699.

<sup>4</sup> Andrew Shandy Utama, "Digitalisasi Bank Konvensional Dan Bank Syariah," *Jurnal Ilmu Hukum, Perundang - undangan dan Pranata Sosial* 6, no. 2 (2021): 113–126.

kompetitif, penghematan biaya, dan penyederhanaan pelayanan jasa. Internet juga menciptakan model bisnis baru yang mengubah dasar-dasar ekonomi usaha dan menurunkan jam biaya transaksi.



Gambar 1.1 Pengguna Internet di Indonesia

Menurut laporan atau data *We Are Social* pengguna (*user*) internet di Indonesia telah mencapai angka 212,9 juta per Januari 2023. Hal ini menunjukkan sekitar 77% dari populasi Indonesia telah menggunakan internet. Jumlah ini semakin meningkat signifikan setiap tahun. Berdasarkan data *We Are Social* mencatat, sekitar 63,5 juta penduduk Indonesia belum terkoneksi dengan internet pada awal tahun 2023.<sup>5</sup> Hal ini diikuti dengan kehadiran dunia industri perbankan yang adaptif dan inovatif dengan perubahan zaman.

<sup>5</sup> Galuh Putri Riyanto, "Pengguna Internet di Indonesia Tembus 210 Juta pada 2022" [https:// www. google. com/ url? sa= i& url= https% 3A% 2F% 2F tekno. kompas. com% 2F read% 2F 2022% 2F 06% 2F 10% 2F 19350007% 2F pengguna- internet- di- indonesia- tembus- 210- juta- pada- 2022](https://www.google.com/url?sa=i&url=https%3A%2F%2Ftekno.kompas.com%2Fread%2F2022%2F06%2F10%2F19350007%2Fpengguna-internet-di-indonesia-tembus-210-juta-pada-2022) (diunduh pada 28 Februari 2023)

Pada era modern ini, *habbit* masyarakat dalam hal sikap perilaku mulai berubah. Dalam melakukan transaksi, mereka kini cenderung mengedepankan aspek kemudahan, fleksibilitas, dan kesederhanaan. Fenomena dan realita ini menjadi peluang dan tantangan besar dunia perbankan. Situasi ini mendorong industri harus sigap dan tanggap dalam menjalankan fungsi dan tanggungjawabnya, terutama dalam memperoleh kepercayaan (*trust*) masyarakat serta mampu memenuhi atau menangani kebutuhan masyarakat akan produk dan layanan perbankan yang aman, nyaman, dan berkualitas.

Perlu diketahui bahwasannya bank mempunyai peranan yang sangat signifikan dan strategis dalam memanjakan nasabahnya. Oleh karena itu, kehadiran layanan *internet banking* atau *m-banking* sebagai media alternatif dalam memberikan kemudahan-kemudahan bagi nasabah dan menjadi solusi yang efektif dan membantu aktivitas mereka. Kelebihan-kelebihan yang dimiliki internet menjadi nilai *plus* sendiri seperti tidak terbatas ruang dan waktu (*anytime-any where*) dan lembaga perbankan tidak lagi memerlukan pengembangan kantor baru atau wilayah baru, dimana biaya yang dibutuhkan sangat besar.

Perkembangan *digital banking* yang dikomparasikan dengan sains ilmu pengetahuan yang semakin maju menyebabkan perusahaan

dituntut untuk berinovasi, salah satu contohnya yaitu industri perbankan yang memanfaatkan layanan *internet banking* atau *m-banking* sehingga memungkinkan terjadi adanya interaksi dan komunikasi dua arah secara lebih baik dan dapat mempromosikan layanannya sendiri. Sebenarnya terdapat dua tujuan yang ingin direalisasikan oleh suatu bank ketika ia memperluas layanan jasanya melalui *internet banking* atau *m-banking*. Pertama, produk-produk yang dipromosikan harus ekuivalen dengan biaya yang murah (terjangkau) dan potensi nasabah yang lebih besar. Kedua, dapat melakukan hubungan di setiap tempat dan kapan saja, baik pada siang atau malam hari.<sup>6</sup>

Menurut Widjaya dalam Ahmad dan Pambudi mengemukakan bahwasannya terdapat indikator-indikator sebagai pedoman terkait dengan kemudahan penggunaan (*ease of use*) diantaranya, mudah dipelajari fleksibel, dapat mengontrol pekerjaan, dan mudah digunakan.<sup>7</sup> Menurut Widjaya dalam Ahmad dan Pambudi mengemukakan bahwasannya terdapat beberapa indikator yang dipakai

---

<sup>6</sup> Juergen Seitz dan Eberhand Stickel, "*Internet Banking: An Overview*" <http://www.arraydev.com/commerce/JIBC/980I-8.htm>, (diakses pada 7 Maret 2023)

<sup>7</sup> Ahmad and Pambudi, "Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Keamanan Dan Ketersediaan Fitur Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank Dalam Menggunakan *Internet Banking* (Studi Pada Program Layanan *Internet Banking* BRI)." *Journal of Chemical Information and Modeling* 53, no. 9 (2013): 1689–1699.

sebagai acuan terkait persepsi manfaat layanan *m-banking* diantaranya, penggunaan teknologi dapat meningkatkan produktivitas pengguna, penggunaan teknologi dapat meningkatkan kinerja pengguna, penggunaan teknologi dapat meningkatkan produktivitas pengguna, dan penggunaan teknologi dapat meningkatkan efisiensi proses yang dilakukan pengguna (*user*).<sup>8</sup>

Hal ini dibuktikan dengan respon agresif dan masif pihak bank dalam mengembangkan layanan dan jasa-jasa yang diselaraskan dengan perkembangan digital teknologi. Sebagai contoh, saat ini perbankan sudah mengeluarkan suatu layanan yang bernama *mobile banking* atau *m-banking*. Sebagai implementasi, perbankan syariah menawarkan fasilitas layanan *mobile banking*. Berbagai manfaat dan benefit didapat dari *m-banking* yang berfungsi sebagai alternatif melakukan transaksi perbankan secara *daring* menggunakan internet.<sup>9</sup> Menurut Novitasari, *mobile banking* merupakan suatu fasilitas layanan yang disediakan oleh pihak bank untuk memberi dukungan kelancaran, kemudahan, serta keefektifan beragam transaksi perbankan yang dilakukan oleh nasabah dengan memanfaatkan layanan data

---

<sup>8</sup> Intan & Lucky, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Danamon Indonesia, Tbk. Cabang Ranotana," *Journal of Economic, Business and Accounting (COSTING)* 3, no. 1 (2022): 98–105.

<sup>9</sup> Mislah Hayati Nasution and Sutisna Sutisna, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Terhadap *Internet Banking*," *Nisbah: Jurnal Perbankan Syariah* 1, no. 1 (2015): 62.

internet dari telepon/operator selular.<sup>10</sup>

Hal serupa dikemukakan oleh pakar ekonomi yaitu Ujang Sumarwan mengemukakan bahwasannya *mobile banking* fasilitas yang dihadirkan perbankan melalui media elektronik seperti telepon selular dan internet.

Jika dilihat secara saksama, *mobile banking* mirip dengan *internet banking*.<sup>11</sup> Hal ini yang menyebabkan tidak harus membuat nasabah datang langsung ke kantor, cukup dengan mengirimkan *message* ke pusat yang telah difasilitasi dan disediakan oleh pihak bank. Fasilitas yang diberikan oleh bank secara tidak langsung atau tersirat memengaruhi tingkat kepuasan nasabah. Semakin besar manfaat yang ditawarkan serta sesuai dengan kebutuhan (*need*), maka akan semakin positif dan baik citra perbankan tersebut, begitupun sebaliknya. Layanan perbankan seperti *m-banking* bukan hanya dibutuhkan oleh kalangan menengah ke atas saja, akan tetapi ke semua elemen atau lapisan masyarakat.

Produk *m-banking* merupakan bagian layanan *e-banking* dapat ditemukan pada perangkat digital diantaranya *handphone*, laptop, komputer (*PC*), telepon rumah (*house phone*), dan *Automatic Teller*

---

<sup>10</sup> Novitasari Putri Wulandari, Nadya Novandriani, and Karina Moeliono, "Analisis Faktor-Faktor Penggunaan Layanan *Mobile Banking* Di Bandung," *Bisnis Dan Iptek* (2017): 139–149.

<sup>11</sup> Ujang Sumawan, *Perilaku Konsumen*, (Jakarta: PT Ghaila Indonesia, 2011), h.346

*Machine* (ATM).<sup>12</sup> Kehadiran layanan *m-banking* yang begitu masif dan cepat pada industri perbankan syariah disebabkan tuntutan pemenuhan kebutuhan masyarakat era digital yang memprioritaskan dan mengutamakan mobilitas dan kecepatan. *Mobile banking* menawarkan kemudahan dalam melakukan transaksi. Terdapat beberapa keuntungan-keuntungan yang diperoleh, baik itu oleh nasabah maupun pihak bank. Salah satu benefit untuk nasabah yaitu tidak harus mengantri panggilan sehingga menghemat waktu. Akan tetapi, masih banyak kita temukan sebagian nasabah yang masih bertransaksi via manual (*luring*) dibandingkan dengan menggunakan dan memanfaatkan layanan *m-banking* via digital (*daring*).

Seiring dengan kemajuan sains dan ilmu pengetahuan yang semakin canggih dan pesat, BSI mulai menyesuaikan diri dan beradaptasi dengan setiap perubahan dan transformasi menuju digitalisasi. Berdasarkan data, Indonesia merupakan negara dengan jumlah populasi penduduk muslim terbesar di dunia, serta adanya pertumbuhan bonus demografi di tanah air semakin menjadi peluang (*opportunity*) yang harus dimanfaatkan.<sup>13</sup> Beragam fasilitas layanan

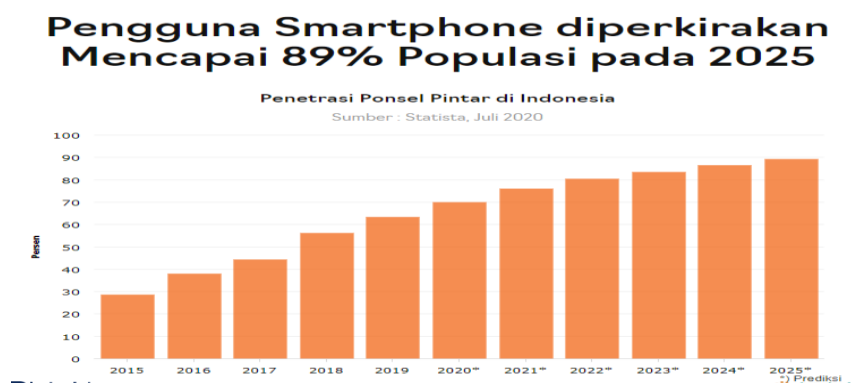
---

<sup>12</sup> Misyella Fanny Christiani and Intan Immanuela, "Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Keamanan Terhadap Minat Menggunakan *E-Banking* Pada Nasabah Bank Di Madiun," *JRMA / Jurnal Riset Manajemen dan Akuntansi* 9, no. 3 (2022): 220–232.

<sup>13</sup> Mukhtisar, Ismail Rasyid Ridla Tarigan, and Evriyenni Evriyenni,



yang ditawarkan dan dihadirkan oleh BSI *Mobile* bagi pengguna (*user*) nya seperti cek saldo, transfer, pembayaran *top up*, tagihan pulsa, listrik, air, dan lain-lain, fitur-fitur islami seperti waktu ibadah solat, *juz amma*, layanan berbagi ZISWAF, arah kiblat' dan masjid). Hal ini sangat membantu masyarakat dengan penuh kesibukan untuk dapat memanfaatkan ponsel dengan didukung oleh signal yang memadai. Ponsel merupakan kebutuhan primer masyarakat modern saat ini untuk memperoleh beragam informasi yang terbaru (*update*) dan juga penting (*urgent*).



Gambar 1.2 Pengguna *Smartphone* di Indonesia

Mengutip data terbitan *Katadata*, penggunaan ponsel akan terus meningkat. Pada tahun 2018, setengah dari populasi masyarakat Indonesia menggunakan ponsel. Estimasinya hingga tahun 2025

---

“Pengaruh Efisiensi, Keamanan Dan Kemudahan Terhadap Minat Nasabah Bertransaksi Menggunakan *Mobile Banking* (Studi Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Ulee Kareng Banda Aceh),” *Jihbiz: Global Journal of Islamic Banking and Finance*. 3, no. 1 (2021): 56.

setidaknya terdapat 89% penduduk Indonesia yang akan memanfaatkan beragam fitur yang ada di ponsel. Tidak dapat dipungkiri, ponsel menjadi kebutuhan yang lazim untuk semua kalangan masyarakat. Tidak jarang seseorang memiliki lebih dari satu ponsel untuk menunjang aktivitas dan pekerjaannya.<sup>14</sup>

Menurut pasal 1 dalam Ketentuan Umum Undang-Undang Nomor Tahun 2012 Tahun 2008 mengemukakan bahwasannya bank syariah yaitu segala yang berhubungan/tersangkut dengan bank syariah dan unit usaha syariah (UUS) yang mencakup didalamnya kelembagaan, kegiatan jasa usaha, serta cara dan proses dalam menjalankan kegiatan usahanya.<sup>15</sup> Lahirnya *m-banking* merupakan langkah atau upaya memasarkan produk jasa perbankan serta membantu/memudahkan nasabah dimanapun dan kapanpun (*anywhere-anytime*). Tujuan (*goals*) dari kegiatan pemasaran (*marketing*) untuk sebuah instansi perusahaan, baik itu *goals* jangka pendek maupun *goals* jangka panjang. Salah satu tujuannya yakni mempertahankan produk-produk yang sudah ada serta terus meningkatkan kualitas dan *upgrade* agar mampu bersaing.

---

<sup>14</sup> Ainun Jamilah “Pengguna Ponsel di Indonesia Bakal Mencapai 89 Persen Populasi pada 2025”, <https://www.goodnewsfromindonesia.id/2020/10/06/pengguna-smartphone-di-indonesia-diperkirakan-mencapai-89-populasi-pada-2025>, (diakses pada 13 Desember 2022, pukul 10.50 WIB).

<sup>15</sup> Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008, tentang Perbankan Syariah

Kasmir mengemukakan bahwasannya ada tujuan-tujuan suatu instansi perusahaan melakukan kegiatan pemasaran, diantaranya, Pertama, untuk memenuhi kebutuhan akan suatu manfaat produk/jasa, Kedua, memenuhi keinginan (*want*) nasabah akan suatu produk/jasa, Ketiga, menghadirkan kepuasan secara maksimal terhadap pengguna (*user*) nasabahnya, Keempat, meningkatkan penjualan dan laba (*profit*), Kelima, memperbesar kegiatan usaha, Keenam, menguasai pasar dan menghadapi para pesaing atau kompetitor.<sup>16</sup>

Kepuasan nasabah menjadi tolak ukur (*role model*) bagi perusahaan untuk kedepannya atau mungkin ada beberapa hal yang harus dirubah, dievaluasi, atau dikembangkan karena dikhawatirkan muncul ungkapan (*statement*) dari nasabah yang merasa kurang puas, bahkan tidak puas dan dirugikan. Kekecewaan nasabah menyebabkan rasa enggan datang berkunjung ke kantor bank dan bisa mengeluhkan rasa ketidakpuasannya terhadap perusahaan tersebut kepada nasabah lain. Hal ini sangat dihindari dan menjadi bahan evaluasi kedepannya untuk menjaga citra atau nama baik perusahaan. Kepuasan nasabah terhadap suatu produk ataupun jasa bersifat tak berwujud (*abstract*) serta sesuatu yang tidak mudah diperoleh oleh perusahaan Pelayanan

---

<sup>16</sup> Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana, 2005), hal. 59

yang baik yaitu pelayanan yang aman,nyaman,cepat, serta tepat sehingga dapat sesuai dengan harapan nasabah, serta menimbulkan kepuasan yang positif bagi nasabah. Selain itu, layanan yang maksimal dan profesional dari pihak bank akan mampu mengatasi problematika nasabah yang kompleks.

Menurut Irwan dalam Intan Monica dkk mengemukakan bahwasannya setidaknya terdapat beberapa indikator kepuasan nasabah, diantaranya, Pertama, perasaan puas (produk dan *service* nya), Kedua, pelanggan loyal, senantiasa menggunakan produk apabila harapannya terpenuhi, Ketiga, akan merekomendasikan (*recommended*) kepada khalayak/orang lain, Keempat, terpenuhinya harapan pelanggan setelah membeli produk.<sup>17</sup>

Dari ulasan di atas, maka peneliti berkeinginan meriset dan mengkaji lebih intens dengan judul penelitian berupa ***“Pengaruh Kemudahan Dan Manfaat Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Di Kota Serang (Studi Kasus Nasabah BSI KC Serang)”***

---

<sup>17</sup> Intan and Lucky, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Danamon Indonesia, Tbk. Cabang Ranotana,” *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)* 3, no. 1 (2022): 98–105.

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan dan dijelaskan, penulis mencoba menelaah masalah-masalah yang terjadi. Penelitian ini berfokus mengenai pengaruh kemudahan dan manfaat layanan *m-banking* terhadap kepuasan nasabah. Sampel diambil dari nasabah BSI KC Serang yang menggunakan *m-banking*.

1. Rendahnya pemahaman dan kesadaran masyarakat terhadap konsep syariah sehingga secara tidak langsung memengaruhi pola perilaku nasabah yang lebih condong melakukan transaksi via manual (*luring/offline*)
2. Penggunaan *m-banking* yang dianggap sulit, rumit, dan meragukan karena Karena asumsi (*statement*) nasabah menganggap bahwa berhubungan dalam hal transaksi secara langsung via *teller* lebih mudah, aman, dan tidak menyulitkan.
3. Terjadinya kegagalan transaksi, *miss communication*, dan gangguan *server/provider* yang terus berulang secara tersirat menimbulkan kekecewaan bagi nasabah.

## **C. Batasan Masalah**

Untuk memfokuskan penulisan dan memudahkan analisa, maka penulis perlu membuat batasan-batasan masalah. Batasan-batasan

dalam penulisan ini yaitu responden merupakan pengguna dan pernah menggunakan BSI *Mobile*. Objek penelitian dibatasi pada nasabah BSI KC Serang.

#### **D. Rumusan Masalah**

Dari problematika dan permasalahan di atas, penulis mengidentifikasi beberapa rumusan masalah sebagai berikut:

- a. Apakah kemudahan pada layanan *m-banking* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah BSI KC Serang secara parsial?
- b. Apakah manfaat pada layanan *m-banking* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah BSI KC Serang secara parsial?
- c. Apakah kemudahan dan manfaat pada layanan *m-banking* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah BSI KC Serang secara simultan?

#### **E. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan pemaparan rumusan masalah di atas, bagi penulis penelitian ini bertujuan untuk mengetahui:

1. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh kemudahan pada layanan *m-banking* terhadap kepuasan nasabah BSI KC Serang secara parsial. .
2. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh manfaat pada

layanan *m-banking* terhadap kepuasan nasabah BSI KC Serang secara parsial.

3. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh kemudahan dan manfaat pada layanan *m-banking* terhadap kepuasan nasabah BSI KC Serang secara parsial.

## **F. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi pihak-pihak yang bersangkutan:

- a. Manfaat secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan sebagai sarana (wasilah) pendukung pembelajaran, sehingga menambah khazanah keilmuan mahasiswa/i untuk memahami lebih dalam dan intens tentang pentingnya (*urgent*) sistem informasi, wabil khusus pembahasan terkait *mobile banking* bank syariah.

- a. Bagi pihak akademik, diharapkan penelitian ini mampu mendatangkan manfaat sebagai khazanah literatur tambahan, serta dapat digunakan dan dipakai sebagai bahan referensi, terkhusus dalam aspek bidang teknologi bank syariah'.
- b. Bagi peneliti selanjutnya, besar harapan penulis agar

hasil penelitian ini dapat menjadi referensi atau rujukan serta perbandingan (*comparison*) untuk para peneliti setelahnya yang akan meneliti satu frekuensi terkait pengaruh kemudahan dan manfaat layanan *m-banking* terhadap kepuasan nasabah bank syariah di kota Serang, sehingga mampu menutupi (*cover*) kelemahan dan kekurangan penelitian-penelitian sebelumnya.

b. Manfaat secara Praktik

Penelitian ini diharapkan menambah dan menghasilkan manfaat, serta dapat menjadi bahan pertimbangan, perbaikan, evaluasi, sehingga penggunaannya bisa sesuai dengan tujuan (*goals*) yang ingin dicapai perusahaan dalam hubungan dengan pemanfaatan teknologi informasi dalam bentuk transaksi secara *online* di perbankan.

## **G. Sistematika Penulisan**

Untuk memudahkan poin-poin yang akan dikaji dan dibahas dalam penelitian (*riset*) akan disusun beberapa BAB berisi uraian, diantaranya:



- BAB I PENDAHULUAN** : yakni sub bagian awal pendahuluan yang mencakup atau terdiri atas latar belakang, rumusan, tujuan, manfaat, penelitian terdahulu, metode, dan sistematika pembahasan.
- BAB II KAJIAN PUSTAKA** : merupakan kajian pustaka untuk membahas teori-teori dan pemikiran-pemikiran yang berhubungan dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu menjelaskan tentang Kemudahan dan Manfaat Layanan *Mobile Banking*. Teori yang didapat akan menjadi landasan pendukung.
- BAB III METODE PENELITIAN** : menguraikan secara rinci mengenai objek penelitian dan sumber data, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, teknik pengukuran data, variabel penelitian, jenis metode penelitian, dan teknik analisis data

**BAB IV HASIL DAN  
PEMBAHASAN :**

Memuat deskripsi singkat hasil penelitian yang terdiri dari deskripsi responden, pengujian dan hipotesis.

**BAB V PENUTUP :**

Merupakan bagian akhir yang berisi kesimpulan berdasarkan hasil peneliti dan diakhiri dengan saran sebagai bahan evaluasi dan perbaikan.