

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN *INTERNET BANKING*
TERHADAP KEPUASAN NASABAH BSI
(Studi pada Mahasiswa Prodi Perbankan Syariah
Universitas Muhammadiyah Aceh)**

Skripsi

Diajukan Oleh:

**KHAIRUN MASYITHAH
NPM. 1905190021**



**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH ACEH
BANDA ACEH
1445 H/2023 M**

PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : PENGARUH KUALITAS LAYANAN *INTERNET BANKING* TERHADAP KEPUASAN NASABAH BSI
(Studi pada Mahasiswa Prodi Perbankan Syariah Universitas Muhammadiyah Aceh)

Nama : KHAIRUN MASYITHAH

NPM : 1905190021

Program Studi : PERBANKAN SYARIAH

Banda Aceh, 07 Agustus 2023

Disetujui Oleh:

Tim Pembimbing

Pembimbing Pertama,



Puji Aryani, S.E., M.Sc., Ph.D

NIDN.1313036901

Pembimbing Kedua,



Harisna Rais, S.H.I., M.E.I

NIDN.1315069001

PERSETUJUAN TIM PENGUJI MUNAQASYAH SKRIPSI

Judul Skripsi:

PENGARUH KUALITAS LAYANAN *INTERNET BANKING* TERHADAP
KEPUASAN NASABAH BSI (Studi pada Mahasiswa Prodi Perbankan Syariah
Universitas Muhammadiyah Aceh)

Nama : KHAIRUN MASYITHAH

NPM : 1905190021

Program Studi : PERBANKAN SYARIAH

Telah Dipertahankan di Depan Tim Penguji Munaqasyah Skripsi
Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Aceh
Dinyatakan Lulus dan Diterima sebagai Tugas Akhir
Penyelesaian Program Sarjana (S1)

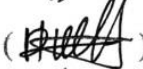
Pada Hari/Tanggal:

07 Agustus 2023 M
Senin, 20 Muharram 1445 H

di

Banda Aceh

Tim Penguji,

- | | | | |
|----|---|------------|---|
| 1. | <u>Puji Aryani, S.E., M.Sc., Ph.D</u>
<u>NIDN.1313036901</u> | Ketua | () |
| 2. | <u>Anzarina Anwar, S.Pd.I</u>
<u>NIDN. -</u> | Sekretaris | () |
| 3. | <u>Harisna Rais, S.H.I., M.E.I</u>
<u>NIDN.1315069001</u> | Penguji I | () |
| 4. | <u>M. Naufal Hidayat, Lc., M.E</u>
<u>NIDN.1311059003</u> | Penguji II | () |

Mengetahui,

Dekan Fakultas Agama Islam

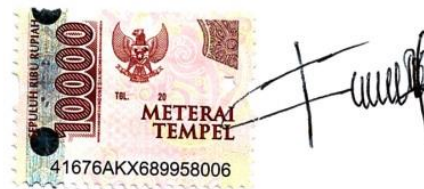
Universitas Muhammadiyah Aceh


Dr. Rosnidarwati, S.Ag., M.A
NIDN.1314077801

PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Layanan Internet Banking terhadap Kepuasan Nasabah BSI (Studi pada Mahasiswa Prodi Perbankan Syariah Universitas Muhammadiyah Aceh)”** ini sepenuhnya karya saya sendiri. Tidak ada bagian di dalamnya yang merupakan plagiat dari karya orang lain dan saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan keilmuan yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung resiko/sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila di kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan dalam karya saya ini, atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Banda Aceh, 07 Agustus 2023
Yang membuat pernyataan,



KHAIRUN MASYITHAH
NPM. 1905190021

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur kehadiran Allah SWT, yang telah memberikan kenikmatan terutama nikmat sehat sehingga penulis masih senantiasa diberikan kreatifitas dan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Layanan *Internet Banking* terhadap Kepuasan Nasabah BSI (Studi pada Mahasiswa Prodi Perbankan Syariah Universitas Muhammadiyah Aceh”**.

Penyelesaian penulisan skripsi ini banyak mendapat berbagai pengarahan, bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Untuk itu, melalui tulisan ini penulis mengucapkan rasa terimakasih yang tak terhingga dan apresiasi yang sebesar-besarnya disampaikan kepada:

1. **Ibu Dr. Rosnidarwati, S.Ag., MA.** selaku Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Aceh yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian.
2. **Ibu Puji Aryani, S.E., M.Sc., Ph.D.** selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah dan dosen pembimbing I, yang telah meluangkan waktu, memberikan arahan dan bimbingan dalam penyusunan skripsi ini sehingga berjalan dengan baik.
3. **Ibu Harisna Rais, S.H.I., M.E.I.** selaku dosen pembimbing II, yang telah memberikan banyak arahan dan bimbingan yang sangat berarti demi kesempurnaan skripsi ini.
4. Seluruh Bapak/Ibu dosen dan Staf pengajar pada Prodi Perbankan Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Aceh yang telah memberi

masuk, kemudahan, dukungan serta arahan sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini.

5. Teristimewa untuk kedua orang tuaku tercinta, Ayahanda **Abdullah** dan Ibunda **Faridah** yang selalu menjadi penyemangat dan sandaran terkuat dari kerasnya dunia. Beliau memang tidak sempat merasakan pendidikan sampai bangku kuliah, namun berkat do'a yang selalu mereka berikan sehingga penulis mampu menyelesaikan studinya sampai sarjana. Karya ini penulis persembahkan untuk Ayah dan Ibu, sebagai wujud terimakasih atas segala pengorbanan, kesabaran, merawat serta membesarkan selama ini. Semoga Allah senantiasa memuliakan kalian baik didunia maupun diakhirat. Aamiin.
6. Kepada cinta kasih saudara-saudara saya, terimakasih atas segala do'a, usaha, dan motivasi yang telah diberikan kepada adik terakhir ini.
7. Semua pihak yang telah memberikan sumbangsinya baik moril maupun materil sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari dalam penulisan dan penyajian skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan baik dari segi penulisan, isi, maupun susunannya. Akhirnya kepada Allah SWT penulis berserah diri karena tidak ada yang terjadi tanpa kehendak-Nya. Semoga tulisan ini bermanfaat bagi banyak pihak dan semoga kita semua mendapat manfaatnya. Aamiin Ya Rabbal 'Alamin.

Banda Aceh, 07 Agustus 2023

Khairun Masyithah

ABSTRAK

Khairun Masyithah (2023). Pengaruh Kualitas Layanan *Internet Banking* terhadap Kepuasan Nasabah BSI (Studi pada Mahasiswa Prodi Perbankan Syariah Universitas Muhammadiyah Aceh)

Internet merupakan salah satu contoh dari produk multimedia yang dihasilkan oleh manusia melalui kecanggihan perkembangan teknologi informasi yang selalu mengiringi kebutuhan manusia. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah kualitas layanan *Internet Banking* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Pendekatan dalam penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif asosiatif. Subjek dalam penelitian ini adalah mahasiswa Prodi Perbankan Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Aceh yang menggunakan layanan *Internet Banking* sebanyak 83 orang. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner, sedangkan teknik analisis data menggunakan uji normalitas, uji heteroskedastisitas dan regresi linier sederhana. Hasil penelitian diperoleh bahwa: (1) pada uji normalitas signifikansi kedua variabel sebesar 0.090 dan $0.110 > 0.05$ maka dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal, (2) pada uji heteroskedastisitas diperoleh signifikansi variabel X sebesar 0.053 dan Y 0.108 yang artinya > 0.05 . Sesuai dengan keputusan uji heteroskedastisitas apabila nilai $\text{sig} > 0.05$ maka data tidak terjadi heteroskedastisitas, (3) pada uji regresi linier sederhana nilai F hitung sebesar 12.411 yang artinya lebih besar dari F tabel 1.663, dan perolehan signifikansi $0.000 < 0.05$. Dari nilai tersebut dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara variabel kualitas layanan *Internet Banking* (X) terhadap variabel kepuasan nasabah (Y). Kesimpulan dari penelitian ini dapat interpretasikan bahwa kualitas layanan *Internet Banking* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada mahasiswa Prodi Perbankan Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Aceh.

Kata Kunci: Kualitas Layanan *Internet Banking*, Kepuasan Nasabah

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERSETUJUAN KOMISI PENGUJI	iii
PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
A. Bank Syariah Indonesia (BSI)	10
B. Kualitas Layanan	13
1. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kualitas Layanan.....	15
2. Mengukur Kualitas Layanan.....	18
C. <i>Internet Banking</i>	19
1. Pengertian <i>Internet Banking</i>	19
2. Sejarah <i>Internet Banking</i>	21
3. Landasan Hukum Al-Qur'an dan Undang-Undang.....	21
4. Fatwa <i>E-money</i>	23
5. Fitur-Fitur <i>Internet Banking</i>	27
6. Cara Kerja <i>Internet Banking</i>	28
D. Pengertian Kepuasan Konsumen/Nasabah	29
E. Penelitian Terdahulu	32
F. Kerangka Penelitian.....	35
G. Hipotesis Penelitian	35
BAB III METODO PENELITIAN.....	36
A. Jenis Penelitian.....	36
B. Lokasi Penelitian	36
C. Variabel Penelitian	36
D. Definisi Operasional Variabel.....	37
E. Populasi dan Sampel	38
F. Jenis Data	39
G. Teknik Pengambilan Data	39
H. Instrumen Penelitian.....	40
I. Skala Pengukuran.....	41

J. Uji Validitas dan Uji Reabilitas	42
K. Analisis Data	43
1. Uji Asumsi Klasik	43
a. Uji Normalitas	43
b. Uji heteroskedastisitas	44
L. Uji Hipotesis.....	45
1. Uji Linier Sederhana	45
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	46
A. Gambaran Umum Penelitian	46
1. Visi dan Misi Bank Syariah Indonesia (BSI)	47
2. Karakteristik Responden Berdasarkan Program Studi	48
3. Persentase Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	48
4. Persentase Jumlah Responden Berdasarkan Usia.....	48
5. Persentase Jumlah Responden Berdasarkan Lama Menggunakan <i>Internet Banking</i>	49
B. Deskripsi Data Penelitian	49
1. Deskripsi Variabel Kualitas Layanan <i>Internet Banking</i> (X).....	50
2. Deskripsi Variabel Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia (Y)	56
C. Hasil Analisis Data.....	61
1. Hasil Uji Validitas	61
2. Hasil Uji Reliabilitas	62
3. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	64
a. Hasil Uji Normalitas	64
b. Hasil Uji Heteroskedastisitas Glejser	64
c. Hasil Uji Regresi Linier Sederhana	66
D. Pembahasan.....	66
1. Pengaruh Kualitas Layanan <i>Internet Banking</i> Terhadap Kepuasan Nasabah	67
BAB V PENUTUP.....	71
A. Kesimpulan	71
B. Saran.....	71
DAFTAR PUSTAKA.....	73

LAMPIRAN

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi tidak dapat dipisahkan dengan kehidupan manusia, tingginya mobilitas manusia di era *modern* serta semakin kuatnya arus globalisasi di tengah-tengah kehidupan manusia menyebabkan adanya perpindahan arus teknologi dan informasi maupun komunikasi antar manusia maupun perusahaan. Proses perpindahan informasi dan adanya komunikasi kini tidak hanya dengan tatap muka dan waktu yang lama melainkan dengan memanfaatkan teknologi multimedia yang sangat cepat yang membuat tidak adanya lagi jurang keterbatasan berkomunikasi.

Perkembangan generasi muda pun juga tidak kalah melesatnya dengan perkembangan teknologi. Banyak dari generasi muda saat ini yang mendapatkan maupun memberikan informasi menggunakan teknologi komunikasi yang *modern*. Internet merupakan salah satu teknologi informasi *modern* yang saat ini dimanfaatkan oleh generasi muda.

Internet merupakan salah satu contoh dari produk multimedia yang dihasilkan oleh manusia melalui kecanggihan perkembangan teknologi informasi yang selalu mengiringi kebutuhan manusia. Dunia internet dikenal juga dengan media sosial yang selalu membayangi generasi muda yang *modern*. Media sosial sangat dibutuhkan, karena dengan adanya internet pengguna bisa mendapatkan informasi yang dibutuhkan lebih cepat. Kemajuan informasi yang semakin pesat telah membuka ruang kehidupan manusia semakin luas tanpa batas (Utami, 2014).

Dengan hadirnya internet tidak hanya memudahkan masyarakat untuk mengakses informasi, tetapi juga memudahkan masyarakat dalam menggunakan sektor jasa keuangan, namun dukungan terhadap kelancaran jaringan juga berperan penting terhadap kesuksesan menggunakan jasa keuangan ini. Jasa keuangan yang diberikan melalui internet biasanya dikenal dengan *Electronic Banking* (Agustina et al, 2019). Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) pada Pasal 1 menjelaskan bahwa *Electronic Banking* adalah layanan bagi nasabah bank untuk memperoleh informasi, melakukan komunikasi, dan melakukan transaksi perbankan melalui media elektronik.

Kemajuan dunia perbankan semakin berkembang seiring berjalannya waktu, dibutuhkan pelayanan yang baik bagi pengguna layanan yang ada di perbankan, baik itu perbankan yang berbasis konvensional maupun yang menggunakan sistem syariah. *Internet Banking* memberikan keuntungan yang sangat besar bagi penggunanya yaitu mempermudah nasabah dalam menjalankan aktifitasnya, karena pelayanan tersebut nasabah dapat mengakses dan melakukan transaksi kapan saja dan dimana saja, tidak di batasi ruang dan waktu.

Pada kemajuan informasi sekarang ini, perilaku nasabah banyak perubahan dalam melakukan transaksi, nasabah sangat memprioritaskan aspek kemudahan, fleksibilitas, efisiensi, dan kesederhanaan. Perkembangan teknologi informasi yang berkembang pesat ini mempengaruhi hampir seluruh aspek kehidupan dan kegiatan manusia. Peningkatan kesejahteraan berhubungan erat dengan perilaku nasabah karena segala keinginan yang akan dilakukan manusia mempengaruhi kesejahteraan dan kelayakan hidup. Kesejahteraan tersebut akan terwujud dari

kepuasaan yang diperoleh antara keinginan dan kebutuhan yang diharapkan, sama halnya dengan penghargaan dan persamaan hak secara bijak (Suriadi, 2021:127).

Perkembangan dan kemajuan teknologi telekomunikasi, multimedia, dan teknologi informasi yang akhirnya akan sangat berpengaruh dalam perubahan tatanan organisasi dan hubungan sosial kemasyarakatan. Perkembangan teknologi ini juga dapat menimbulkan berbagai macam masalah tetapi tidak menjadi alasan masyarakat untuk menghindari penggunaan teknologi ini dalam kehidupan sehari-hari mereka, karena jika menghindari masuknya arus teknologi maka kita akan tetap terkurung oleh keterbelakangan (Setiawan, 2017). Maka dari sini sangat pentingnya peran kebijakan teknologi informasi untuk mampu memfasilitasi tercapainya pertumbuhan dan pembangunan ekonomi suatu negara.

Perubahan teknologi informasi membawa sebuah perubahan dalam masyarakat. Lahirnya media sosial menjadikan pola perilaku masyarakat mengalami pergeseran yang signifikan baik itu budaya, etika dan norma. Indonesia dengan jumlah penduduk yang bisa dikatakan sangat besar dengan berbagai kultur suku, ras dan agama yang berbeda memiliki banyak sekali potensi perubahan sosial. Berbagai kalangan dan usia hampir semua masyarakat Indonesia memiliki dan menggunakan media sosial sebagai salah satu sarana untuk memperoleh dan menyampaikan informasi ke publik. Dampak positif dari menggunakan media sosial yaitu dapat memudahkan kita untuk berinteraksi dengan banyak orang, memperluas pergaulan, jarak dan waktu bukan lagi masalah, lebih mudah dalam mengekspresikan diri, penyebaran informasi dapat berlangsung secara cepat, dan biayanya tentu menjadi lebih murah. Sedangkan

dampak negatifnya yaitu menjauhkan orang-orang yang sudah dekat dan sebaliknya, interaksi secara tatap muka cenderung menurun, membuat orang-orang menjadi kecanduan terhadap internet, menimbulkan konflik, masalah privasi, rentan terhadap pengaruh buruk orang lain (Cahyono, 2016).

Teknologi informasi tersedia secara melimpah dan dapat diakses dengan mudah dan cepat melalui internet. Sebagian besar masyarakat Indonesia sudah merasa puas menggunakan internet untuk memenuhi kebutuhan informasi mereka. Namun penyebaran teknologi di Indonesia bisa dibilang masih kurang merata, masih banyak daerah terpencil yang tidak merasakan fungsi teknologi informasi dalam mempermudah kehidupan masyarakat dan bahkan mendengar kata internet pun jarang bahkan bisa dibilang tidak pernah. Hal ini mengakibatkan terjadinya *Digital divide*. *Digital divide* merupakan kesenjangan antara yang mempunyai kemampuan dalam hal akses, dan pengetahuan dalam penggunaan teknologi *modern* dengan mereka yang tidak punya kesempatan menikmati teknologi yang ada atau dapat dikatakan sebagai kesenjangan bagi mereka yang menggunakan teknologi dengan yang tidak (Rosana, 2010: 144)

Dikarenakan kurangnya infrastruktur yang tersedia mengakibatkan terjadinya kesenjangan digital (*digital divide*), infrastruktur yang dimaksud seperti internet, listrik, dan komputer (Oktavianoor, 2020:11). Pemerataan infrastruktur tidak dilakukan dengan baik oleh pemerintah sehingga masih banyak masyarakat yang tinggal di pedesaan tidak terjangkau oleh teknologi internet seperti masyarakat yang tinggal di perkotaan sehingga masyarakat tersebut tidak turut berkembang seperti masyarakat kota. Karena infrastruktur yang kurang memadai,

mengakibatkan proses edukasi untuk pengembangan Sumber Daya Manusia (SDM) ikut terhambat. Masyarakat yang tinggal di pedesaan cenderung menerima berita-berita yang tidak benar (*hoax*) dikarenakan tidak mencari tahu dan menerima berita tersebut secara mentah-mentah. Selain itu, kurangnya pemanfaatan internet membuat masyarakat menyalahgunakan kegunaan internet, seperti hanya untuk hiburan saja. Pada umumnya, mereka menggunakan internet hanya untuk kepuasan tersendiri seperti melakukan *chatting*, melihat *Instagram* dan *instastory*, membuka *Youtube* untuk menonton *channel* yang sedang *trend* tetapi tidak memiliki manfaat bagi mereka (Teja 2015:66).

Kualitas layanan (*service quality*) adalah perbandingan layanan antara kenyataan dan harapan nasabah, jika kenyataan yang diterima lebih dari yang diharapkan, maka layanan dapat dikatakan bermutu dan nasabah akan puas, sebaliknya jika kenyataan kurang dari yang diharapkan, maka layanan dikatakan tidak bermutu dan nasabah akan kecewa atau tidak puas (Arif, 2010).

Sedangkan kualitas produk (*product quality*) yaitu, produk dikatakan berkualitas apabila sesuai dengan yang dibutuhkan oleh nasabah dan mampu bersaing dengan produk sejenis yang diproduksi oleh kompetitor (Arianto dan Moslempreneur, 2017). Nasabah akan merasa puas apabila hasil evaluasi menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas. Apabila produk yang diharapkan nasabah tidak sesuai dengan kenyataan yang ada, dapat dipastikan nasabah tidak akan merasa puas. Sebaliknya, apabila produk sesuai atau lebih baik dari yang diharapkan nasabah, maka nasabah akan merasa puas.

Kualitas layanan dan kepuasan nasabah memiliki hubungan yang erat. Menurut Rangkuti (2013) tidak ada gunanya produk yang berkualitas kalau tidak diimbangi dengan kualitas layanan yang luar biasa. Nasabah akan merasa kecewa karena tidak memperoleh layanan dengan baik. Sebaliknya, layanan yang luar biasa juga tidak akan ada artinya apabila tidak didukung oleh produk yang berkualitas yang sesuai dengan harapan nasabah. Sedangkan menurut Kotler Keller (2009), semakin tinggi tingkat kualitas, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan nasabah yang dihasilkan.

Sampai saat ini, Universitas Muhammadiyah Aceh telah bekerjasama dengan lembaga keuangan bank yaitu Bank Syariah Indonesia (BSI) dalam proses pembayaran uang kuliah. Kerjasama yang terjalin antara kedua belah pihak, memegang peranan penting dalam pelayanan jasa transaksi keuangan pada mahasiswa. Bank Syariah Indonesia (BSI) berupaya untuk memberikan pelayanan jasa yang terbaik pada mahasiswa, diantaranya seperti transaksi pembayaran uang kuliah. Oleh karena itu, Bank Syariah Indonesia (BSI) harus meningkatkan kualitas layanan yang ada pada *Internet Banking* guna memudahkan setiap nasabahnya yang akan melakukan transaksi.

Hal ini bisa dikatakan mahasiswa mengalami masa transisi dimana sebelumnya dalam urusan pembayaran keuangan perkuliahan mahasiswa tersebut melakukan transaksi langsung dengan datang ke bank untuk melakukan setor tunai melalui teller bank. Dan sekarang ini, mahasiswa tidak lagi melakukan proses pembayaran tersebut dikarenakan pihak Bank Syariah Indonesia (BSI) telah mengeluarkan layanan *Internet Banking* untuk mengcover transaksi tersebut.

Sehingga ada aspek yang dirasakan oleh mahasiswa akan ekspektasi terhadap kepuasan dengan terjadinya perubahan tersebut. Ini tentu menyebabkan setiap mahasiswa diharuskan memiliki akun rekening maupun *Internet Banking* Bank Syariah Indonesia (BSI) untuk bisa melakukan transaksi tersebut.

Hasil wawancara dengan nasabah pengguna *Internet Banking* Bank Syariah Indonesia (BSI) yang bernama Wulan Darina, mengatakan bahwa kualitas layanan *Internet Banking* masih rendah karena *Internet Banking* ketika diakses sering error, contohnya apabila melakukan transfer terlalu malam biasanya muncul layanan tidak tersedia. Namun, meskipun layanan *Internet Banking* yang diterimanya lebih rendah dari harapannya, ia mengaku tetap merasa puas dan menggunakannya kembali karena dengan adanya layanan *Internet Banking* ia tidak perlu pergi ke bank untuk melakukan berbagai transaksi bahkan gratis biaya administrasi atas penggunaan *Internet Banking* tersebut.

Berdasarkan uraian diatas, peneliti tertarik untuk meneliti lebih lanjut dengan judul **“Pengaruh Kualitas Layanan *Internet Banking* terhadap Kepuasan Nasabah BSI (Studi pada Mahasiswa Prodi Perbankan Syariah Universitas Muhammadiyah Aceh)”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan data di atas, maka terdapat tiga rumusan masalah dalam penelitian ini yakni:

1. Bagaimanakah kualitas layanan *Internet Banking* Bank Syariah Indonesia?
2. Bagaimanakah tingkat kepuasan nasabah dalam menggunakan *Internet Banking* Bank Syariah Indonesia?

3. Apakah kualitas layanan *Internet Banking* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui kualitas layanan *Internet Banking* Bank Syariah Indonesia.
2. Untuk mengetahui tingkat kepuasan nasabah dalam menggunakan *Internet Banking* Bank Syariah Indonesia.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan *Internet Banking* terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis
 - a. Untuk menambah pengetahuan dan wawasan peneliti sendiri tentang *Internet Banking*
 - b. Sebagai referensi bagi penelitian selanjutnya yang dilakukan dimasa yang akan datang.
 - c. Pembaca, untuk menambah wawasan tentang *Internet Banking* sehingga bisa mempengaruhi untuk menggunakan jasa layanan *Internet Banking*.
2. Manfaat Praktis

Bagi pihak yang menyediakan layanan *Internet Banking*, membantu pihak yang memberikan jasa layanan *Internet Banking* memahami kendala masyarakat dalam penggunaan dan dapat dijadikan bahan untuk meningkatkan pelayanan yang diberikan.

Bagi pihak pengguna dapat memudahkan transaksi tanpa harus datang ke cabang bank langsung, namun cukup menggunakan perangkat telepon seluler ataupun perangkat elektronik lainnya yang memiliki akses internet.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Bank Syariah Indonesia (BSI)

Industri perbankan di Indonesia mencatat sejarah baru dengan hadirnya PT. Bank Syariah Indonesia Tbk (BSI). Bank Syariah Indonesia (BSI) merupakan bank hasil merger atau proses penggabungan antara PT. Bank BRI Syariah Tbk, PT. Bank Syariah Mandiri dan PT. Bank BNI Syariah. Secara resmi di keluarkan surat izin oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) atas penggabungan ketiga bank tersebut pada tanggal 27 Januari 2021 melalui surat Nomor SR-3/PB.1/2021. Kemudian pada tanggal 1 Februari 2021 atau 19 Jumadil Akhir 1442 H diresmikan secara langsung oleh Presiden Joko Widodo di Istana Negara atas penggabungannya Bank Syariah Indonesia (BSI) di Indonesia. Penggabungan ini menyatukan kelebihan dan kekurangan dari ketiga Bank Syariah tersebut, sehingga menghadirkan layanan yang lebih lengkap, jangkauan yang lebih luas, serta memiliki kapasitas permodalan yang lebih baik.

Lahirnya Bank Syariah Indonesia (BSI) diharapkan dapat menjadi energi baru pembangunan ekonomi nasional serta berkontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat luas. Potensi Bank Syariah Indonesia (BSI) untuk terus berkembang dan menjadi bagian dari kelompok Bank Syariah terkemuka di tingkat global sangat terbuka.

Nilai perusahaan Bank Syariah Indonesia (BSI) mencakup nilai dan budaya yang menjadi landasan cara berpikir, berperilaku, dan bertindak, untuk kemudian ditanamkan sebagai budaya kerja yang diterjemahkan ke dalam akhlak,

yaitu: (1) Amanah yaitu, memegang teguh kepercayaan yang diberikan. (2) Kompeten yaitu, terus belajar dan mengembangkan kapabilitas. (3) Harmonis yaitu, saling peduli dan menghargai perbedaan. (4) Loyal yaitu, berdedikasi dan mengutamakan kepentingan Bangsa dan Negara. (5) Adaptif yaitu, terus berinovasi dan antusias dalam menggerakkan ataupun menghadapi perubahan. (6) Kolaboratif yaitu, membangun kerja sama yang sinergis (<http://www.ir-bankbsi.com/>).

Tujuan di bentuknya Bank Syariah Indonesia (BSI) untuk menjadi Bank Syariah terbesar, menjadi barometer market di Indonesia dan mempunyai daya saing global. Tujuan merger yang di lakukan oleh Bank Syariah Indonesia (BSI) antara lain:

1. Sinergi yang baik demi Meningkatkan Layanan untuk Nasabah Bank Syariah

Dengan menggabungkan ketiga Bank Syariah besar, tentu akan tergabung tiga layanan bank dalam satu pintu untuk mengoptimalkan prospek bisnis dan pengembangan perbankan syariah di Indonesia. Sinergitas yang dihasilkan dari merger ini tentu akan semakin kuat dan kokoh dan sejalan dalam visi Bank Syariah di Indonesia dimasa depan.

2. Perbaikan Proses Bisnis

Akan sangat mudah bagi pemerintah untuk mengawal prinsip syariah yang di jalankan oleh Bank Syariah Inonesia (BSI) dan tentu saja ini akan memperbaiki proses bisnis syariah yang sudah berjalan baik selama ini. Meski ada tantangan dalam hal penggabungan nasabah, tantangan ini akan sebanding dengan proses bisnis syariah yang semakin baik kedepannya karena di kelola oleh satu bank.

3. *Risk Management*

Pengelolaan Bank Syariah Indonesia (BSI) akan meminimalisir risiko-risiko yang mungkin terjadi dalam pengelolaan bisnis perbankan di masa depan. Keberhasilan Bank Syariah Indonesia (BSI) saat ini yang berawal dari hasil merger ketiga bank sebelumnya menjadi pelajaran bahwa risiko perbankan bisa diminimalisir jika ketiga Bank Syariah plat merah ini digabungkan menjadi satu.

4. Sumber Daya Instansi

Bank Syariah Indonesia (BSI) akan menyeleksi sumber daya terbaik untuk menjalankan industri perbankan syariah lebih baik lagi dibandingkan jika berjalan sendiri dengan tiga entitas berbeda. Hal ini akan membuat setiap instansi dan jajaran direksi akan diisi oleh tenaga profesional dan bekerja dalam satu payung lembaga dengan visi dan misi yang searah.

5. Penguatan Teknologi Digital

Pengembangan teknologi dan inovasi perbankan terus bermunculan dan ini adalah tugas dari Bank Syariah Indonesia (BSI) untuk menyeragamkan teknologi syariah yang ada di Indonesia. Harapannya, teknologi digital yang diusung oleh Bank Syariah Indonesia (BSI) dapat menjadi tolak ukur untuk sistem teknologi informasi berbasis syariah dalam skala nasional. Dari segi teknologi, Bank Syariah Indonesia (BSI) membuat *website* serta aplikasi *mobile* berbasis *online* yang memudahkan masyarakat dalam mengaksesnya (<http://www.ir-bankbsi.com/>).

B. Kualitas Layanan

Layanan merupakan suatu tindakan sukarela dari satu pihak ke pihak lain dengan tujuan hanya sekedar membantu, atau adanya permintaan kepada pihak lain untuk memenuhi kebutuhannya secara sukarela. Pelayanan adalah aspek yang tidak bisa disepelekan dalam persaingan bisnis manapun, karena dengan pelayanan tersebut nasabah akan menilai kemudian menimbang apakah selanjutnya dia akan loyal kepada pemberi layanan tersebut. Hingga tak jarang para pebisnis memaksimalkan layanannya untuk menarik nasabah sebesar-besarnya (Mawey, Tumbel & Ogi 2018:1201).

Beberapa pengertian layanan secara umum menurut para ahli, yaitu, Purwadarminta (1995) menyebutkan layanan menyediakan segala apa yang dibutuhkan orang lain. Tjiptono (2013) menyebutkan layanan adalah kegiatan yang dilakukan perusahaan kepada pelanggan yang telah membeli produknya. Sedangkan Barata (2003), menyebutkan bahwa pelayanan akan terbentuk karena adanya proses pemberian layanan tertentu dari pihak penyedia layanan kepada pihak yang dilayani.

Hal tersebut sesuai dengan pendapat Kotler (2017) bahwa pengertian layanan adalah setiap kegiatan atau manfaat yang ditawarkan oleh suatu pihak pada pihak lain pada dasarnya tidak terwujud, serta tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu. Menurut pendapat Kotler diatas, bentuk pelayanan dapat berbentuk apa saja, yaitu setiap kegiatan atau manfaat yang ditawarkan kepada pihak lain yang mungkin tidak berkaitan dengan produk fisik. Pelayanan yang diberikan diharapkan dapat memuaskan nasabah dalam menggunakan layanan

yang ditawarkan, kemudian pada tahap berikutnya diharapkan dapat meningkatkan nasabah pengguna layanan tersebut sebanyak mungkin serta mampu mempertahankan nasabah yang sudah ada (Laksana, 2018:85). Adapun pendapat dari ahli yang lain pelayanan adalah sebagai tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada anggota (Kasmir, 2017:47).

Cara yang dapat dilakukan agar penjualan jasa atau suatu perusahaan lebih unggul dibandingkan perusahaan pesaing yaitu dengan memberikan layanan yang sebaik mungkin dan memuaskan bagi nasabah tersebut. Tingkat kepuasan nasabah terhadap jasa yang akan mereka terima dapat dibentuk berdasarkan pengalaman dan saran yang mereka peroleh. Nasabah lebih memilih pemberi jasa berdasarkan peringkat kepuasan dan setelah menikmati jasa tersebut mereka akan membandingkan dengan yang mereka harapkan. (Hendrayani 2018:71)

Tingkat kualitas pelayanan tidak hanya dinilai berdasarkan sudut pandang perusahaan, tetapi harus dipandang dari sudut penilaian anggota. Oleh karena itu, dalam menjalankan strategi dan program pelayanan, perusahaan harus berorientasi pada kepentingan nasabah dengan cara memperhatikan komponen kualitas nasabah (Riadi, Kamase & Mapparenta, 2021:38). Kualitas layanan (*service quality*) sangat penting untuk menciptakan strategi bersaing bagi setiap organisasi pemasaran, baik perusahaan manufaktur maupun penyediaan jasa.

Kualitas pelayanan bisa didapatkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan nasabah serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan nasabah. Dengan memberikan kualitas layanan yang baik, maka nasabah atau

pengguna jasa pelayanan tersebut akan merasakan kepuasan atas pemenuhan kebutuhan yang dibutuhkannya. Jadi bisa di simpulkan bahwa kualitas layanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan nasabah (Putro et al, 2014:2).

Berdasarkan uraian di atas, kualitas memiliki hubungan yang sangat erat dengan kepuasan nasabah, yaitu kualitas memberikan suatu dorongan khusus bagi para nasabah untuk menjalin hubungan kerja yang saling menguntungkan dalam jangka panjang dengan perusahaan tersebut. Dengan demikian perusahaan akan memahami dengan seksama harapan nasabah serta kebutuhan mereka seperti apa. Perusahaan dapat meningkatkan kepuasan nasabah, yang kemudian kepuasan tersebut dapat menciptakan kerjasama yang baik antara nasabah dengan perusahaan yang memberikan kualitas yang memuaskan (Ulwiyati, 2013).

1. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kualitas Layanan

Sebuah perusahaan jasa harus memberikan jasa yang berkualitas lebih tinggi dibandingkan dengan perusahaan pesaing. Yaitu dengan memenuhi atau melebihi kualitas layanan terhadap pelanggan.

Menurut Parasuraman, dikutip oleh Tjiptono (2011) menyatakan ada lima kesenjangan (*gap*) yang menyebabkan pelayanan tidak berjalan lancar, yaitu:

- a. Kesenjangan antara harapan nasabah dan pandangan manajemen, dimana manajemen tidak mengetahui dengan tepat apa yang diinginkan oleh nasabah.
- b. Kesenjangan antara persepsi manajemen tentang harapan nasabah dan spesifikasi kualitas jasa (manajemen tidak mengetahui harapan nasabah) yang

terjadi karena tidak adanya interaksi secara langsung antara manajemen dengan nasabah atau ketidaksiapan manajemen dalam menangani keduanya.

- c. Kesenjangan antara memilih desain dan standar jasa yang benar, karena permintaan nasabah itu sulit di tebak atau cara perusahaan dan karyawannya membuat jasa tersebut tidak bisa di rubah.
- d. Kesenjangan antara penyampaian jasa aktual dengan komunikasi eksternal kepada nasabah (tidak menyampaikan jasa dengan standar yang benar kepada nasabah), dimana keinginan nasabah dipengaruhi oleh janji-janji yang dibuat perusahaan.
- e. Kesenjangan antara jasa yang diinginkan sukar diterima (perusahaan menjanjikan hal-hal yang tidak sesuai dengan yang sebenarnya terjadi), akibatnya terjadi perbedaan antara janji dengan yang sebenarnya yang diinginkan nasabah.

Menurut Tjiptono (2011) ada beberapa macam faktor yang menyebabkan kualitas layanan tidak berjalan dengan baik, yaitu:

- a. Produksi dan konsumsi yang terjadi secara simultan

Pada saat memberikan pelayanan dibutuhkan kehadiran dan dukungan dari pelanggan. Kemudian timbul masalah-masalah sehubungan dengan interaksi produsen dan konsumen. Beberapa kekurangan yang mungkin ada pada karyawan dalam memberikan pelayanan dan dapat berpengaruh terhadap persepsi nasabah mengenai kualitas layanan yang diberikan, seperti tidak terampilnya karyawan dalam melayani nasabah, menggunakan bahasa yang kurang sopan atau bersikap tidak menyenangkan.

b. Intensitas tenaga kerja yang tinggi

Keterlibatan tenaga kerja dalam memberikan pelayanan dapat menimbulkan masalah pada kualitas, seperti upah yang rendah tidak sesuai dengan pekerjaan yang mereka kerjakan.

c. Dukungan terhadap nasabah internal (nasabah perantara) kurang memadai

Supaya dapat memberikan pelayanan yang efektif, karyawan memerlukan dukungan dan fungsi-fungsi utama manajemen seperti pemasaran, operasi keuangan dan Sumber Daya Manusia (SDM). Dukungan itu berupa peralatan seperti seragam serta pelatihan agar mampu memberikan informasi yang semestinya.

d. Komunikasi karyawan dengan nasabah

Komunikasi yang baik sangatlah penting antara karyawan dengan nasabah. Apabila terjadi kesenjangan komunikasi, akibatnya memicu penilaian atau persepsi yang negatif terhadap kualitas pelayanan.

e. Memperlakukan semua nasabah dengan cara yang sama

Nasabah adalah manusia yang memiliki beragam sifat, karena mereka memiliki pengalaman dan emosi yang berbeda. Oleh karena itu, tidak semua nasabah bersedia menerima pelayanan yang serupa, sebagai seorang karyawan harus bisa melayani nasabah dengan apa yang mereka inginkan.

f. Perluasan atau pengembangan pelayanan secara berlebihan

Terlalu banyak menawarkan pelayanan yang baru daripada mempertahankan pelayanan yang sudah ada, justru yang membuat pelayanan

tersebut kurang optimal, yang memungkinkan terjadi masalah antara kualitas pelayanan.

2. Mengukur Kualitas Layanan

Setiap nasabah memiliki hak yang sama atas pelayanan yang diberikan. Pelayanan yang kurang baik akan mengakibatkan mereka tidak puas, hal ini bisa disebabkan karena kurangnya kesadaran terhadap tugas atau pelayanan yang diberikan (Sahita & Rachmawati, 2018:98).

Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan yang diberikan sudah sesuai dengan yang diinginkan, maka wajib dilakukan pemantauan yang kemudian dilanjutkan dengan perbaikan. Pemantauan harus dilakukan secara rutin dan terjadwal dengan harapan perbaikan dapat terus dilakukan secara konsisten.

Berikut ini adalah beberapa cara untuk mengukur kualitas pelayanan, yaitu:

1. Terbuka dengan nasabah

Melakukan pemantauan untuk mendapatkan ulasan, pendapat, kritik, saran, ataupun masukan dari nasabah.

2. Rutin mengevaluasi kinerja usaha

Jangan pernah menganggap saran dan kritik dari nasabah sebagai angin lalu. Bisa jadi nasabah memberi pendapat berdasarkan pengalaman mereka saat menikmati pelayanan dari usaha tersebut.

3. Meningkatkan pelayanan perusahaan

Yaitu dengan memberikan layanan bisnis yang jelas dan melatih karyawan untuk bekerja secara professional.

Kualitas pelayanan menjadi salah satu kunci yang wajib dimiliki setiap perusahaan, baik perusahaan yang baru memulai usahanya maupun yang sudah bertahun-tahun menerjuni dunia bisnis.

C. Internet Banking

1. Pengertian *Internet Banking*

Internet merupakan sekumpulan jaringan yang terhubung satu dengan lainnya, dimana jaringan menyediakan sambungan menuju global informasi. Sedangkan *Internet Banking* merupakan suatu bentuk pemanfaatan media internet oleh bank untuk mempromosikan dan sekaligus melakukan transaksi secara *online*, baik dari produk yang sifatnya konvensional maupun yang syariah. *Internet Banking* sebagai layanan bank melalui media internet. Kehadiran *Internet Banking* telah menyebabkan efisiensi penyelenggaraan kegiatan usaha bank sangat tinggi. *Internet Banking* memiliki tiga tahap pelayanan yang ditawarkan kepada nasabah, yaitu layanan informasi (*informational*) dimana bank hanya menyediakan informasi jasa keuangan dalam *website* nya, komunikasi (*communicational*) dimana *website* tersebut juga memungkinkan nasabah untuk dapat berkomunikasi dengan bank, transaksi (*transactional/advance*) dimana sudah memungkinkan nasabah untuk melakukan transaksi-transaksi keuangan virtual seperti, transfer dana, pengecekan saldo, ataupun jenis pembayaran lainnya (Rahma, 2018:50).

Internet Banking adalah sebuah pelayanan jasa bank yang pada saat ini sudah banyak ditawarkan oleh bank-bank yang ada di Indonesia, dengan menggunakan *Internet Banking* dapat memudahkan dan mempercepat dalam

melakukan transaksi seperti proses transfer dan pembayaran (Mayasari, Kurniawati, & Nugroho, 2018:15).

Internet Banking adalah kegiatan perbankan yang memanfaatkan teknologi internet sebagai media untuk melakukan transaksi dan mendapatkan lainnya melalui *website* milik bank (Mayasari, Kurniawati, & Nugroho, 2018:15).

Hadirnya layanan *Internet Banking* tidak hanya memberikan keuntungan bagi nasabah, tetapi juga memberikan keuntungan bagi pihak bank yang memberikan layanan tersebut. Kecepatan yang didapatkan nasabah yaitu kecepatan dan kemudahan dalam melakukan proses transaksi dengan jaringan yang tersedia dan dapat dilakukan kapan saja dan di mana saja tanpa dibatasi ruang dan waktu. Keuntungan yang didapatkan oleh pihak bank yaitu tidak perlu mengeluarkan banyak biaya dalam mendirikan infrastruktur pelayanan seperti mendirikan kantor cabang pembantu dan Anjungan Tunai Masyarakat (ATM) (Mayasari, Kurniawati, & Nugroho, 2018:15).

Internet Banking ini bisa dikatakan sangat strategis untuk digunakan dalam bersaing dengan bank lain maupun dalam membantu operasional bank itu sendiri, di mana nasabah dengan mudah dapat melakukan aktifitas perbankan secara *online* yang dapat diakses menggunakan *website* yang telah disediakan oleh pihak bank, dengan menggunakan teknologi ini nasabah tidak perlu menunggu antrian yang ada pada Anjungan Tunai Masyarakat (ATM) dan pada kantor-kantor pelayanan bank (Kartikasari, 2019).

2. Sejarah *Internet Banking*

Evolusi digital *Banking* sudah ada ketika internet muncul sejak tahun 1980-an di Amerika Serikat, meskipun pada prakteknya sangat berbeda dengan digital *Banking* di era sekarang, digital *Banking* semakin dikenal pada tahun 1994 di Amerika Serikat, yaitu *Stanford Credit Union*. Kemudian *Stanford Credit Union* mulai menawarkan layanan perbankan melalui situs mereka dimana 100.000 rumah tangga mulai mengakses rekening bank secara *online*, dan sejak itu digital *Banking* berkembang secara pesat di Amerika Serikat sendiri pada tahun 2001 yang sudah mencapai 20 juta pengguna. Di Indonesia sendiri Bank Internasional Indonesia (1998) menjadi yang pertama walaupun BCA (2001) yang berani mengoperasikan *E-Banking* secara pasif di Indonesia, pada tahun 2007 saat peluncuran *Iphone*, digital *Banking* mulai menggeser dari komputer ke *Smartphone*, kemudian secara statistik pengguna digital *Banking* mencapai 54 juta di Amerika Serikat pada tahun 2009, (Jannah 2015).

3. Landasan Hukum Al-Qur'an dan Undang-Undang

Peraturan yang mengatur mengenai Bank Syariah di Indonesia pertama kali adalah UU No. 7 Tahun 1992. Bank Syariah pada masa ini masih berbentuk Bank Pengkreditan Rakyat. Yang membedakan adalah, bahwa Bank Pengkreditan Rakyat yang satu ini menjalankan asas-asas serta prinsip-prinsip bagi hasil yang sesuai dengan ketentuan dan peraturan yang ditetapkan oleh pemerintah. Prinsip bagi hasil dalam hal ini disinyalir memiliki kesamaan dengan prinsip syariah.

Dari sisi regulasi, keberadaan Bank Syariah memiliki landasan hukum yang sangat kuat sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Pokok Perbankan (Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 yang sudah diubah menjadi Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perbankan) dan diatur lebih spesifik dalam Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah. Undang-Undang Perbankan Syariah merupakan inisiatif DPR RI yang mendapat persetujuan dan pengesahan oleh Fraksi-Fraksi partai politik beserta pemerintah (Menteri Keuangan dan Menteri Agama) dalam Rapat Paripurna DPR RI tanggal 17 Juni 2008 yang dihadiri oleh 328 anggota DPR dari jumlah anggota 549 orang kecuali Fraksi Partai Damai Sejahtera. Akhirnya, Undang-Undang Perbankan Syariah disahkan dan diundangkan di Jakarta pada Tanggal 16 Juli 2008, (Kholid, 2018:146).

Bank Syariah adalah bank yang operasionalnya berdasarkan prinsip Syariah Islam, maka dasar hukum Bank Syariah yang utama adalah Al-Qur'an dan Al-Hadist. Berikut beberapa ayat dalam Al-Qur'an yang menjadi dasar operasional Bank Syariah, adalah:

Q.S. Al-Imran: 130

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا الرِّبَا أَضْعَافًا مُّضَاعَفَةً ۖ وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

Artinya: “ Hai, orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan riba dengan berlipat ganda dan bertakwalah kamu kepada Allah supaya kamu mendapat keberuntungan”.

Q.S. Al-Baqarah : 275

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَالرِّبَا أَوْحَرَّمَ فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

Artinya: “Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), sesungguhnya jual-beli itu sama dengan riba, padahal Allah telah menghalalkan jual-beli dan mengharamkan riba”.

4. Fatwa *E-money*

Fatwa menurut bahasa berarti jawaban dari suatu kejadian (peristiwa), yang merupakan bentukan sebagaimana dikatakan oleh Zamakhsyari dari kata *al-fatā* (pemuda) dalam usianya, dan sebagai kata kiasan (*metafora*) atau (*isti'arah*). Menurut Amir Syarifuddun, *ilfta* berasal dari kata *afta*, yang artinya memberikan penjelasan. Menurut kamus Lisan al-Arab, fatwa berarti menjelaskan (Mardani 2015:259).

E-money merupakan suatu sistem transaksi dalam dunia perbankan yang cara kerjanya memanfaatkan teknologi untuk memudahkan kegiatan jual beli agar lebih efisien, singkat, dan tepat. *E-money* ini sama halnya dengan kartu kredit dan debit namun dalam penggunaannya *e-money* tidak membutuhkan rekening dalam kegiatan transaksi. Yang dibutuhkan konsumen ialah kartu elektronik yang dapat dibeli untuk kemudian mengisi saldo *e-money* (*top-up*) dan *e-money* sudah bisa untuk digunakan sesuai kegunaannya.

E-money dalam perspektif ekonomi Islam ialah alat transaksi pembayaran elektronik yang penggunaannya sesuai dasar hukum dalam syariah. DSN-MUI telah mengeluarkan fatwa tentang uang elektronik syariah, Nomor 116/DSN-MUI/IX/2017 yang berisi mengenai ketentuan dan batas-batas hukum yang diizinkan oleh syariah dalam bertransaksi menggunakan *e-money* (Tarantang, Kurniawan, & Firdaus, 2020). Ada beberapa ketentuan yang wajib diikuti dalam bertransaksi menggunakan *e-money* antara lain dijelaskan dalam Al-Qur'an sebagai berikut :

Q.S. Ar-Rum : 39

وَمَا آتَيْتُمْ مِّنْ لِّزُبُورًا فِيْ أَمْوَالِ النَّاسِ فَلَا يَرِيْبُوْا عِنْدَ اللّٰهِ وَمَا آتَيْتُمْ مِّنْ زَكٰوةٍ تُرِيْدُوْنَ وَجْهَ اللّٰهِ فَأُولٰٓئِكَ هُمُ الْمُضْعِفُوْنَ

Artinya: “Dan sesuatu riba (tambahan) yang kamu berikan agar dia bertambah pada harta manusia, maka riba itu tidak menambah pada sisi Allah. Dan apa yang kamu berikan berupa zakat yang kamu maksudkan untuk mencapai keridhaan Allah, maka (yang berbuat demikian) itulah orang-orang yang melipat gandakan (pahalanya)”.

E-money pada dasarnya sama seperti uang biasa karena memiliki fungsi sebagai alat pembayaran atas transaksi jual beli barang. Dalam perspektif syariah, hukum *e-money* adalah halal. Kehalalan ini berdasarkan kaidah fiqh muamalah: “Pada dasarnya segala macam bentuk transaksi muamalah ialah diperbolehkan, kecuali terdapat perkara yang menjadikan transaksi tersebut menjadi haram, maka haramlah hukumnya (Tarantang, Kurniawan, & Firdaus, 2020).

Dalam kaidah diatas dapat dijelaskan bahwa segala bentuk transaksi muamalah hukumnya diperbolehkan terkecuali terdapat dalil yang

mengharamkan, maka dari itu *e-money* wajib memenuhi syarat dan kriteria dengan prinsip-prinsip syariah serta nilai-nilai dasar ekonomi Islam, diantaranya yaitu:

- a. Tidak mengandung maysir. Maysir di dalam pasal 2 UU No.21 tahun 2008 berkaitan dengan perbankan syariah, maysir merupakan kegiatan transaksi yang belum jelas keadannya, ketidakjelasan ini menjadikan transaksi tersebut tidak diperbolehkan karena bersifat untung-untungan. Peraturan bank Indonesia yang disebutkan dalam pasal No.7/46/PBI/2005, maysir dapat digolongkan transaksi perjudian karena tidak adanya kepastian dan mengandalkan keberuntungan. Larangan judi juga terdapat di dalam Al-Qur'an surah Al-Maidah ayat 90:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِنَّمَا الْخَمْرُ وَالْمَيْسِرُ وَالْأَنْصَابُ وَالْأَزْلَامُ رِجْسٌ مِّنْ عَمَلِ
الشَّيْطَانِ فَاجْتَنِبُوهُ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

Artinya: Wahai orang-orang yang beriman! Sesungguhnya minuman keras, berjudi, (berkorban untuk) berhala, dan mengundi nasib dengan anak panah, adalah perbuatan keji dan termasuk perbuatan setan. Maka jauhilah (perbuatan-perbuatan) itu agar kamu beruntung.

- a. Tidak menimbulkan riba. Peraturan yang ada pada pasal 2 UU No.21 Tahun 2008 mengenai perbankan syariah, riba adalah cara memperoleh keuntungan sepihak dengan jalan yang tidak semestinya (*batil*) diantaranya ketika saling menukar barang, namun salah satunya dalam kondisi yang kurang baik, sehingga tidak sama dari sisi waktu penyerahan (*fadhl*), kuantitas dan kualitas, bisa juga dalam kegiatan pinjam meminjam, namun salah satu pihak mengharuskan dana yang dikembalikan melebihi dana yang semestinya, atau

dana yang dikembalikan lebih besar dari dana yang harus dikembalikan, terlebih apabila kelebihan dari dana pinjaman tersebut, dihitung dari lamanya tenggang waktu yang diberikan untuk melunasi hutang (*nasi'ah*).

- b. Gharar. Gharar dalam pasal 2 UU No.21 Tahun 2008 berkaitan dengan perbankan syariah, suatu transaksi yang tidak ada kejelasan dalam kegiatannya, ketidakjelasan yang dimaksud adalah, tidak jelas obyeknya, tidak jelas pemiliknya, keberadaanya tidak diketahui, sehingga proses transaksi tidak dapat dilakukan secara langsung, kecuali diatur lain dalam syariah.
- c. Transaksi yang dilakukan tidak untuk objek maksiat dan haram. Haram sesuai dengan UU No.21 Tahun 2008 berkaitan dengan perbankan syariah ialah transaksi yang tidak disahkan dalam hukum syariah. Sehingga syarat sah jual beli produk sebagai objek jual beli ialah produk yang bermanfaat sesuai dengan ketentuan syara'.
- d. Tadlis dapat digolongkan sebagai penipuan, karena dalam kegiatan jual beli, penjual tidak menjelaskan kondisi objek yang dijual secara benar, sehingga terkesan seperti penjual tengah menipu pembeli. Hal tersebut tentunya tidak sesuai dengan apa yang telah diajarkan Rasulullah, sehingga akad jual beli tidak diperbolehkan dan tidak sah, karena memberikan kerugian pada satu pihak. Jual beli sangat di anjurkan dalam agama Islam dan semua transaksi dalam jual beli dihukumi sah, hal tersebut sudah disebutkan dalam Al-Qur'an, namun jual beli yang mengandung unsur penipuan sangat di haramkan (Musfirotin, 2020).

5. Fitur-Fitur *Internet Banking*

Internet Banking memberikan beberapa pelayanan yang dapat dinikmati nasabah, yaitu:

a. Transfer dana atau pemindahan dana terbagi 2, yaitu:

- 1) Transfer antar sesama bank
- 2) Transfer kepada bank yang berbeda

b. Cek informasi

- 1) Cek saldo

Cek saldo adalah pengecekan yang dilakukan untuk mengetahui berapa selisih uang yang keluar dan masuk atau sisa uang yang tersedia dalam buku rekening.

- 2) Transaksi yang telah dilakukan

Untuk mengetahui apakah proses transaksi yang dilakukan telah berhasil atau tidak, selain itu juga dapat memberitahukan apakah transaksi tersebut telah berhasil dilakukan melalui email.

c. Melakukan transaksi pembayaran

- 1) Pembayaran listrik
- 2) Pembayaran *e-Commerce*
- 3) Kartu kredit
- 4) Pembayaran Iuran TV kabel
- 5) Haji dan Umrah

d. Pembelian

- 1) Pembelian pulsa telpon
- 2) Pembelian token listrik Prabayar

6. Cara Kerja *Internet Banking*

Cara kerja *Internet Banking* adalah yang pertama nasabah harus mendaftarkan diri ke bank agar nasabah memiliki *user id*, *password*, dan *One Time Password* (OTP) serta memiliki jaringan internet. Kemudian nasabah diminta untuk memasukkan *user id* dan *password* pada halaman *login*. Nasabah juga diminta untuk mengisi sandi *One Time Password* (OTP) yang didapatkan dari sms melalui nomor telpon. Apabila transaksi sudah selesai dilakukan, nasabah harus keluar dari halaman *Internet Banking* supaya tidak terjadi hal-hal yang tidak diinginkan. Selanjutnya pihak bank akan mengirimkan bukti bahwa transaksi yang dilakukan telah berhasil melalui *Email* nasabah.

Pemberitahuan melalui *Email* juga dapat berfungsi sebagai pendeteksi apabila ada aktifitas transaksi yang dilakukan, baik yang dilakukan diri sendiri maupun orang lain, sehingga nasabah dapat mengetahui jika ada transaksi yang tidak wajar dilakukan dan melaporkannya kepada pihak bank. Namun sebelum melakukan pendaftaran *Internet Banking*, nasabah juga harus memastikan dengan teliti apakah *website Internet Banking* yang di akses adalah *website* resmi milik bank, karena ada *website* yang sengaja dibuat oleh orang yang tidak bertanggung jawab yang sama dengan *website* resmi milik bank. (Juanda, 2020:11).

D. Pengertian Kepuasan Konsumen/Nasabah

Menurut Irawan yang di kutip Suhaji (2017) kepuasan konsumen/nasabah adalah hasil penilaian konsumen atau nasabah yang menggunakan produk atau jasa. Pelanggan puas setelah membeli produk dan menggunakan produk tersebut karena hasilnya bagus. Setiap nasabah yang merasa puas akan produk atau jasa tersebut tentu akan memberikan pengaruh terhadap kepuasan nasabah. Nasabah yang merasa puas akan berbagi info tentang kepuasan yang di dapatkannya kepada calon nasabah yang lain.

Berikut ini merupakan kepuasan yang dirasakan oleh nasabah, di antaranya:

1. Kesesuaian jasa dengan apa yang diinginkan, tingkat kesesuaian antara kinerja sesuai dengan apa yang diharapkan nasabah.
2. Merekomendasikan kepada nasabah lain, kesediaan nasabah untuk merekomendasikan kepada nasabah lain tentang kepuasan yang dirasakannya.

Membangun dan memperoleh kepuasan terhadap suatu barang atau jasa tentunya membutuhkan waktu yang sangat lama. Oleh karena itu, pihak yang mempunyai barang dan jasa harus sangat-sangat memperhatikan kepuasan nasabah. Dengan kepuasan yang dirasakan nasabah tentunya nasabah akan dengan senang hati memakai atau berkunjung kembali ke tempat yang sesuai dengan kepuasan yang diharapkan (Lesmana & Ayu, 2019:61).

Kepuasan nasabah menjadi fokus perhatian oleh semua pihak yang menyediakan barang dan jasa, baik pemerintah maupun pelaku bisnis. Hal tersebut karena semakin baiknya pemahaman mereka atas konsep kepuasan

nasabah sebagai salah satu strategi untuk memenangkan persaingan di dunia bisnis. Kepuasan nasabah juga merupakan hal yang sangat penting bagi penyelenggara jasa, karena nasabah akan menyebarluaskan rasa puasnyanya kepada calon nasabah lain, sehingga akan menaikkan reputasi pemberi jasa.

Berikut beberapa definisi kepuasan nasabah, di antaranya:

1. Tse dan Wilton (1988), menyatakan bahwa kepuasan nasabah adalah respon nasabah terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan setelah pemakaiannya.
2. Engel (1995), mendefinisikan kepuasan nasabah sebagai evaluasi purna beli dimana alternative yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan nasabah, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil tidak memenuhi harapan nasabah.
3. Kotler (1997), menyatakan bahwa kepuasan nasabah adalah tingkat keadaan perasaan seseorang yang merupakan hasil perbandingan antara penilaian kinerja/hasil akhir produk dalam hubungannya dengan harapan nasabah.

Berdasarkan beberapa definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa kepuasan atau ketidakpuasan nasabah merupakan perbedaan/kesenjangan antara harapan sebelum pembelian dengan kinerja atau hasil yang dirasakan setelah pembelian.

Nasabah adalah orang yang menerima hasil pekerjaan seseorang atau organisasi, maka dari itu nasabah dapat menentukan kualitas seperti apa yang diinginkan dan dibutuhkan. Para penyedia barang dan jasa harus bekerja sama dengan nasabah guna menentukan kebutuhan yang diinginkan nasabah.

Ada beberapa unsur penting dalam kualitas yang ditentukan nasabah, yaitu:

1. Nasabah harus merupakan prioritas utama bagi pihak yang menyediakan barang dan jasa. Karena kelangsungan hidup bagi pihak yang menyediakan barang dan jasa tergantung nasabah.
2. Nasabah yang diandalkan merupakan nasabah yang telah melakukan pembelian berkali-kali (pembelian ulang) dari organisasi yang sama. Nasabah yang puas dengan kualitas barang dan jasa yang dibeli dari suatu organisasi menjadi nasabah yang dapat diandalkan.
3. Kepuasan nasabah dijamin dengan menghasilkan produk berkualitas tinggi. Kepuasan dirasakan pada setiap perbaikan terus-menerus sehingga kualitas harus diperbaharui setiap saat agar nasabah tetap puas.

Kepuasan nasabah akan sangat mempengaruhi kinerja keuangan setiap perusahaan. Kepuasan nasabah telah menjadi tolak ukur dari setiap praktik pemasaran, serta merupakan salah satu tujuan esensial bagi aktifitas bisnis. Kepuasan nasabah berkontribusi pada sejumlah aspek krusial, seperti terciptanya loyalitas nasabah, meningkatnya reputasi perusahaan, berkurangnya elastisitas harga, berkurangnya biaya transaksi masa depan, dan meningkatnya efisiensi dan produktifitas karyawan.

Kepuasan nasabah berkaitan dengan persaingan yang semakin ketat, serta tingkat kerugian dan keuntungan perusahaan. Keuntungan memang tidak selalu ditentukan oleh faktor kepuasan nasabah namun berkat kepercayaan dan kesetiaan nasabah terhadap suatu produk dan perusahaan. Beberapa faktor itu jelas sangat

saling mempengaruhi karena ditengah ketatnya persaingan, kesetiaan nasabah menjadi hal yang sangat sulit dipertahankan.

E. Penelitian Terdahulu

1. Penelitian dilakukan Fiky Aryo Dwinanto (2017), dengan judul “Pengaruh Kualitas Layanan *Internet Banking* terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Syariah Indonesia (BSI)”. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian Kuantitatif. Adapun yang membedakan penelitian ini dan sebelumnya adalah terdapat variabel Y yang menganalisis tentang kepuasan nasabah di Bank Syariah Indonesia (BSI), sedangkan persamaan dalam penelitian ini variabel X sama-sama menganalisis tentang Kualitas Layanan *Internet Banking*. Hasil dari penelitian ini terbukti bahwa tingkat Kualitas Layanan terlaksana dengan baik dan nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) puas dengan layanan *Internet Banking*.
2. Penelitian dilakukan Muammar Arif Setyawan (2018), dengan judul “Pengaruh Kualitas Layanan dan Produk *Internet Banking* terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Syariah Indonesia (BSI) Pandanaran Semarang”. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah Regresi Linear Berganda. Adapun yang membedakan penelitian ini dan sebelumnya adalah terdapat variabel X2 yang menganalisis Kualitas Produk, sedangkan persamaan dalam penelitian ini Variabel X dan Y sama-sama menganalisis Kualitas Layanan *Internet Banking* terhadap Kepuasan Nasabah. Hasil dari penelitian ini terbukti bahwa kualitas layanan *Internet Banking* dan Kualitas

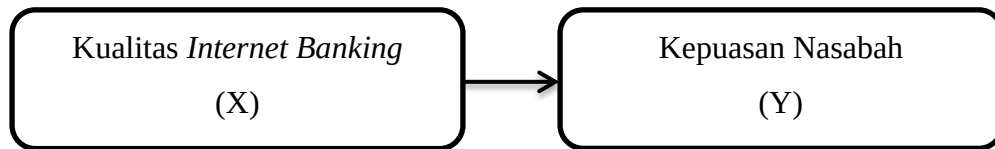
Produk berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Syariah Indonesia (BSI) Pandanaran Semarang.

3. Penelitian dilakukan Chusnia Mei Sadatul (2018), dengan judul “Pengaruh Layanan *Elektronik Banking (E-Banking)* dan terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Pembantu Tulungagung”. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah Regresi Linear Berganda. Adapun yang membedakan penelitian ini dan sebelumnya adalah terdapat variabel X yang menganalisis Pengaruh Layanan *Elektronik Banking*, sedangkan persamaan dalam penelitian ini variabel Y sama-sama menganalisis tentang Kepuasan Nasabah. Hasil dari penelitian ini terbukti bahwa terdapat pengaruh *Internet Banking* dan *SMS Banking* terhadap tingkat profitabilitas yang diukur dari Kepuasan Nasabah.
4. Penelitian dilakukan Mila Karomilah (2020), dengan judul “Pengaruh Layanan *E-Banking* terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) Cabang Pembantu Bintaro-Kebayiran Arcade”. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah Deskriptif Kuantitatif. Adapun yang membedakan penelitian ini dengan sebelumnya adalah variabel X2 yang menganalisis Kepuasan Nasabah, sedangkan persamaan dalam penelitian ini variabel X menganalisis Pengaruh Layanan *Internet Banking*. Hasil dari penelitian ini terbukti bahwa Layanan *Internet Banking* sangatlah menguntungkan bagi para nasabah untuk bertransaksi dalam perbankan kapanpun dan dimanapun

5. Penelitian dilakukan Siti Monalisa dan Erma Suryani (2020), dengan judul “Pengaruh Kualitas Layanan *Internet Banking* terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI)”. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah Model Sistem Dinamik. Adapun yang membedakan penelitian ini dan sebelumnya adalah variabel X2 menganalisis tentang Loyalitas Nasabah Bank dengan Menggunakan Sistem Dinamik, sedangkan persamaan dalam penelitian ini variabel X dan Y sama-sama menganalisis Kualitas Layanan *Internet Banking* terhadap Kepuasan Nasabah. Hasil dari penelitian ini terbukti bahwa dimensi Kualitas Layanan: *Efficiency*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Privacy*, dan *Fulfillment* dapat meningkatkan Kepuasan Nasabah dan Loyalitas Nasabah jika ditingkatkan sebanyak 80% untuk setiap dimensi.
6. Penelitian dilakukan Ria Octavia (2021), dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Index pada PT. Bank Syariah Indonesia (BSI) Cabang Lampung”. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah Tinjauan Literatur. Adapun yang membedakan penelitian ini dan sebelumnya adalah terdapat variabel Y dan Y1 yang menganalisis tentang Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Index Bank Syariah Indonesia (BSI), sedangkan persamaan dalam penelitian ini variabel X sama-sama menganalisis tentang Kualitas Pelayanan. Hasil dari penelitian ini terbukti bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Lampung.

F. Kerangka Berpikir

Berdasarkan uraian di atas, maka kerangka pemikiran dalam penelitian adalah sebagai berikut:



Berdasarkan kerangka berpikir di atas dapat diartikan bahwa semakin baik Kualitas Layanan *Internet Banking* maka akan semakin positif pula Kepuasan Nasabah.

G. Hipotesis Penelitian

Hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah untuk membuktikan apakah terdapat pengaruh yang signifikan pelayanan *Internet Banking* terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI).

Adapun hipotesis yang dikembangkan adalah: "Diduga kualitas layanan *Internet Banking* berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah pada Mahasiswa Prodi Perbankan Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Aceh".

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif asosiatif. Penelitian kuantitatif asosiatif adalah suatu rumusan masalah penelitian yang bertujuan untuk menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih.

Penelitian kuantitatif adalah suatu metode penelitian yang didasarkan pada filsafat positivisme, yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data biasanya menggunakan instrumen penelitian kuisioner atau angket. Data yang telah didapatkan kemudian dianalisis dengan menggunakan statistik dengan tujuan menguji dugaan sementara yang telah ditetapkan terlebih dahulu.

Mengingat penelitian ini menggunakan persepsi dari individu sebagai variabel dalam penelitian, maka penelitian asosiatif peneliti rasa lebih tepat digunakan dalam penelitian ini berdasarkan tingkat relevansi, kriteria dan kebutuhan dalam melakukan penelitian ini (Sugiyono, 2017:37).

B. Lokasi Penelitian

Peneliti mengambil penelitian di Kampus Universitas Muhammadiyah Aceh pada mahasiswa Prodi Perbankan Syariah yang beralamatkan di Jln. Muhammadiyah No.91, Batoh, Kec. Lueng Bata, Kota Banda Aceh.

C. Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk

dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Penelitian ini menggunakan dua variabel, yaitu variabel bebas dan variabel terikat.

1. Variabel Bebas (*Independent*) : Kualitas Layanan *Internet Banking* (X)
2. Variabel Terikat (*Dependent*) : Kepuasan Nasabah (Y)

D. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel adalah definisi yang diberikan kepada suatu variabel atau konstruk dengan cara memberikan arti, atau menspesifikasikan kegiatan ataupun memberikan suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur konstruk atau variabel tertentu (Supranto, 2016:11).

a. Kualitas Layanan *Internet Banking* (X)

Kualitas layanan adalah evaluasi pelanggan atas suatu produk (baik barang maupun jasa) sangat menentukan apakah produk yang dipakai memiliki kualitas yang baik atau tidak. Kualitas layanan merupakan variabel *Independent* (X) dalam penelitian ini. Indikator pemahamannya adalah:

1. Nasabah dapat dengan mudah menggunakan *Internet Banking* kapanpun dan dimanapun.
2. Nasabah menjadi lebih leluasa dalam menggunakan *Internet Banking*.
3. Nasabah mendapat manfaat dengan menggunakan *Internet Banking*.
4. Nasabah dapat menghemat waktu dengan menggunakan *Internet Banking*.

b. Kepuasan Nasabah (Y)

Kepuasan Nasabah adalah perasaan senang atau kecewa yang dirasakan oleh seseorang setelah membandingkan persepsi kinerja atau hasil suatu produk

dengan harapannya. Kepuasan nasabah merupakan variabel *Dependent* (Y) dalam penelitian ini. Indikator pemahamannya adalah:

1. Sistem keamanan dari pihak bank
2. Sistem kepercayaan
3. Sistem kemudahan
4. Sistem kecepatan

E. Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang menjadi kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah yang menggunakan layanan *Internet Banking* yaitu seluruh mahasiswa Prodi Perbankan Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Aceh. (Sugiyono, 2016: 80)

Sampel ialah bagian dari populasi (sebagian wakil populasi yang akan diteliti). Sampel penelitian ini yaitu populasi yang diambil sebagian dan dapat mewakili seluruh populasi, (Riduwan, 2015: 56). Dalam penelitian ini, peneliti akan menggunakan teknik total sampling. Menurut Sugiyono (2014:124) mengatakan bahwa total sampling adalah teknik penentuan sampel apabila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Sampel ini digunakan jika jumlah populasi relatif kecil yaitu tidak lebih dari 100 orang, total sampling disebut juga sensus, di mana semua anggota populasi dijadikan sebagai sampel. Sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Prodi Perbankan Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Aceh yang menggunakan

layanan *Internet Banking* sebanyak 83 orang. Adapun dikarenakan populasi yang ingin diambil kurang dari 100, maka sampel harus diambil semua (Arikunto, 2014:104).

Sampel ini hanya untuk menggambarkan bagaimana pengaruh layanan *Internet banking* terhadap kepuasan mahasiswa Prodi Perbankan Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Aceh.

F. Jenis Data

a. Data Primer

Data Primer adalah data yang diperoleh langsung dari responden (Sugiyono, 2018). Responden yang dimaksud adalah pengguna *Internet Banking* dari mahasiswa Prodi Perbankan Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Aceh. Peneliti mendapatkan data informasi yang dibutuhkan dengan cara memberikan kuesioner atau daftar berupa angket.

b. Data Sekunder

Data Sekunder adalah data yang didapatkan melalui studi dokumentasi yang ada serta yang berhubungan dengan materi skripsi ini. Peneliti melakukan studi kepustakaan (*Library Reseach*), yaitu membaca buku-buku, pengambilan jurnal yang berhubungan dengan penelitian ini (Sugiyono, 2018).

G. Teknik Pengambilan Data

Untuk memperoleh data dalam permasalahan ini, peneliti melakukan serangkaian kegiatan pengumpulan data sebagai berikut:

a. Kuesioner

Teknik pengambilan data melalui kuesioner yaitu dengan menyebarkan sejumlah pertanyaan-pertanyaan dengan format tertentu dan berbagai pilihan di dalamnya untuk dijawab oleh responden.

Pada dasarnya kuisisioner yang diberikan kepada responden terbagi kepada dua yaitu kuisisioner terbuka dan tertutup. Kuisisioner terbuka adalah suatu angket yang disajikan oleh peneliti dalam bentuk yang sederhana sehingga responden dapat memberikan jawaban berdasarkan kehendak dan apa yang dialaminya, sedangkan kuisisioner tertutup yaitu kuisisioner yang disajikan dalam bentuk yang sudah ada pilihannya sehingga responden hanya menjawab berdasarkan pilihan jawaban yang ada yang sesuai dengan karakteristiknya. Namun yang digunakan peneliti pada penelitian ini yaitu dengan memberikan lembaran kuisisioner tertutup yang kemudian diberikan kepada responden untuk dijawab (Sugiyono 2017).

b. Kepustakaan

Kegiatan pengambilan/pengumpulan data secara alamiah dan teoritis yang berhubungan dengan penulisan ini, dengan membaca dan mengutip langsung dari beberapa buku dengan menggunakan pendapat para ahli, agar data dan hasil wawancara serta observasi lebih relevan dengan penelitian yang dilakukan.

H. Instrumen Penelitian

a. Angket atau Kuesioner

Angket atau kuesioner adalah metode pengumpulan data, instrumennya disebut sesuai dengan nama metodenya. Bentuk lembaran angket dapat berupa sejumlah pertanyaan tertulis. Tujuannya untuk memperoleh informasi dari

responden tentang apa yang mereka alami dan ketahui. Angket atau kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab (Sugiyono, 2017:142).

Bentuk kuesioner yang dibuat sebagai instrumen adalah kuesioner tertutup. Setelah bentuk kuesioner ditetapkan, langkah selanjutnya adalah membuat pertanyaan dengan mempertimbangkan jumlah pertanyaan agar tidak terlalu banyak atau terlalu sedikit, yang paling penting disesuaikan dengan indikator yang telah ditetapkan.

I. Skala Pengukuran

Skala pengukuran yaitu untuk menentukan atau menetapkan skala atas suatu variabel berdasarkan jenis data yang ada dalam variabel penelitian. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner, karena data yang diperoleh berbentuk ordinal/pengukuran yang mana skala yang digunakan disusun secara rapi mulai dari yang paling rendah hingga paling tinggi.

Skala pengukuran yang dilakukan dalam penelitian ini adalah skala likert. Skala yang digunakan yaitu (sikap, pendapat, dan persepsi seseorang) atau kelompok orang tentang fenomena sosial yang terjadi atau hal yang sudah dijelaskan oleh peneliti yang kemudian disebut dengan variabel penelitian, dan selanjutnya dijelaskan melalui dimensi-dimensi yang akan menjadi indikator yang dapat dijadikan tolak ukur dalam penyusunan item-item pertanyaan yang berhubungan dengan variabel penelitian.

Tabel 3.1 Instrumen Skala Likert

Pertanyaan (Pilihan)	Skor
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Ragu-Ragu	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

J. Uji Validitas dan Uji Reabilitas

Uji Validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam suatu daftar pertanyaan dalam mendefinisikan variabel. Validitas didefinisikan sebagai sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsinya. Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Sebuah instrumen atau kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada instrumen atau kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2018:51).

Reliabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Uji Reliabilitas (keandalan) digunakan untuk mengetahui ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab pertanyaan berkaitan dengan kualitas layanan responden yang merupakan dimensi suatu variabel dan disusun dalam suatu bentuk kuisisioner. Uji reliabilitas dapat dilakukan secara bersamaan terhadap seluruh butir pertanyaan untuk lebih dari satu variabel, namun sebaiknya uji reliabilitas dilakukan pada masing-masing

variabel pada lembar kerja yang berbeda sehingga dapat diketahui konstruk variabel mana yang tidak reliabel (Ghozali, 2018:45).

Untuk mengetahui kriteria reliabilitas ada 5 kelompok kelas dengan ukuran kemantapan alpha dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

- a. Nilai *alpha Cronbach* 0,00 s.d. 0,20, berarti kurang reliabel.
- b. Nilai *alpha Cronbach* 0,21 s.d. 0,40, berarti agak reliabel.
- c. Nilai *alpha Cronbach* 0,42 s.d. 0,60, berarti cukup reliabel.
- d. Nilai *alpha Cronbach* 0,61 s.d. 0,80, berarti reliabel.
- e. Nilai *alpha Cronbach* 0,81 s.d. 1,00 , berarti sangat reliabel.

K. Analisis Data

1. Uji Asumsi Klasik

Untuk menganalisis permasalahan yang diteliti, maka akan dilakukan secara kuantitatif, di mana data yang didapatkan dalam bentuk angka diolah serta dianalisis untuk mendapatkan informasi dari angka-angka yang telah didapatkan tersebut.

Uji asumsi klasik dilakukan untuk mengetahui apakah kelayakan dari suatu model regresi. Sebelum melakukan uji regresi dilakukan uji asumsi klasik terlebih dahulu, di mana semuanya harus dinyatakan lewat untuk bisa melanjutkan ke uji yang lainnya. Adapun uji asumsi klasik yang dilakukan pada penelitian ini yaitu uji normalitas, dan uji heterokedastisitas.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel dependent dan independentnya berdistribusi normal atau tidak. Model

regresi yang baik memiliki distribusi data yang normal atau mendekati normal yaitu distribusi tidak menyimpang ke kiri atau ke kanan (kurva normal). Pengujian normalitas data menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov dalam program aplikasi SPSS dalam taraf probabilitas (sig) 0,05. Kriteria pengujian uji Kolmogorov-Smirnov adalah nilai probabilitas (sig) $> 0,05$ maka data berdistribusi normal sedangkan nilai probabilitas (sig) $< 0,05$ maka tidak berdistribusi normal (Ghozali, 2018:111).

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan adanya ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui adanya penyimpangan dari syarat-syarat asumsi klasik pada model regresi, di mana dalam model regresi harus dipenuhi syarat tidak adanya heteroskedastisitas (Basuki, 2015).

Uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini dengan uji glejser. Uji heteroskedastisitas dengan glejser SPSS pada dasarnya bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut dengan homokedastisitas, dan jika varian berbeda disebut dengan heteroskedastisitas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi heteroskedastisitas (Duli 2019:122). Dasar pengambilan keputusan pada uji heteroskedastisitas yaitu:

1. Jika nilai signifikansi $> \alpha = 0.05$, kesimpulannya yaitu tidak terjadi heteroskedastisitas.

2. Jika nilai signifikansi $\alpha=0.05$, kesimpulannya yaitu terjadi heteroskedastisitas.

L. Uji Hipotesis

Pengujian terhadap suatu pernyataan dengan menggunakan metode statistik sehingga hasil pengujian tersebut dapat dinyatakan signifikan secara statistik. Sebelum melakukan pengujian hipotesis, kita harus menetapkan hipotesis tersebut terlebih dahulu. Hipotesis adalah pernyataan yang keberadaannya masih lemah. Selanjutnya, agar pernyataan pada hipotesis tidak diragukan lagi maka kita lakukan pengumpulan data dan melakukan pengujian secara statistik.

1. Uji Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi linier sederhana adalah hubungan secara linier antara satu variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y). Analisis ini digunakan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen (Y) apabila nilai variabel independen (X) mengalami kenaikan atau penurunan dan untuk mengetahui hubungan antara variabel independen dan variabel dependen, apakah positif atau negatif (Sugiyono, 2015). Dasar pengambilan keputusan uji regresi linier sederhana adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai F hitung $> F$ tabel atau nilai signifikansi < 0.05 maka variabel independen (X) berpengaruh atau memiliki hubungan dengan variabel dependen (Y).
2. Jika nilai F hitung $< F$ tabel atau nilai signifikansi > 0.05 maka variabel independen (X) tidak berpengaruh atau tidak memiliki hubungan dengan variabel dependen (Y). (Sugiyono, 2015).

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Penelitian

Indonesia sebagai negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia, memiliki potensi untuk menjadi yang terdepan dalam industri keuangan syariah. Meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap halal *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 aktifitas ekonomi dan ekosistem halal. Keberadaan industri perbankan syariah di Indonesia 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 melakukan aksi korporasi. Tidak terkecuali dengan Bank Syariah yang dimiliki Bank BUMN, yaitu Bank Syariah Mandiri (BSM), Bank Negara Indonesia Syariah (BNIS), dan Bank Rakyat Indonesia Syariah (BRIS).

Pada 1 Februari 2021 M yang bertepatan dengan 19 Jumadil Akhir¹⁴⁴² H menjadi penanda sejarah bergabungnya Bank Syariah Mandiri (BSM), BNI Syariah, dan BRI Syariah menjadi satu entitas yaitu Bank Syariah Indonesia (BSI). Penggabungan ini akan menyatukan kelebihan dari ketiga Bank Syariah tersebut sehingga menghadirkan layanan yang lebih lengkap, jangkauan yang lebih luas, serta kapasitas permodalan yang lebih baik. Didukung sinergi dengan

perusahaan induk (Mandiri, BNI, BRI) serta komitmen pemerintah melalui Kementerian BUMN, Bank Syariah Indonesia (BSI) didorong untuk dapat bersaing di tingkat global.

Penggabungan 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 (BSI) juga menjadi cerminan wajah perbankan syariah di Indonesia yang *modern, universal*, dan memberikan kebaikan bagi segenap alam (*Rahmatan Lil'Aalamiin*) (Bank Syariah Indonesia, 2021).

1. Visi dan Misi Bank Syariah Indonesia (BSI)

Visi Bank Syariah Indonesia (BSI) adalah menduduki peringkat top 10 global *Islamic Bank*. Adapun misi dari Bank Syariah Indonesia (BSI) yaitu:

- a. Memberikan akses solusi keuangan syariah di Indonesia. Melayani >20 juta nasabah dan menjadi top 5 bank berdasarkan aset (500 T) dan nilai buku 50 T ditahun 2021.
- b. Menjadi bank besar yang memberikan nilai terbaik bagi para pemegang saham. Top 5 bank yang paling *profitable* di Indonesia (ROE 18%) dan valuasi kuat (PB>2).
- c. 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.

2. Karakteristik Responden Prodi Perbankan Syariah

Tabel 4.1 Jumlah Responden Progran Studi Perbankan Syariah

Program Studi	Jumlah Responden	Persentase
Perbankan Syariah	83	100%
Total	83	100%

Sumber: Data Primer Diolah Tahun 2023

Berdasarkan data penelitian diatas terkait jumlah responden yang sudah ikut serta pada penelitian ini berasal dari program studi Perbankan Syariah. Data tersebut menunjukkan bahwa responden program studi Perbankan Syariah sebanyak 83 responden dengan presentase 100%.

3. Persentase Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.2 Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase
Laki-Laki	28	33,7%
Perempuan	55	66,3%
Total	83	100%

Sumber: Data Primer Diolah Tahun 2023

Berdasarkan data penelitian diatas terkait jumlah responden berdasarkan jenis kelamin yang sudah ikut serta pada penelitian. Data tersebut menunjukan bahwa responden laki-laki sebanyak 28 orang dengan persentase 33,7%, dan responden jenis kelamin perempuan sebanyak 55 orang dengan persentase 66,3%. Total responden keseluruhan dari jenis kelamin sebanyak 83 responden dengan presentase 100%.

4. Persentase Jumlah Responden Berdasarkan Usia

Tabel 4.3 Jumlah Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah Responden	Persentase
18 – 23 Tahun	60	72,3%
24 – 29 Tahun	23	27,7%
Total	83	100%

Sumber: Data Primer Diolah Tahun 2023

Berdasarkan data penelitian diatas terkait jumlah responden berdasarkan usia yang sudah ikut serta pada penelitian. Data tersebut menunjukkan bahwa berdasarkan usia 18 sampai dengan 23 tahun sebanyak 60 orang dengan persentase 72,3%, dan responden usia 24 sampai dengan 29 tahun sebanyak 23 orang dengan persentase 27,7%. Total responden keseluruhan berdasarkan usia sebanyak 83 responden dengan presentase 100%.

5. Persentase Jumlah Responden Berdasarkan Lama Menggunakan *Internet Banking*

Tabel 4.4 Jumlah Responden Berdasarkan Lama Menggunakan *Internet Banking*

Lama Menggunakan	Jumlah Responden	Persentase
< 1 Tahun	27	67,5%
> 1 Tahun	56	32,5%
Total	83	100%

Sumber: Data Primer Diolah Tahun 2023

Berdasarkan data penelitian diatas terkait jumlah responden berdasarkan lama menggunakan *Internet Banking* yang sudah ikut serta pada penelitian. Data tersebut menunjukkan bahwa berdasarkan lama menggunakan kurang dari satu tahun sebanyak 27 orang dengan persentase 67,5%, dan responden yang menggunakan *Internet Banking* lebih dari satu tahun sebanyak 56 orang dengan persentase 32,5%. Total responden keseluruhan berdasarkan lama menggunakan *Internet Banking* sebanyak 83 responden dengan presentase 100%.

B. Deskripsi Data Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan terhadap 83 orang responden melalui kuesioner *online* menggunakan *Google Form*, untuk memperoleh kecenderungan jawaban responden terhadap jawaban masing-masing

variabel akan didasarkan pada rentang skor sebagaimana pada lampiran. Berikut deskripsi variabel kualitas layanan *Internet Banking* (X).

1. Deskripsi Variabel Kualitas Layanan *Internet Banking* (X)

Kualitas layanan *Internet Banking* merupakan suatu layanan yang disediakan oleh perusahaan perbankan yang diharapkan dapat meningkatkan kepuasan nasabah. Variabel X pada penelitian ini diukur dengan 19 butir pernyataan. Hasil tanggapan terhadap kualitas layanan *Internet Banking* dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 4.5 Tanggapan Responden Mengenai Kualitas Layanan *Internet Banking*

No	Pertanyaan	Kriteria Skor					Jumlah Responden
		SS	S	RR	TS	STS	
1	P 1	35	41	6	1	0	83
2	P 2	44	31	4	4	0	83
3	P 3	33	40	8	2	0	83
4	P 4	36	42	2	0	3	83
5	P 5	37	39	5	1	1	83
6	P 6	31	43	8	0	1	83
7	P 7	26	46	6	4	1	83
8	P 8	33	40	7	2	1	83
9	P 9	33	41	5	3	1	83
10	P 10	23	40	19	1	0	83
11	P 11	23	48	9	3	0	83
12	P 12	22	50	8	2	1	83
13	P 13	29	51	2	1	0	83
14	P 14	33	40	5	5	0	83
15	P 15	40	34	5	2	2	83
16	P 16	38	36	5	4	0	83
17	P 17	26	39	12	5	1	83
18	P 18	23	46	9	5	0	83

Sumber: Data Primer Diolah Tahun 2023

Tabel 4.5 di atas menunjukkan bahwa pernyataan 1 (P 1) sebagian dari responden menjawab “Sangat Setuju/SS” yakni sebanyak 35 orang, responden

yang menjawab “Setuju/S” sebanyak 41 orang, responden yang menjawab “Ragu-Ragu/RR” sebanyak 6 orang, responden yang menjawab “Tidak Setuju/TS” sebanyak 1 orang, dan responden yang menjawab “Sangat Tidak Setuju/STS” sebanyak 0. Hal ini menunjukkan bahwa rata-rata responden merasa sistem penggunaan *Internet Banking* mudah dipelajari.

Tanggapan responden pada pernyataan 2 (P 2) sebagian besar responden menjawab “Sangat Setuju/SS” yakni sebanyak 44 orang, responden yang menjawab “Setuju/S” yakni sebanyak 31 orang, responden yang menjawab “Ragu-Ragu/RR” yakni sebanyak 4 orang, responden yang menjawab “Tidak Setuju/TS” yakni sebanyak 4 orang, dan responden yang menjawab “Sangat Tidak Setuju/STS” sebanyak 0. Hal ini menunjukkan bahwa rata-rata dengan menggunakan *Internet Banking* dapat meningkatkan efektivitas responden dalam menyelesaikan transaksi.

Tanggapan responden pada pernyataan 3 (P 3) sebagian besar responden menjawab “Sangat Setuju/SS” yakni sebanyak 33 orang, responden yang menjawab “Setuju/S” yakni sebanyak 40 orang, responden yang menjawab “Ragu-Ragu/RR” yakni sebanyak 8 orang, responden yang menjawab “Tidak Setuju/TS” yakni sebanyak 2 orang, dan responden yang menjawab “Sangat Tidak Setuju/STS” sebanyak 0. Hal ini menunjukkan bahwa dengan menggunakan *Internet Banking* rata-rata responden dapat mengakses berbagai informasi terkait transaksi perbankan.

Tanggapan responden pada pernyataan 4 (P 4) sebagian besar responden menjawab “Sangat Setuju/SS” yakni sebanyak 36 orang, responden yang

menjawab “Setuju/S” yakni sebanyak 42 orang, responden yang menjawab “Ragu-Ragu/RR” yakni sebanyak 2 orang, responden yang menjawab “Tidak Setuju/TS” yakni sebanyak 0 orang, dan responden yang menjawab “Sangat Tidak Setuju/STS” sebanyak 3. Hal ini menunjukkan bahwa dengan menggunakan *Internet Banking* rata-rata dapat memudahkan transaksi yang diinginkan responden.

Tanggapan responden pada pernyataan 5 (P 5) sebagian besar responden menjawab “Sangat Setuju/SS” yakni sebanyak 37 orang, responden yang menjawab “Setuju/S” yakni sebanyak 39 orang, responden yang menjawab “Ragu-Ragu/RR” yakni sebanyak 5 orang, responden yang menjawab “Tidak Setuju/TS” yakni sebanyak 1 orang, dan responden yang menjawab “Sangat Tidak Setuju/STS” sebanyak 1. Hal ini menunjukkan bahwa *Internet Banking* rata-rata dapat digunakan responden dimana saja dan kapan saja.

Tanggapan responden pada pernyataan 6 (P 6) sebagian besar responden menjawab “Sangat Setuju/SS” yakni sebanyak 31 orang, responden yang menjawab “Setuju/S” yakni sebanyak 43 orang, responden yang menjawab “Ragu-Ragu/RR” yakni sebanyak 8 orang, responden yang menjawab “Tidak Setuju/TS” yakni sebanyak 0 orang, dan responden yang menjawab “Sangat Tidak Setuju/STS” sebanyak 1. Hal ini menunjukkan bahwa *Internet Banking* rata-rata sangat mudah dioperasikan namun masih terdapat beberapa keraguan bagi responden.

Tanggapan responden pada pernyataan 7 (P 7) sebagian besar responden menjawab “Sangat Setuju/SS” yakni sebanyak 26 orang, responden yang menjawab “Setuju/S” yakni sebanyak 46 orang, responden yang menjawab

“Ragu-Ragu/RR” yakni sebanyak 6 orang, responden yang menjawab “Tidak Setuju/TS” yakni sebanyak 4 orang, dan responden yang menjawab “Sangat Tidak Setuju/STS” sebanyak 1. Hal ini menunjukkan bahwa *Internet Banking* rata-rata penggunaanya sesuai dengan gaya hidup dan kebutuhan nasabah perbankan.

Tanggapan responden pada pernyataan 8 (P 8) sebagian besar responden menjawab “Sangat Setuju/SS” yakni sebanyak 33 orang, responden yang menjawab “Setuju/S” yakni sebanyak 40 orang, responden yang menjawab “Ragu-Ragu/RR” yakni sebanyak 7 orang, responden yang menjawab “Tidak Setuju/TS” yakni sebanyak 2 orang, dan responden yang menjawab “Sangat Tidak Setuju/STS” sebanyak 1. Hal ini menunjukkan bahwa rata-rata responden semakin tertarik untuk menggunakan *Internet Banking* dimasa yang akan datang.

Tanggapan responden pada pernyataan 9 (P 9) sebagian besar responden menjawab “Sangat Setuju/SS” yakni sebanyak 33 orang, responden yang menjawab “Setuju/S” yakni sebanyak 41 orang, responden yang menjawab “Ragu-Ragu/RR” yakni sebanyak 5 orang, responden yang menjawab “Tidak Setuju/TS” yakni sebanyak 3 orang, dan responden yang menjawab “Sangat Tidak Setuju/STS” sebanyak 1. Hal ini menunjukkan bahwa *Internet Banking* dapat memenuhi tuntutan profesi responden.

Tanggapan responden pada pernyataan 10 (P 10) sebagian besar responden menjawab “Sangat Setuju/SS” yakni sebanyak 23 orang, responden yang menjawab “Setuju/S” yakni sebanyak 40 orang, responden yang menjawab “Ragu-Ragu/RR” yakni sebanyak 19 orang, responden yang menjawab “Tidak Setuju/TS” yakni sebanyak 1 orang, dan responden yang menjawab “Sangat Tidak

Setuju/STS” sebanyak 0. Hal ini menunjukkan bahwa sistem keamanan *Internet Banking* dapat diandalkan, namun masih ada responden yang meragukan sistem keamanan yang ada.

Tanggapan responden pada pernyataan 11 (P 11) sebagian besar responden menjawab “Sangat Setuju/SS” yakni sebanyak 23 orang, responden yang menjawab “Setuju/S” yakni sebanyak 48 orang, responden yang menjawab “Ragu-Ragu/RR” yakni sebanyak 9 orang, responden yang menjawab “Tidak Setuju/TS” yakni sebanyak 3 orang, dan responden yang menjawab “Sangat Tidak Setuju/STS” sebanyak 0. Hal ini menunjukkan bahwa rata-rata responden dengan menggunakan kredibilitas pada pengguna *Internet Banking* sangat baik.

Tanggapan responden pada pernyataan 12 (P 12) sebagian besar responden menjawab “Sangat Setuju/SS” yakni sebanyak 22 orang, responden yang menjawab “Setuju/S” yakni sebanyak 50 orang, responden yang menjawab “Ragu-Ragu/RR” yakni sebanyak 8 orang, responden yang menjawab “Tidak Setuju/TS” yakni sebanyak 2 orang, dan responden yang menjawab “Sangat Tidak Setuju/STS” sebanyak 1. Hal ini menunjukkan bahwa *Internet Banking* menjamin kerahasiaan data responden.

Tanggapan responden pada pernyataan 13 (P 13) sebagian besar responden menjawab “Sangat Setuju/SS” yakni sebanyak 29 orang, responden yang menjawab “Setuju/S” yakni sebanyak 51 orang, responden yang menjawab “Ragu-Ragu/RR” yakni sebanyak 2 orang, responden yang menjawab “Tidak Setuju/TS” yakni sebanyak 1 orang, dan responden yang menjawab “Sangat Tidak

Setuju/STS” sebanyak 0. Hal ini menunjukkan bahwa *Internet Banking* rata-rata efisien bagi responden.

Tanggapan responden pada pernyataan 14 (P 14) sebagian besar responden menjawab “Sangat Setuju/SS” yakni sebanyak 33 orang, responden yang menjawab “Setuju/S” yakni sebanyak 40 orang, responden yang menjawab “Ragu-Ragu/RR” yakni sebanyak 5 orang, responden yang menjawab “Tidak Setuju/TS” yakni sebanyak 5 orang, dan responden yang menjawab “Sangat Tidak Setuju/STS” sebanyak 2. Hal ini menunjukkan bahwa *Internet Banking* rata-rata meningkatkan pengetahuan teknologi bagi responden.

Tanggapan responden pada pernyataan 15 (P 15) sebagian besar responden menjawab “Sangat Setuju/SS” yakni sebanyak 40 orang, responden yang menjawab “Setuju/S” yakni sebanyak 34 orang, responden yang menjawab “Ragu-Ragu/RR” yakni sebanyak 5 orang, responden yang menjawab “Tidak Setuju/TS” yakni sebanyak 2 orang, dan responden yang menjawab “Sangat Tidak Setuju/STS” sebanyak 2. Hal ini rata-rata menunjukkan bahwa *Internet Banking* menghemat waktu responden.

Tanggapan responden pada pernyataan 16 (P 16) sebagian besar responden menjawab “Sangat Setuju/SS” yakni sebanyak 38 orang, responden yang menjawab “Setuju/S” yakni sebanyak 36 orang, responden yang menjawab “Ragu-Ragu/RR” yakni sebanyak 5 orang, responden yang menjawab “Tidak Setuju/TS” yakni sebanyak 4 orang, dan responden yang menjawab “Sangat Tidak Setuju/STS” sebanyak 0. Hal ini rata-rata menunjukkan bahwa transaksi *Internet Banking* menjadi mudah bagi responden.

Tanggapan responden pada pernyataan 17 (P 17) sebagian besar responden menjawab “Sangat Setuju/SS” yakni sebanyak 26 orang, responden yang menjawab “Setuju/S” yakni sebanyak 39 orang, responden yang menjawab “Ragu-Ragu/RR” yakni sebanyak 12 orang, responden yang menjawab “Tidak Setuju/TS” yakni sebanyak 5 orang, dan responden yang menjawab “Sangat Tidak Setuju/STS” sebanyak 1. Hal ini menunjukkan bahwa rata-rata dengan *Internet Banking* nasabah menerima perlakuan yang menyenangkan dari para pegawai bank BSI, namun masih ada responden yang masih ragu dengan hal tersebut.

Tanggapan responden pada pernyataan 18 (P 18) sebagian besar responden menjawab “Sangat Setuju/SS” yakni sebanyak 23 orang, responden yang menjawab “Setuju/S” yakni sebanyak 46 orang, responden yang menjawab “Ragu-Ragu/RR” yakni sebanyak 9 orang, responden yang menjawab “Tidak Setuju/TS” yakni sebanyak 5 orang, dan responden yang menjawab “Sangat Tidak Setuju/STS” sebanyak 0. Hal ini menunjukkan bahwa rata-rata dengan *Internet Banking* pihak Bank BSI selalu mudah bersedia untuk membantu nasabah-nya.

2. Deskripsi Variabel Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia (Y)

Kepuasan nasabah yakni persepsi nasabah bahwa hal yang diharapkan telah terpenuhi, diperoleh hasil yang optimal bagi setiap nasabah atas layanan yang diberikan oleh pihak bank. Untuk mengukur variabel kepuasan nasabah pada penelitian ini, maka digunakan sebanyak 11 butir pernyataan. Hasil tanggapan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.6 Tanggapan Responden Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia

No	Pertanyaan	Kriteria Skor					Jumlah Responden
		SS	S	RR	TS	STS	
19	P 19	28	46	6	2	1	83
20	P 20	21	44	14	3	1	83
21	P 21	24	38	16	3	2	83
22	P 22	27	48	5	3	0	83
23	P 23	27	45	8	3	0	83
24	P 24	26	47	7	2	1	83
25	P 25	22	46	12	2	1	83
26	P 26	17	56	9	1	0	83
27	P 27	18	40	18	5	2	83
28	P 28	24	42	8	6	3	83
29	P 29	25	44	12	2	0	83
30	P 30	22	47	10	4	0	83

Sumber: Data Primer, Diolah Tahun 2023

Tabel 4.6 di atas menunjukkan bahwa pernyataan 19 (P 19) sebagian besar responden menjawab “Sangat Setuju/SS” yakni sebanyak 28 orang, responden yang menjawab “Setuju/S” yakni sebanyak 46 orang, responden yang menjawab “Ragu-Ragu/RR” yakni sebanyak 6 orang, responden yang menjawab “Tidak Setuju/TS” yakni sebanyak 2 orang, dan responden yang menjawab “Sangat Tidak Setuju/STS” sebanyak 1. Hal ini menunjukkan bahwa selama ada *Internet Banking* rata-rata nasabah melakukan transaksi secara berulang-ulang.

Tanggapan responden pada pernyataan 20 (P 20) sebagian besar responden menjawab “Sangat Setuju/SS” yakni sebanyak 21 orang, responden yang menjawab “Setuju/S” yakni sebanyak 44 orang, responden yang menjawab “Ragu-Ragu/RR” yakni sebanyak 14 orang, responden yang menjawab “Tidak Setuju/TS” yakni sebanyak 3 orang, dan responden yang menjawab “Sangat Tidak

Setuju/STS” sebanyak 1. Hal ini menunjukkan bahwa rata-rata responden setia terhadap produk yang ditawarkan.

Tanggapan responden pada pernyataan 21 (P 21) sebagian besar responden menjawab “Sangat Setuju/SS” yakni sebanyak 24 orang, yang menjawab “Setuju/S” yakni sebanyak 38 orang, responden yang menjawab “Ragu-Ragu/RR” yakni sebanyak 16 orang, responden yang menjawab “Tidak Setuju/TS” yakni sebanyak 3 orang, dan responden yang menjawab “Sangat Tidak Setuju/STS” sebanyak 2. Hal ini menunjukkan bahwa dengan adanya *Internet Banking* responden melakukan pembelian kembali produk yang ditawarkan secara berulang.

Tanggapan responden pada pernyataan 22 (P 22) sebagian besar responden menjawab “Sangat Setuju/SS” yakni sebanyak 27 orang, responden yang menjawab “Setuju/S” yakni sebanyak 48 orang, responden yang menjawab “Ragu-Ragu/RR” yakni sebanyak 5 orang, responden yang menjawab “Tidak Setuju/TS” yakni sebanyak 3 orang, dan responden yang menjawab “Sangat Tidak Setuju/STS” sebanyak 0. Hal ini menunjukkan bahwa rata-rata responden merekomendasikan *Internet Banking* kepada nasabah yang lain.

Tanggapan responden pada pernyataan 23 (P 23) sebagian besar responden menjawab “Sangat Setuju/SS” yakni sebanyak 27 orang, yang menjawab “Setuju/S” yakni sebanyak 45 orang, responden yang menjawab “Ragu-Ragu/RR” yakni sebanyak 8 orang, responden yang menjawab “Tidak Setuju/TS” yakni sebanyak 3 orang, dan responden yang menjawab “Sangat Tidak Setuju/STS”

sebanyak. Hal ini menunjukkan bahwa rata-rata responden menceritakan keunggulan bertransaksi dengan *Internet Banking* kepada nasabah lainnya.

Tanggapan responden pada pernyataan 24 (P 24) sebagian besar responden menjawab “Sangat Setuju/SS” yakni sebanyak 26 orang, yang menjawab “Setuju/S” yakni sebanyak 47 orang, responden yang menjawab “Ragu-Ragu/RR” yakni sebanyak 7 orang, responden yang menjawab “Tidak Setuju/TS” yakni sebanyak 2 orang, dan responden yang menjawab “Sangat Tidak Setuju/STS” sebanyak 1. Hal ini menunjukkan bahwa rata-rata responden menceritakan hal-hal positif tentang keunggulan *Internet Banking* kepada nasabah lain.

Tanggapan responden pada pernyataan 25 (P 25) sebagian besar responden menjawab “Sangat Setuju/SS” yakni sebanyak 22 orang, yang menjawab “Setuju/S” yakni sebanyak 46 orang, responden yang menjawab “Ragu-Ragu/RR” yakni sebanyak 12 orang, responden yang menjawab “Tidak Setuju/TS” yakni sebanyak 2 orang, dan responden yang menjawab “Sangat Tidak Setuju/STS” sebanyak 1. Hal ini menunjukkan bahwa rata-rata responden memperoleh dukungan untuk memanfaatkan produk dan jasa melalui *Internet Banking*.

Tanggapan responden pada pernyataan 26 (P 26) sebagian besar responden menjawab “Sangat Setuju/SS” yakni sebanyak 17 orang, yang menjawab “Setuju/S” yakni sebanyak 56 orang, responden yang menjawab “Ragu-Ragu/RR” yakni sebanyak 9 orang, responden yang menjawab “Tidak Setuju/TS” yakni sebanyak 1 orang, dan responden yang menjawab “Sangat Tidak Setuju/STS” sebanyak 0. Hal ini menunjukkan bahwa rata-rata responden akan mendemonstrasikan keunggulan produk Bank BSI yakni *Internet Banking*.

Tanggapan responden pada pernyataan 27 (P 27) sebagian besar responden menjawab “Sangat Setuju/SS” yakni sebanyak 18 orang, responden yang menjawab “Setuju/S” yakni sebanyak 40 orang, responden yang menjawab “Ragu-Ragu/RR” yakni sebanyak 18 orang, responden yang menjawab “Tidak Setuju/TS” yakni sebanyak 5 orang, dan responden yang menjawab “Sangat Tidak Setuju/STS” sebanyak 2. Hal ini menunjukkan bahwa rata-rata responden akan melakukan pembelaan jika mendengar berita yang kurang berkenan tentang *Internet Banking*.

Tanggapan responden pada pernyataan 28 (P 28) sebagian besar responden menjawab “Sangat Setuju/SS” yakni sebanyak 24 orang, yang menjawab “Setuju/S” yakni sebanyak 42 orang, responden yang menjawab “Ragu-Ragu/RR” yakni sebanyak 8 orang, responden yang menjawab “Tidak Setuju/TS” yakni sebanyak 6 orang, dan responden yang menjawab “Sangat Tidak Setuju/STS” sebanyak 3. Hal ini menunjukkan bahwa selama ada *Internet Banking* rata-rata responden melakukan pembelian pada semua lini produk atau jasa

Tanggapan responden pada pernyataan 29 (P 29) sebagian besar responden menjawab “Sangat Setuju/SS” yakni sebanyak 25 orang, responden yang menjawab “Setuju/S” yakni sebanyak 44 orang, responden yang menjawab “Ragu-Ragu/RR” yakni sebanyak 12 orang, responden yang menjawab “Tidak Setuju/TS” yakni sebanyak 2 orang, dan responden yang menjawab “Sangat Tidak Setuju/STS” sebanyak 0. Hal ini menunjukkan bahwa Bank BSI menjamin keamanan responden di dalam melakukan setiap transaksi.

Tanggapan responden pada pernyataan 30 (P 30) sebagian besar responden menjawab “Sangat Setuju/SS” yakni sebanyak 22 orang, yang menjawab “Setuju/S” yakni sebanyak 47 orang, responden yang menjawab “Ragu-Ragu/RR” yakni sebanyak 10 orang, responden yang menjawab “Tidak Setuju/TS” yakni sebanyak 4 orang, dan responden yang menjawab “Sangat Tidak Setuju/STS” sebanyak 0. Hal ini menunjukkan bahwa rata-rata setiap keluhan yang saya sampaikan, *Customer Service* selalu siap dalam memenuhi keluhan yang saya sampaikan.

C. Hasil Analisis Data

1. Hasil Uji Validitas

Uji validitas merupakan uji yang digunakan untuk menguji sejauh ketetapan alat ukur, dapat menggunakan konsep gejala atau kejadian. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan pengelolaan data yang diukur dengan program komputer yaitu IBM SPSS *Statistics* 20.0. Ketentuannya adalah jika r hitung lebih besar dari r tabel dan nilai positif maka pernyataan atau indikator tersebut dapat dinyatakan valid. Jika r hitung $>$ dari r tabel (pada taraf signifikan 5%) maka pernyataan dapat dinyatakan valid. Uji validitas selengkapnya dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Variabel X dan Y

No	Variabel	r hitung	r tabel	Keterangan
Variabel Kualitas Layanan <i>Internet Banking</i> (X)				
1	P 1	0.538	0.220	Valid
2	P 2	0.595	0.220	Valid
3	P 3	0.577	0.220	Valid
4	P 4	0.634	0.220	Valid
5	P 5	0.438	0.220	Valid

6	P 6	0.542	0.220	Valid
7	P 7	0.746	0.220	Valid
8	P 8	0.564	0.220	Valid
9	P 9	0.677	0.220	Valid
10	P 10	0.673	0.220	Valid
11	P 11	0.521	0.220	Valid
12	P 12	0.634	0.220	Valid
13	P 13	0.257	0.220	Valid
14	P 14	0.662	0.220	Valid
15	P 15	0.555	0.220	Valid
16	P 16	0.655	0.220	Valid
17	P 17	0.638	0.220	Valid
18	P 18	0.644	0.220	Valid
Variabel Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia (Y)				
19	P 19	0.601	0.220	Valid
20	P 20	0.457	0.220	Valid
21	P 21	0.593	0.220	Valid
22	P 22	0.725	0.220	Valid
23	P 23	0.585	0.220	Valid
24	P 24	0.698	0.220	Valid
25	P 25	0.751	0.220	Valid
26	P 26	0.560	0.220	Valid
27	P 27	0.716	0.220	Valid
28	P 28	0.550	0.220	Valid
29	P 29	0.579	0.220	Valid
30	P 30	0.744	0.220	Valid

Berdasarkan tabel 4.7 di atas, dapat dilihat bahwa semua indikator pernyataan pada variabel X maupun variabel Y mempunyai r hitung $>$ r tabel, maka dapat disimpulkan bahwa semua pertanyaan kuesioner variabel X dan variabel Y adalah valid.

2. Hasil Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah pengujian yang digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari suatu variabel. Suatu kuesioner dapat

dikatakan reliabel atau handal jika jawaban pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Dasar pengambilan keputusan uji reliabilitas dapat dikatakan reliabel jika nilai cronbach alpha $> 0,81$ maka data dapat dikatakan sangat reliabel, sebaliknya apabila cronbach alpha $< 0,40$, maka data dapat dikatakan tidak reliabel.

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan uji reliabilitas dengan bantuan program komputer yaitu IBM SPSS *Statistics* 20.0. Hasil uji reliabilitas instrumen kualitas pelayanan *Internet Banking* dan kepuasan nasabah dapat dilihat pada ringkasan tabel berikut ini.

Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Kualitas Pelayanan

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha ^a	N of Items
.902	18

Berdasarkan tabel 4.8 di atas, dapat dilihat bahwa instrumen kualitas pelayanan mempunyai *Cronbach Alpha* yang sangat besar yaitu $0.902 > 0.81$, yang artinya instrumen kualitas pelayanan dalam pengujian reliabilitas ini dapat dikatakan sangat reliabel.

Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Kepuasan Nasabah

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha ^a	N of Items
.886	12

Berdasarkan tabel 4.9 di atas, dapat dilihat bahwa instrumen kepuasan nasabah mempunyai *Cronbach Alpha* yang sangat besar yaitu $0.886 > 0.81$, yang artinya instrumen kualitas pelayanan dalam pengujian reliabilitas ini dapat dikatakan sangat reliabel.

3. Hasil Uji Asumsi Klasik

a. Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah variabel bebas, variabel terikat atau keduanya memiliki distribusi normal atau tidak. Normalitas yang baik adalah memiliki distribusi data normal. Apabila nilai signifikansi $> 0,05$, maka data dapat dikatakan berdistribusi normal. Sebaliknya apabila nilai signifikansi $< 0,05$, maka data dikatakan tidak berdistribusi normal.

Penelitian ini, peneliti melakukan uji normalitas data dengan bantuan program komputer yaitu IBM SPSS *Statistics* 20.0, adapun hasil yang diperoleh dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.10 Hasil Tests of Normality

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	Df	Sig.	Statistic	df	Sig.
X	.242	83	.090	.931	83	.110
Y	.137	83	.110	.961	83	.063

a. Lilliefors Significance Correction

Berdasarkan hasil pada tabel 4.10 di atas, diketahui bahwa nilai signifikansi variabel sebesar 0.90 dan 0.110 > 0.05 , maka dapat disimpulkan bahwa kedua variabel yang diukur dalam penelitian ini data berdistribusi normal.

b. Hasil Uji Heteroskedastisitas Glejser

Tabel 4.11 Hasil Uji Heteroskedastisitas Glejser

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.806	2.250		2.136	.036
	X	.295	.137	.377	2.010	.053
	Y	.199	.168	.501	3.032	.108

a. Dependent Variable: ABS

Berdasarkan hasil *out put* SPSS uji heteroskedastisitas yang terdapat pada tabel 4.11 di atas yang diperoleh dari nilai transform (ABS), terdapat nilai signifikansi (sig) variabel X sebesar 0.053 dan variabel Y sebesar 0.108 yang artinya > 0.05 . sesuai dengan keputusan uji heteroskedastisitas apabila nilai sig > 0.05 maka data dalam penelitian tidak adanya terjadi heteroskedastisitas. Berdasarkan hasil uji *Scatterplot*, grafik menunjukkan bahwa titik-titik pada grafik tidak membentuk sebuah pola, sehingga dapat dikatakan data tersebut tidak terdapat heteroskedastisitas.

c. Hasil Uji Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi linear sederhana bertujuan untuk mengetahui hubungan secara linear antara satu variabel bebas dengan satu variabel terikat. Tingkat kepercayaan yang digunakan dalam penelitian ini adalah 5%. Jika nilai signifikansi $< 0,05$, artinya variabel X berpengaruh terhadap variabel Y. Sebaliknya jika nilai signifikansi $> 0,05$, artinya variabel X tidak berpengaruh terhadap variabel Y. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan uji analisis regresi linear sederhana dengan bantuan program komputer yaitu IBM SPSS *Statistics* 20. Hasil uji regresi linear sederhana dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.12 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana

Model	Unstandardized		Standardized	F	Sig.
	Coefficients		Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.638		.708	.481
	X	.606	.810	12.411	.000

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan hasil *out put* SPSS uji regresi linier sederhana yang terdapat pada tabel 4.12 di atas, terdapat nilai F hitung sebesar 12.411 yang artinya lebih besar dari F tabel 1.663. Sedangkan perolehan signifikansi $0.000 < 0.05$. dari nilai tersebut dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan secara individual atau parsial antara variabel kualitas layanan *Internet Banking* (X) terhadap variabel kepuasan nasabah (Y). Kesimpulan dari penelitian ini dapat interpretasikan bahwa layanan *Internet Banking* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada mahasiswa Prodi Perbankan Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Aceh.

Interpretasi hasil persamaan regresi yang diperoleh adalah:

$$Y = 2.638 + 0.606 X$$

Dari regresi di atas, maka dapat diinterpretasi hasil penelitian:

1. Nilai koefisien konstanta sebesar 2.638, yang artinya jika variabel X dianggap konstan maka Y akan meningkat sebesar 2.638.
2. Nilai koefisien X sebesar 0.606, yang artinya jika X meningkat 1 unit maka Y akan meningkat sebesar 0.606 dengan asumsi variabel tetap.
3. Nilai R yang diperoleh sebesar 0.810 dan R^2 sebesar 0.655 yang artinya kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan varians dari variabel terikatnya adalah sebesar 65,5%.

D. Pembahasan

Pembahasan mengenai pengaruh layanan *Internet Banking* terhadap nasabah akan dibahas sebagai berikut:

1. Pengaruh Kualitas Layanan *Internet Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa kualitas layanan *Internet Banking* berpengaruh secara positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan nasabah. Hal ini terbukti bahwa nilai F-hitung sebesar 12.411 yang artinya lebih besar dari F tabel 1.663. Sedangkan perolehan signifikansi $0.000 < 0.05$. dari nilai tersebut dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan secara individual atau parsial antara variabel kualitas layanan *Internet Banking* (X) terhadap variabel kepuasan nasabah (Y).

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya oleh Fiky Aryo Dwinanto (2017), yang berjudul “Pengaruh Kualitas Layanan *Internet Banking* terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Syariah Indonesia (BSI)”. Hasil dari penelitian ini terbukti bahwa tingkat Kualitas Layanan terlaksana dengan baik dan nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) puas dengan layanan *Internet Banking*.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya oleh Muammar Arif Setyawan (2018), dengan judul “Pengaruh Kualitas Layanan dan Produk *Internet Banking* terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Syariah Indonesia (BSI) Pandanaran Semarang”. Hasil dari penelitian ini terbukti bahwa kualitas layanan *Internet Banking* dan Kualitas Produk berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Syariah Indonesia (BSI) Pandanaran Semarang.

Hasil ini sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan Chusnia Mei Sadatul (2018), yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh

Internet Banking dan *SMS Banking* terhadap tingkat profitabilitas yang diukur dari Kepuasan Nasabah.

Penelitian dilakukan Mila Karomilah (2020), dengan judul “Pengaruh Layanan *E-Banking* terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) Cabang Pembantu Bintaro-Kebayoran Arcade” dengan hasil terbukti bahwa Layanan *Internet Banking* sangatlah menguntungkan bagi para nasabah untuk bertransaksi dalam perbankan kapanpun dan dimanapun

Penelitian dilakukan Siti Monalisa dan Erma Suryani (2020), dengan judul “Pengaruh Kualitas Layanan *Internet Banking* terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI)”. Hasil dari penelitian ini terbukti bahwa dimensi Kualitas Layanan: *Efficiency, Reliability, Responsiveness, Privacy*, dan *Fulfillment* dapat meningkatkan Kepuasan Nasabah dan Loyalitas Nasabah jika ditingkatkan sebanyak 80% untuk setiap dimensi.

Penelitian dilakukan Ria Octavia (2021), dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Index pada PT. Bank Syariah Indonesia (BSI) Cabang Lampung”. Hasil dari penelitian ini terbukti bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Lampung.

Berdasarkan beberapa acuan penelitian yang sudah dilakukan, kesimpulan pada penelitian ini bahwasanya kualitas layanan *Internet Banking* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah, jadi layanan *Internet Banking* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada

mahasiswa Prodi Perbankan Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Aceh.

Internet Banking memberikan kemudahan bertransaksi dalam hal waktu tempat, dan biaya. Nasabah tidak perlu mendatangi kantor bank untuk memperoleh informasi atau melakukan transaksi perbankan. Bahkan untuk beberapa produk *E-Banking* nasabah dapat bertransaksi selama 24 jam dengan menggunakan laptop atau perangkat mobile seperti telepon seluler yang dapat dibawa kemana saja selama terhubung dengan jaringan internet.

Fitur layanan *Internet Banking* antara lain informasi umum rekening tabungan atau giro, rekening deposito, kartu kredit, informasi mutasi rekening, transfer dana, baik transfer antar rekening maupun antar bank, pembelian pulsa, pembelian tiket, penempatan deposito, layanan informasi seperti suku bunga dan kurs, dan pembayaran, misalnya pembayaran telepon, internet, kabel TV, asuransi, listrik dan berbagai jenis pembayaran lainnya (Otoritas Jasa Keuangan, 2015:11).

Berdasarkan pengujian regresi linier sederhana dan pengujian hipotesis yang dilakukan peneliti, menunjukkan bahwa kualitas layanan *Internet Banking* Bank Syariah Indonesia mempunyai pengaruh positif dan signifikansi terhadap kepuasan nasabah, karena terdapat nilai F hitung sebesar 12.411 yang artinya lebih besar dari F tabel 1.663. Sedangkan perolehan signifikansi $0.000 < 0.05$. dari nilai tersebut dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara variabel kualitas layanan *Internet Banking* (X) terhadap variabel kepuasan nasabah (Y). Kesimpulan dari penelitian ini dapat interpretasikan bahwa layanan

Internet Banking berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada mahasiswa Prodi Perbankan Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Aceh.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari rumusan masalah yang telah dijelaskan peneliti diawal dan berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

Berdasarkan pengujian hipotesis yang dilakukan peneliti, menunjukkan bahwa kualitas layanan *Internet Banking* Bank Syariah Indonesia (BSI) mempunyai pengaruh positif dan signifikansi terhadap kepuasan nasabah, karena terdapat nilai t hitung sebesar 12.411 yang artinya lebih besar dari t tabel 1.663. Sedangkan perolehan signifikansi $0.000 < 0.05$. Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa layanan *Internet Banking* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada mahasiswa Prodi Perbankan Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Aceh.

B. Saran

Berdasarkan penulisan penelitian ini, peneliti menyadari bahwa masih banyak terdapat kekurangan di dalamnya. Untuk itu, peneliti memberikan beberapa saran untuk bahan pertimbangan sebagai penyempurnaan apabila terdapat penelitian yang serupa. Beberapa saran yang dapat diajukan adalah sebagai berikut:

1. Diharapkan pada peneliti yang akan datang hendaknya untuk memperluas penelitian sehingga diperoleh informasi yang lebih lengkap tentang pengaruh

kualitas layanan dan pemanfaatan teknologi *Internet Banking* terhadap kepuasan nasabah pada mahasiswa Prodi Perbankan Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Aceh.

2. Peneliti selanjutnya disarankan untuk menggunakan metode tambahan yaitu wawancara secara langsung kepada responden agar responden memberikan jawaban dengan kesungguhan dan keseriusan, serta peneliti lebih terlibat dalam proses penelitian tersebut.
1. Hendaknya menambah jumlah sampel agar data yang didapatkan lebih akurat mengingat jumlah mahasiswa Prodi Perbankan Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Aceh. yang setiap tahunnya mengalami peningkatan.

DAFTAR PUSTAKA

1. Artikel dalam Jurnal

- Azmi, F. S., & Rahmah, E. (2018). Direktori Pariwisata di Kota Pariaman. *Jurnal Ilmu Informasi Perpustakaan dan Kearsipan*.
- Bulkia,. Sri,. Herawati, A. S., & Hasanah, N. (2019). Pengaruh Pengetahuan Nasabah Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Individu Pengguna Internet banking Banjarmasin. *At-Tadbir: Jurnal Ilmiah Manajemen*.
- Cahyono, A. S. (2016). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat Di Indonesia. *Publiciana*.
- Hendrayani. (2018). Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan Simpedes Pada Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Unit Parang Tambung Makassar. *Jurnal Economix*.
- Kholid, M. (2018). Prinsip-Prinsip Hukum Ekonomi Syariah Dalam Undang-Undang Tentang Perbankan Syariah. Asy-Syari'ah.
- Lesmana, R., & Ayu, S. D. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah PT Paragon Tehnology And Innovation. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*.
- Mawey, T C., Tumbel, A L., & Ogi, I. (2018). Pengaruh Kepercayaan Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah PT Bank Sulutgo. *Jurnal EMBA*.
- Musfirotin, J. (2020). Perlindungan Hukum Terhadap Transaksi Uang Elektronik Berdasarkan Fatwa No.116/Dsn-Mui/Xi/2017 Tentang Uang Elektronik Syariah Oleh Bank Syariah.
- Oktavianoor, R. (2020). Kesenjangan Digital Akibat Kondisi Demografis di Kalangan Masyarakat Rural. *Journal of Information and Library Science*.
- Putro, S. Y., Semuel, H., Karina, R., Brahmana. (2014). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Konsumen Restoran Happy Garden Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*.
- Riadi, M., Kamase, K., Mapparenta. (2021). Pengaruh Harga, Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Mobil Toyota (Studi Kasus Pada PT. Hadji Kalla Cabang Alauddin). *Journal of Management Science (JMS)*.
- Rosana, A S. (2010). Kemajuan Teknologi Informasi dan Komunikasi dalam Industri Media di Indonesia. *Gema Eksos*.

- Sahita, N. A., & Rachmawati. (2018). Pengaruh Motivasi dan Fasilitas Belajar di Rumah Terhadap Hasil Belajar Ekonomi Kelas X IIS SMA Hang Tuah 1 Surabaya. *Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi, Manajemen dan Keuangan*.
- Suriadi, D. (2021). Strategi Ekonomi Islam Untuk Kesejahteraan Umat. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*.
- Tarantang, J., Kurniawan, R., & Firdaus, G M F. (2020). Electronic Money Sebagai Alat Transaksi Dalam Perspektif Islam.
- Teja M. (2015). Pembangunan Untuk Kesejahteraan Masyarakat di Kawasan Pesisir. *Aspirasi*.

2. Prosiding Seminar

- Mayasari, F., Kurniawati, E. P. & Nugroho, P. I. (2011). Anteseden dan Konsekuensi Sikap Nasabah Dalam Menggunakan *Internet banking* Dengan Menggunakan Kerangka Technology Acceptance Model (Tam) (Survey Pada Pengguna Klik BCA). *Seminar Nasional Teknologi Informasi & Komunikasi Terapan*. (hal. 34-41). Jawa Tengah: Universitas Kristen Satya Wacana.
- Setiawan W. *Era Digital dan Tantangannya Seminar Nasional Pendidikan* (2017). Universitas Pendidikan Indonesia

3. Buku

- Agustina, L., et al. (2019). *Perkembangan Ekonomi Digital di Indonesia Strategi dan Sektor Potensial*. Kementerian Komunikasi dan Informatika: Jakarta.
- Al-Qur'an Al-Baqarah Ayat 2. (2018). Al-Qur'an Terjemahan dan Tajwid Berwarna Bandung: Cii Cordoba.
- Arif, N. R. (2010). *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta.
- Arikunto. (2014). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Ghozali, I. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.
- Kasmir. (2017). *Customer Service Excellent: Teori dan Praktik*. PT Raja Grafindo Persada: Jakarta.
- Kotler, Philip (1997). *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol*". Jilid Kedua. Jakarta: PT. Prehalindo
- Kotler, Philip and Lane Keller. (2017). *Marketing Manajement*. Edition New Jersey: Pearson Pretice Hall.
- Laksana, Fajar. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Graha Ilmu: Yogyakarta.

- Mardani. (2015). *Hukum Sistem Ekonomi Islam*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Riduwan. (2015). *Dasar-Dasar Statistika*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Supranto, M.A. (2016). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar*, Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Tjiptono, F. (2011). *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia.

4. Buku yang Diterbitkan oleh Lembaga Pemerintah, tanpa Nama Pengarang

- Otoritas Jasa Keuangan, (2019), *Statistik Perbankan Syariah 2019 Desember*, Jakarta.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2015). *Laporan Perkembangan Keuangan Syariah Indonesia 2015*. Jakarta: Direktorat Pengaturan dan Perizinan Perbankan Syariah Otoritas Jasa Keuangan.

5. Buku Hasil Terjemah

- Albari & Kartikasari, A. (2019). The Influence of Product Quality, Service Quality and Price on Customer Satisfaction and Loyalty. *Asian Journal of Entrepreneurship and Family Business*.
- Engel, J.F., Blackwell, R.D. and Miniard, P.W. 1995. *Consumer Behavior*, 8th ed, Orlando: The Dryden Press.
- Kartikasari. 2019. The Influence of Product Quality, Service Quality and Price on Customer Satisfaction and Loyalty. *Asian Journal of Entrepreneurship and Family Business*.

6. Skripsi

- Atmojo, A P. (2015). *Analisi Pengaruh Kualitas Layanan, Nilai Nasabah, Dan Atribut Produk Islam Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada*

- BNI Syariah Cabang Semarang*). [Skripsi, Universitas Diponegoro], Jawa Tengah.
- Chusnia, Mei Sadatul, 2014. *Pengaruh Layanan Elektronik Banking (E-Banking) Terhadap Kepuasan Nasabah di BNI Syariah Kantor Cabang Pembantu Tulungagung*” [Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Tulungagung], Jawa Timur.
- Dwinanto, F A. (2017). *Pengaruh kualitas Layanan Internet banking terhadap kepuasan nasabah di bank BSI*. [Skripsi, IPB], Bandung.
- Jannah, R. (2015). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah Dalam Menggunakan Layanan Digital Banking Dengan Menggunakan Model Unified Theory of Acceptance And Use Of Technology (Utaut) Pada Pt. Bank Syariah Mandiri Cabang Banda Aceh*. [Skripsi, UIN AR-Raniry], Banda Aceh.
- Juanda, A. R. (2020). *Pengaruh Persepsi Kemudahan, Manfaat, Dan Risiko Terhadap Minat Menggunakan Internet banking (Survei pada Masyarakat Kec. Syiah Kuala)*. [Skripsi, UIN AR-Raniry], Banda Aceh.
- Juliansyah, Neca. (2018). *Pengaruh Layanan Internet Banking Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening Pada Bank Central Asia Kantor Cabang Utama Bandar Lampung*. [Skripsi, Universitas Lampung], Bandar Lampung, Indonesia.
- Karomillah, M. (2015). *Pengaruh Layanan E-Banking Terhadap Kepuasan Nasabah BNI Syariah Cabang Pembantu Bintaro-Kebayoran Arcade*. [Skripsi, UIN Syarif Hidayatullah], Jakarta.
- Ningsih, N W. (2018). *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Menggunakan Internet banking pada Bank Muamalat*. [Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis IAIN Syekh Nurjati Cirebon], Cirebon.
- Setiawan M, A. (2018). *Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Internet Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank BSI Pandanaran Semarang*. [Skripsi, UNNES], Semarang.
- Sinta, S I. (2017). *Pengaruh Kualitas Layanan E-Banking Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Pt. Bank Central Asia (Persero) Cabang Panakkukang Tbk di Kota Makassar*. [Skripsi, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Hasanuddin], Makassar.
- Suhaji, I. A. (2017). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Pada UD Pandan Wangi Semarang*. [Skripsi, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Manggala], Semarang.

Ulwiyati, H. (2013). *Pengaruh Layanan Jasa Pick Up Service Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah di Koperasi Jasa Keuangan Syariah BMT Amanah Ummah Surabaya*. [Skripsi UIN Sunan Ampel Surabaya], Surabaya.

Utami, A T. (2014). *Pemaknaan Pesan Komunikasi Melalui Media Sosial Sebagai Sarana Customer Relationship Management Perusahaan*. [Skripsi, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang], Malang.

7. Laman Web dengan Penulis

Bank Indonesia. Sekilas Perbankan Syariah di Indonesia, <http://www.bi.go.id/web/id/perbankan+syariah/> di akses pada tanggal 6 Oktober 2011

Bank Syariah Indonesia. 2021 (1 Oktober). BSI Jadikan Mobile *Banking* sebagai Lokomotif Pengembangan Ekonomi Syariah. Diakses pada 8 Januari 2022, dari <https://www.bankbsi.co.id/new-update/berita/bsi-jadikan-mobile-banking-sebagai-lokomotif-pengembangan-ekonomi-syariah>.

Haryanto, S. (2014). *Sejarah Internet Banking*. Dari <https://tonnymarezco.wordpress.com/2014/04/17/sejarah-internet-banking/>

<http://www.ir-bankbsi.com/>

LAMPIRAN

Timestamp	Nama Lengkap	Program Studi	Jenis Kelamin	Umur	Lama Menggunakan Internet Banking	P 1	P 2	P 3	P 4	P 5	P 6	P 7	P 8	P 9	P 10	P 11	P 12
26/07/2023 14:25	Wulan Darina	Perbankan Syariah	Perempuan	24 - 29 Tahun	> 1 Tahun	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Setuju	Ragu-Ragu	Ragu-Ragu	Setuju
26/07/2023 14:36	Maulana Ahmad Iqbal	Perbankan Syariah	Laki Laki	18 - 23 Tahun	< 1 Tahun	Sangat Setuju	Setuju	Ragu-Ragu	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Ragu-Ragu	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Setuju	Setuju	Ragu-Ragu	Sangat Setuju
26/07/2023 15:05	Ferdy Chaliq Pratama	Perbankan Syariah	Laki Laki	18 - 23 Tahun	> 1 Tahun	Sangat Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Ragu-Ragu
26/07/2023 15:07	Nurdaliana	Perbankan Syariah	Perempuan	18 - 23 Tahun	< 1 Tahun	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju
26/07/2023 16:10	Satri Wahyuni	Perbankan Syariah	Perempuan	18 - 23 Tahun	< 1 Tahun	Setuju	Sangat Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
26/07/2023 17:50	Nurul Ismi	Perbankan Syariah	Laki Laki	18 - 23 Tahun	< 1 Tahun	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Ragu-Ragu	Setuju
26/07/2023 20:18	Akmal Rufajar	Perbankan Syariah	Laki Laki	18 - 23 Tahun	< 1 Tahun	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju
26/07/2023 21:16	Angga Purnama	Perbankan Syariah	Laki Laki	18 - 23 Tahun	< 1 Tahun	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Setuju	Sangat Setuju
26/07/2023 22:03	Raja Utama Berutu	Perbankan Syariah	Laki Laki	18 - 23 Tahun	> 1 Tahun	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Setuju	Setuju	Ragu-Ragu	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Ragu-Ragu	Setuju	Setuju
26/07/2023 22:29	Ajiran Ramadhan	Perbankan Syariah	Laki Laki	18 - 23 Tahun	< 1 Tahun	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju
27/07/2023 12:33	Izzah Amanda	Perbankan Syariah	Perempuan	18 - 23 Tahun	< 1 Tahun	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju
27/07/2023 13:26	Irhamna	Perbankan Syariah	Perempuan	18 - 23 Tahun	< 1 Tahun	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
27/07/2023 14:21	Rahmi Al Attin	Perbankan Syariah	Perempuan	18 - 23 Tahun	> 1 Tahun	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Setuju	Setuju	Sangat Setuju
27/07/2023 14:25	Rauzatul Jannah	Perbankan Syariah	Perempuan	18 - 23 Tahun	< 1 Tahun	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
27/07/2023 14:29	Rananda Sumardi	Perbankan Syariah	Laki Laki	18 - 23 Tahun	< 1 Tahun	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Setuju	Setuju	Ragu-Ragu	Sangat Setuju
27/07/2023 14:34	Ikram Zikriullah	Perbankan Syariah	Laki Laki	18 - 23 Tahun	> 1 Tahun	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju
27/07/2023 21:57	Muhammad Rizki Valdano S	Perbankan Syariah	Laki Laki	18 - 23 Tahun	< 1 Tahun	Ragu-Ragu	Setuju	Sangat Setuju	Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Setuju	Ragu-Ragu	Setuju	Ragu-Ragu	Setuju	Setuju
27/07/2023 22:05	Adam Damiri	Perbankan Syariah	Laki Laki	18 - 23 Tahun	< 1 Tahun	Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Ragu-Ragu	Setuju	Setuju
27/07/2023 23:08	Putri Akunyi	Perbankan Syariah	Perempuan	18 - 23 Tahun	< 1 Tahun	Setuju	Sangat Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Setuju	Ragu-Ragu	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
28/07/2023 02:11	Dhea Putri Andriani	Perbankan Syariah	Perempuan	18 - 23 Tahun	> 1 Tahun	Sangat Setuju	Tidak Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Tidak Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
28/07/2023 07:30	Andira Agustina M	Perbankan Syariah	Perempuan	18 - 23 Tahun	> 1 Tahun	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju
28/07/2023 07:57	Lailuna	Perbankan Syariah	Perempuan	24 - 29 Tahun	< 1 Tahun	Sangat Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Setuju	Setuju	Ragu-Ragu	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
28/07/2023 08:18	Dedi Novandi	Perbankan Syariah	Laki Laki	24 - 29 Tahun	> 1 Tahun	Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
28/07/2023 08:26	Ikramullah	Perbankan Syariah	Perempuan	18 - 23 Tahun	> 1 Tahun	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Setuju
28/07/2023 08:50	Syaiful Syahputra	Perbankan Syariah	Laki Laki	18 - 23 Tahun	< 1 Tahun	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
28/07/2023 09:22	Muhammad Iqbal Wandy	Perbankan Syariah	Laki Laki	24 - 29 Tahun	> 1 Tahun	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Setuju
28/07/2023 09:55	Siti Khadijah	Perbankan Syariah	Perempuan	24 - 29 Tahun	> 1 Tahun	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Setuju	Sangat Setuju
28/07/2023 10:06	Fitriani	Perbankan Syariah	Perempuan	24 - 29 Tahun	> 1 Tahun	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
28/07/2023 12:10	Muhammad Jufri	Perbankan Syariah	Laki Laki	24 - 29 Tahun	> 1 Tahun	Setuju	Sangat Setuju	Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Ragu-Ragu	Ragu-Ragu	Ragu-Ragu
28/07/2023 12:15	Muhammad Alfian Aldi	Perbankan Syariah	Laki Laki	18 - 23 Tahun	< 1 Tahun	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
28/07/2023 12:44	Raudhatul Muna	Perbankan Syariah	Perempuan	18 - 23 Tahun	> 1 Tahun	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
28/07/2023 12:51	Khairunnisa	Perbankan Syariah	Perempuan	18 - 23 Tahun	> 1 Tahun	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
28/07/2023 13:23	Desi Purnama Sari	Perbankan Syariah	Perempuan	24 - 29 Tahun	> 1 Tahun	Sangat Setuju	Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
28/07/2023 13:28	Safinatun Naja Assyifa	Perbankan Syariah	Perempuan	24 - 29 Tahun	< 1 Tahun	Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
28/07/2023 13:33	Aziza Rahma	Perbankan Syariah	Perempuan	18 - 23 Tahun	< 1 Tahun	Ragu-Ragu	Setuju	Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Setuju	Ragu-Ragu	Setuju	Sangat Setuju
28/07/2023 13:37	M Saugil Rahmatillah	Perbankan Syariah	Laki Laki	18 - 23 Tahun	< 1 Tahun	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Ragu-Ragu	Setuju	Ragu-Ragu	Setuju	Setuju	Tidak Setuju	Ragu-Ragu
28/07/2023 14:42	Huswatul Khaira	Perbankan Syariah	Perempuan	18 - 23 Tahun	< 1 Tahun	Sangat Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Setuju
28/07/2023 15:08	Akmal Oktarian Ramadhandi	Perbankan Syariah	Perempuan	24 - 29 Tahun	> 1 Tahun	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
28/07/2023 17:11	Jasmarlan Alvyadi	Perbankan Syariah	Laki Laki	18 - 23 Tahun	> 1 Tahun	Sangat Setuju	Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Setuju	Setuju	Sangat Setuju
28/07/2023 17:15	Yuni Afriana	Perbankan Syariah	Perempuan	18 - 23 Tahun	> 1 Tahun	Setuju	Sangat Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Setuju	Setuju
28/07/2023 17:22	Al Munajela	Perbankan Syariah	Perempuan	18 - 23 Tahun	> 1 Tahun	Setuju	Sangat Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Setuju
28/07/2023 18:12	Siti Nirwana Ade Wita	Perbankan Syariah	Perempuan	18 - 23 Tahun	> 1 Tahun	Setuju	Sangat Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju
28/07/2023 19:22	Wardatul Jannah	Perbankan Syariah	Perempuan	18 - 23 Tahun	> 1 Tahun	Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju
28/07/2023 20:19	Cui Sulfa	Perbankan Syariah	Perempuan	18 - 23 Tahun	> 1 Tahun	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
28/07/2023 20:52	Safrina	Perbankan Syariah	Perempuan	24 - 29 Tahun	> 1 Tahun	Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
28/07/2023 21:03	Irma	Perbankan Syariah	Perempuan	18 - 23 Tahun	> 1 Tahun	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Ragu-Ragu	Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
28/07/2023 21:07	Rahmad Hidayat	Perbankan Syariah	Laki Laki	24 - 29 Tahun	> 1 Tahun	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju
28/07/2023 22:16	Nuria Sara	Perbankan Syariah	Perempuan	24 - 29 Tahun	> 1 Tahun	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
29/07/2023 00:22	Elsa Sofia Nanda	Perbankan Syariah	Perempuan	18 - 23 Tahun	> 1 Tahun	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Ragu-Ragu	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
29/07/2023 09:08	Muhammad Rangga Syahjaya	Perbankan Syariah	Laki Laki	18 - 23 Tahun	< 1 Tahun	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
29/07/2023 09:37	Hajlina Maghfirah	Perbankan Syariah	Perempuan	18 - 23 Tahun	< 1 Tahun	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Tidak Setuju	Setuju
29/07/2023 10:19	Husnadiia Rahma	Perbankan Syariah	Perempuan	18 - 23 Tahun	> 1 Tahun	Sangat Setuju	Setuju	Ragu-Ragu	Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Setuju	Ragu-Ragu	Sangat Setuju
29/07/2023 10:47	Fatra Qoridha Tunnisa	Perbankan Syariah	Perempuan	18 - 23 Tahun	> 1 Tahun	Sangat Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Setuju
29/07/2023 10:47	Nonidevita	Perbankan Syariah	Perempuan	18 - 23 Tahun	> 1 Tahun	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju
29/07/2023 11:38	Efa Rianti	Perbankan Syariah	Perempuan	18 - 23 Tahun	> 1 Tahun	Setuju	Ragu-Ragu	Tidak Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
29/07/2023 12:05	Fakhru Rozi	Perbankan Syariah	Laki Laki	18 - 23 Tahun	< 1 Tahun	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
29/07/2023 13:08	Lisa Arisma	Perbankan Syariah	Perempuan	18 - 23 Tahun	> 1 Tahun	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Setuju
29/07/2023 14:03	Chyntia Dewi Rahayu	Perbankan Syariah	Perempuan	24 - 29 Tahun	> 1 Tahun	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
29/07/2023 14:05	Muhammad Al Hudda	Perbankan Syariah	Laki Laki	24 - 29 Tahun	> 1 Tahun	Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Ragu-Ragu	Setuju	Setuju	Ragu-Ragu	Setuju	Ragu-Ragu
29/07/2023 14:30	Imran Hidayat Aceh	Perbankan Syariah	Laki Laki	18 - 23 Tahun	> 1 Tahun	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
29/07/2023 14:33	Qausara Amelia Rizky	Perbankan Syariah	Perempuan	18 - 23 Tahun	> 1 Tahun	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
29/07/2023 15:03	Fazrial Ramadhan	Perbankan Syariah	Laki Laki	18 - 23 Tahun	> 1 Tahun	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Ragu-Ragu	Setuju	Setuju	Ragu-Ragu	Ragu-Ragu	Ragu-Ragu
29/07/2023 16:27	Jeffrin J	Perbankan Syariah	Laki Laki	18 - 23 Tahun	> 1 Tahun	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
29/07/2023 17:40	Selvi Fitriani	Perbankan Syariah	Perempuan	18 - 23 Tahun	> 1 Tahun	Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Setuju
29/07/2023 20:54	Ami Usnayanti	Perbankan Syariah	Perempuan	24 - 29 Tahun	< 1 Tahun	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju
29/07/2023 20:55	Windi Fitria	Perbankan Syariah	Perempuan	24 - 29 Tahun	> 1 Tahun	Setuju	Sangat Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju
29/07/2023 20:57	M. Iqbal Saputra	Perbankan Syariah	Laki Laki	24 - 29 Tahun	> 1 Tahun	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Setuju
29/07/2023 21:22	Nurliya Fajri	Perbankan Syariah	Perempuan	18 - 23 Tahun	> 1 Tahun	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju
29/07/2023 22:41	Wiwil Lastika	Perbankan Syariah	Perempuan	24 - 29 Tahun	> 1 Tahun	Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Setuju	Setuju
29/07/2023 22:43	Rauzatul Nisa	Perbankan Syariah	Perempuan	24 - 29 Tahun	> 1 Tahun	Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju
30/07/2023 12:03	Putri Salsabila	Perbankan Syariah	Perempuan	18 - 23 Tahun	> 1 Tahun	Setuju	Sangat Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Ragu-Ragu	Ragu-Ragu	Ragu-Ragu
30/07/2023 17:57	Nita Sari	Perbankan Syariah	Perempuan	24 - 29 Tahun	> 1 Tahun	Setuju	Setuju	Ragu-Ragu	Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Setuju	Setuju
30/07/2023 18:04	Rifal Ijlal	Perbankan Syariah	Laki Laki	24 - 29 Tahun	< 1 Tahun	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Setuju	Setuju	Ragu-Ragu	Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
31/07/2023 12:54	Syarifah syela ainolia	Perbankan Syariah	Perempuan	18 - 23 Tahun	< 1 Tahun	Setuju	Ragu-Ragu	Ragu-Ragu	Setuju	Setuju	Setuju	Ragu-Ragu	Ragu-Ragu	Setuju	Ragu-Ragu	Setuju	Setuju
31/07/2023 12:59	Rauzatul Muna	Perbankan Syariah	Perempuan	18 - 23 Tahun	> 1 Tahun	Sangat Setuju	Setuju	Ragu-Ragu	Setuju	Setuju	Ragu-Ragu	Setuju	Setuju	Ragu-Ragu	Ragu-Ragu		

[illegible]

a. Kualitas Layanan *Internet Banking*

		P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22	P23	P24	P25	P26	P27	P28	P29	P30	Total
P1	Pearson Correlation	1	.268*	.317**	.555**	.403**	.251*	.513**	.352**	.322**	.455**	.157	.457**	.160	.218*	.274*	.399**	.137	.224*	.305**	.152	.251*	.375**	.309**	.356**	.258*	.150	.356**	.256*	.248*	.404**	.538**
	Sig. (2-tailed)		.014	.004	.000	.000	.022	.000	.001	.003	.000	.157	.000	.149	.048	.012	.000	.218	.042	.005	.171	.022	.000	.004	.001	.019	.176	.001	.019	.024	.000	.000
	N		83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83
P2	Pearson Correlation	.268*	1	.503**	.282**	-.049	.218*	.456**	.511**	.540**	.292**	.210	.231*	.169	.417**	.181	.259*	.503**	.434**	.245*	.200	.475**	.453**	.352**	.428**	.446**	.376**	.350**	.182	.284**	.552**	.595**
	Sig. (2-tailed)	.014		.000	.010	.658	.048	.000	.000	.000	.007	.057	.036	.127	.000	.102	.018	.000	.000	.026	.069	.000	.000	.001	.000	.000	.000	.001	.099	.009	.000	.000
	N		83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83
P3	Pearson Correlation	.317**	.503**	1	.333**	.137	.344**	.439**	.421**	.372**	.301**	.368**	.294**	.424**	.421**	.203	.352**	.328**	.336**	.331**	.030	.145	.377**	.400**	.457**	.472**	.292**	.342**	.204	.267*	.459**	.577**
	Sig. (2-tailed)	.004	.000		.002	.216	.001	.000	.000	.001	.006	.001	.007	.000	.000	.066	.001	.002	.002	.002	.785	.191	.000	.000	.000	.000	.007	.002	.064	.015	.000	.000
	N		83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83
P4	Pearson Correlation	.555**	.282**	.333**	1	.560**	.341**	.569**	.241*	.219*	.533**	.253*	.676**	.112	.208	.587**	.468**	.156	.253*	.370**	.081	.193	.643**	.179	.501**	.353**	.174	.420**	.428**	.383**	.435**	.634**
	Sig. (2-tailed)	.000	.010	.002		.000	.002	.000	.028	.047	.000	.021	.000	.311	.060	.000	.000	.158	.021	.001	.466	.081	.000	.106	.000	.001	.115	.000	.000	.000	.000	.000
	N		83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83
P5	Pearson Correlation	.403**	-.049	.137	.560**	1	.481**	.453**	.118	.136	.225*	.188	.534**	.052	.243*	.478**	.448**	-.042	.219*	.278*	.111	.076	.340**	.149	.256*	.248*	.055	.143	.237*	.312**	.228*	.438**
	Sig. (2-tailed)	.000	.658	.216	.000		.000	.000	.288	.221	.041	.089	.000	.638	.027	.000	.000	.708	.047	.011	.317	.496	.002	.180	.019	.024	.619	.196	.031	.004	.039	.000
	N		83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83
P6	Pearson Correlation	.251*	.																													

b. Variabel Kepuasan Nasabah

P19	Pearson Correlation	.305**	.245*	.331**	.370**	.278*	.359**	.276*	.289**	.420**	.417**	.165	.185	.205	.425**	.496**	.431**	.419**	.405**	1	.238*	.495**	.430**	.422**	.328**	.332**	.130	.460**	.362**	.182	.380**	.601**
	Sig. (2-tailed)	.005	.026	.002	.001	.011	.001	.011	.008	.000	.000	.135	.095	.062	.000	.000	.000	.000	.000		.030	.000	.000	.000	.002	.002	.241	.000	.001	.100	.000	.000
	N	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83
P20	Pearson Correlation	.152	.200	.030	.081	.111	.071	.200	.156	.153	.257*	.350**	.180	.015	.335**	.195	.403**	.474**	.299**	.238*	1	.430**	.259*	.166	.160	.489**	.323**	.391**	.439**	.387**	.137	.457**
	Sig. (2-tailed)	.171	.069	.785	.466	.317	.525	.069	.159	.167	.019	.001	.104	.890	.002	.078	.000	.000	.006	.030		.000	.018	.134	.150	.000	.003	.000	.000	.000	.216	.000
	N	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83
P21	Pearson Correlation	.251*	.475**	.145	.193	.076	.273*	.407**	.279*	.468**	.461**	.225*	.164	.050	.405**	.334**	.320**	.498**	.369**	.495**	.430**	1	.333**	.350**	.303**	.439**	.293**	.415**	.339**	.224*	.488**	.593**
	Sig. (2-tailed)	.022	.000	.191	.081	.496	.013	.000	.011	.000	.000	.040	.138	.651	.000	.002	.003	.000	.001	.000	.000		.002	.001	.005	.000	.007	.000	.002	.042	.000	.000
	N	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83
P22	Pearson Correlation	.375**	.453**	.377**	.643**	.340**	.241*	.507**	.330**	.388**	.452**	.415**	.520**	.274*	.288**	.435**	.527**	.302**	.352**	.430**	.259*	.333**	1	.431**	.668**	.469**	.341**	.503**	.567**	.407**	.548**	.725**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.002	.028	.000	.002	.000	.000	.000	.000	.012	.008	.000	.000	.006	.001	.000	.018	.002		.000	.000	.000	.002	.000	.000	.000	.000	.000
	N	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83
P23	Pearson Correlation	.309**	.352**	.400**	.179	.149	.360**	.370**	.453**	.606**	.389**	.198	.348**	.258*	.429**	.189	.355**	.343**	.256*	.422**	.166	.350**	.431**	1	.582**	.346**	.276*	.434**	.078	.216	.483**	.585**
	Sig. (2-tailed)	.004	.001	.000	.106	.180	.001	.001	.000	.000	.000	.072	.001	.018	.000	.087	.001	.001	.019	.000	.134	.001	.000		.000	.001	.012	.000	.481	.050	.000	.000
	N	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83
P24	Pearson Correlation	.356**	.428**	.457**	.501**	.256*	.243*	.610**	.283**	.492**	.397**	.391**	.528**	.230*	.340**	.332**	.389**	.349**	.268*	.328**	.160	.303**	.668**	.582**	1	.556**	.401**	.535**	.470**	.275*	.571**	.698**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.000	.019	.027	.000	.010	.000	.000	.000	.000	.036	.002	.002	.000	.001	.014	.002	.150	.005	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.012	.000	.000
	N	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83
P25	Pearson Correlation	.258*	.446**	.472**	.353**	.248*	.283**	.556**	.528**	.442**	.329**	.463**	.365**	.083	.483**	.371**	.490**	.633**	.426**	.332**	.489**	.439**	.469**	.346**	.556**	1	.562**	.692**	.465**	.416**	.484**	.751**
	Sig. (2-tailed)	.019	.000	.000	.001	.024	.009	.000	.000	.000	.002	.000	.001	.457	.000	.001	.000	.000	.000	.002	.000	.000	.000	.001	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83
P26	Pearson Correlation	.150	.376**	.292**	.174	.055	.379**	.402**	.320**	.439**	.240*	.403**	.229*	-.028	.368**	.166	.338**	.560**	.478**	.130	.323**	.293**	.341**	.276*	.401**	.562**	1	.440**	.311**	.398**	.391**	.560**
	Sig. (2-tailed)	.176	.000	.007	.115	.619	.000	.000	.003	.000	.029	.000	.037	.799	.001	.134	.002	.000	.000	.241	.003	.007	.002	.012	.000	.000		.000	.004	.000	.000	.000
	N	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83
P27	Pearson Correlation	.356**	.350**	.342**	.420**	.143	.196	.456**	.453**	.412**	.480**	.263*	.302**	.109	.411**	.340**	.345**	.583**	.458**	.460**	.391**	.415**	.503**	.434**	.535**	.692**	.440**	1	.549**	.425**	.511**	.716**
	Sig. (2-tailed)	.001	.001	.002	.000	.196	.076	.000	.000	.000	.000	.016	.005	.326	.000	.002	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83
P28	Pearson Correlation	.256*	.182	.204	.428**	.237*	-.013	.346**	.139	.062	.343**	.309**	.249*	.137	.315**	.214	.345**	.310**	.263*	.362**	.439**	.339**	.567**	.078	.470**	.465**	.311**	.549**	1	.456**	.370**	.550**
	Sig. (2-tailed)	.019	.099	.064	.000	.031	.905	.001	.212	.580	.002	.004	.023	.219	.004	.052	.001	.004	.016	.001	.000	.002	.000	.481	.000	.000	.004	.000		.000	.001	.000
	N	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83
P29	Pearson Correlation	.248*	.284**	.267*	.383**	.312**	.203	.383**	.352**	.223*	.440**	.347**	.359**	.095	.452**	.157	.258*	.366**	.514**	.182	.387**	.224*	.407**	.216	.275*	.416**	.398**	.425**	.456**	1	.470**	.579**
	Sig. (2-tailed)	.024	.009	.015	.000	.004	.066	.000	.001	.043	.000	.001	.001	.395	.000	.157	.018	.001	.000	.100	.000	.042	.000	.050	.012	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83
P30	Pearson Correlation	.404**	.552**	.459**	.435**	.228*	.353**	.649**	.460**	.569**	.489**	.387**	.417**	.160	.455**	.323**	.379**	.441**	.498**	.380**	.137	.488**	.548**	.483**	.571**	.484**	.391**	.511**	.370**	.470**	1	.744**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.039	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.149	.000	.003	.000	.000	.000	.000	.216	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.000		.000	.000
	N	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83
Total	Pearson Correlation	.538**	.595**	.577**	.634**	.438**	.542**	.746**	.564**	.677**	.673**	.521**	.634**	.257*	.662**	.555**	.655**	.638**	.644**	.601**	.457**	.593**	.725**	.585**	.698**	.751**	.560**	.716**	.550**	.579**	.744**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.019	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

2. Out Put Uji Reliabilitas

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	83	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	83	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.902	18

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.886	12

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
P1	120.07	193.897	.504	.939
P2	120.05	190.681	.557	.938
P3	120.18	192.028	.542	.938
P4	120.13	189.068	.597	.938
P5	120.11	194.708	.394	.940
P6	120.19	192.816	.505	.939
P7	120.33	186.612	.718	.936
P8	120.20	191.262	.524	.938
P9	120.20	188.409	.644	.937
P10	120.41	189.708	.642	.937
P11	120.34	193.251	.482	.939
P12	120.35	190.474	.601	.938
P13	120.13	199.604	.219	.941
P14	120.22	188.830	.628	.937
P15	120.13	190.360	.510	.939
P16	120.13	189.336	.622	.937
P17	120.42	187.881	.598	.938
P18	120.39	189.532	.610	.937

P19	120.25	190.947	.565	.938
P20	120.46	193.422	.410	.940
P21	120.48	188.765	.548	.938
P22	120.24	189.405	.700	.937
P23	120.28	191.715	.549	.938
P24	120.29	188.818	.669	.937
P25	120.40	187.267	.725	.936
P26	120.36	194.282	.530	.938
P27	120.63	185.383	.682	.937
P28	120.49	188.765	.498	.939
P29	120.33	191.954	.543	.938
P30	120.39	187.898	.718	.936

3. *Out Put* Uji Normalitas

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
X	83	100.0%	0	0.0%	83	100.0%
Y	83	100.0%	0	0.0%	83	100.0%

Tests of Normality

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	Df	Sig.	Statistic	df	Sig.
X	.242	83	.090	.931	83	.110
Y	.137	83	.110	.961	83	.063

a. Lilliefors Significance Correction

Descriptives

			Statistic	Std. Error
X	Mean		25.87	.828
	95% Confidence Interval for	Lower Bound	25.22	
	Mean	Upper Bound	26.52	
	5% Trimmed Mean		26.07	
	Median		26.00	
	Variance		8.921	
	Std. Deviation		2.987	
	Minimum		17	
	Maximum		30	
	Range		13	
	Interquartile Range		4	
	Skewness		-.792	.464
	Kurtosis		.670	.723
	Mean		48.61	.704
Y	95% Confidence Interval for	Lower Bound	47.21	
	Mean	Upper Bound	50.02	
	5% Trimmed Mean		48.75	
	Median		48.00	
	Variance		41.167	
	Std. Deviation		6.416	

Minimum	33	
Maximum	60	
Range	27	
Interquartile Range	8	
Skewness	-.387	.264
Kurtosis	-.118	.523

4. Out Put Uji Heteroskedastisitas

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	X, Y ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: ABS

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.330 ^a	.109	.087	2.23395

a. Predictors: (Constant), Y, X

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	48.734	2	24.367	4.883	.010 ^b
	Residual	399.242	80	4.991		
	Total	447.976	82			

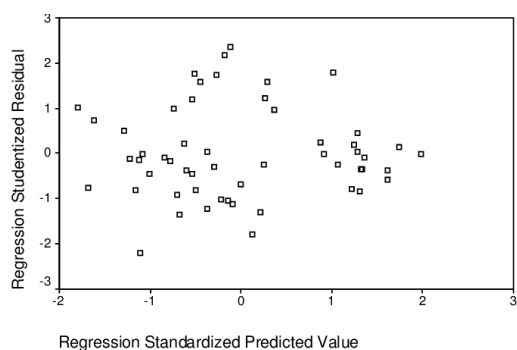
a. Dependent Variable: RES2

b. Predictors: (Constant), Y, X

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.806	2.250		2.136	.036
	X	.295	.137	.377	2.010	.053
	Y	.199	.168	.501	3.032	.008

a. Dependent Variable: ABS



5. Out Put Uji Regresi Linier Sederhana

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	X ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: Y

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.810 ^a	.655	.651	3.790

a. Predictors: (Constant), X

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2212.242	1	2212.242	154.021	.000 ^b
	Residual	1163.421	81	14.363		
	Total	3375.663	82			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.638	3.728		.708	.481
	X	.606	.049	.810	12.411	.000

a. Dependent Variable: Y

Data Primer (Rekap Kuesioner Penelitian)

No	Nama Mahasiswa	Program Studi	Jenis Kelamin	Umur	Pemakaian	Item Pertanyaan																														Skor Total
						1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	
1	Wulan Darina	Perbankan Syariah	Perempuan	24 - 29 Tahun	> 1 Tahun	5	5	4	5	5	5	5	4	3	3	4	4	4	5	5	4	3	5	4	5	4	4	4	4	4	2	3	3	4	124	
2	Maulana Ahmad Iqbal	Perbankan Syariah	Laki Laki	18 - 23 Tahun	< 1 Tahun	5	4	3	5	5	3	5	5	4	4	3	5	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	5	4	4	5	4	3	4	124	
3	Ferdy Chaliq Pratama	Perbankan Syariah	Laki Laki	18 - 23 Tahun	> 1 Tahun	5	4	5	4	5	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	121	
4	Nurdaliana	Perbankan Syariah	Perempuan	18 - 23 Tahun	< 1 Tahun	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	150	
5	Satri Wahyuni	Perbankan Syariah	Perempuan	18 - 23 Tahun	< 1 Tahun	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	123	
6	Nurul Ismi	Perbankan Syariah	Perempuan	18 - 23 Tahun	< 1 Tahun	5	5	5	4	5	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	125	
7	Akmal Rufajar	Perbankan Syariah	Laki Laki	18 - 23 Tahun	< 1 Tahun	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	2	2	2	4	2	1	2	4	4	2	4	2	2	5	5	116	
8	Angga Purnama	Perbankan Syariah	Laki Laki	18 - 23 Tahun	< 1 Tahun	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	146	
9	Raja Utama Berutu	Perbankan Syariah	Laki Laki	18 - 23 Tahun	> 1 Tahun	5	5	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	5	3	4	4	3	4	3	4	2	4	3	3	3	3	2	4	4	108	
10	Ajiran Ramadhan	Perbankan Syariah	Laki Laki	18 - 23 Tahun	< 1 Tahun	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	3	5	5	4	142
11	Izzah Amanda	Perbankan Syariah	Perempuan	18 - 23 Tahun	< 1 Tahun	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	3	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5	138	
12	Irhamna	Perbankan Syariah	Perempuan	18 - 23 Tahun	< 1 Tahun	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	118	
13	Rahmi Al Attin	Perbankan Syariah	Perempuan	18 - 23 Tahun	> 1 Tahun	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	136	
14	Rauzatul Jannah	Perbankan Syariah	Perempuan	18 - 23 Tahun	< 1 Tahun	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	125
15	Rananda Sumardi	Perbankan Syariah	Laki Laki	18 - 23 Tahun	< 1 Tahun	5	5	4	5	5	4	4	5	4	3	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	5	132
16	Ikram Zikriullah	Perbankan Syariah	Laki Laki	18 - 23 Tahun	> 1 Tahun	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	5	3	5	5	5	5	5	5	3	3	3	5	5	138	
17	Muhammad Rizki Valdano S	Perbankan Syariah	Laki Laki	18 - 23 Tahun	< 1 Tahun	3	4	5	4	4	5	4	3	4	3	4	4	5	4	5	4	5	4	5	3	3	5	4	4	4	3	5	3	4	122	
18	Adam Damiri	Perbankan Syariah	Laki Laki	18 - 23 Tahun	< 1 Tahun	4	5	5	4	5	4	4	4	3	4	4	4	5	5	4	5	4	4	5	5	5	4	5	5	4	3	3	4	4	4	128
19	Putri Akyuni	Perbankan Syariah	Perempuan	18 - 23 Tahun	< 1 Tahun	4	5	4	5	5	4	3	4	4	4	4	4	5	4	5	5	3	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	127	
20	Dhea Putri Andriani	Perbankan Syariah	Perempuan	18 - 23 Tahun	> 1 Tahun	5	2	4	5	5	5	2	2	4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	4	114	
21	Andira Agustina M	Perbankan Syariah	Perempuan	18 - 23 Tahun	> 1 Tahun	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	150	
22	Lailuna	Perbankan Syariah	Perempuan	24 - 29 Tahun	< 1 Tahun	5	4	5	4	5	4	4	3	4	3	4	4	4	4	5	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	2	4	4	5	119	
23	Dedi Novandi	Perbankan Syariah	Laki Laki	24 - 29 Tahun	> 1 Tahun	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	121	
24	Ikramullah	Perbankan Syariah	Perempuan	18 - 23 Tahun	> 1 Tahun	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	121	
25	Syaiful Syahputra	Perbankan Syariah	Laki Laki	18 - 23 Tahun	< 1 Tahun	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	120	
26	Muhammad Iqbal Wandy	Perbankan Syariah	Laki Laki	24 - 29 Tahun	> 1 Tahun	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	149	
27	Siti Khadijah	Perbankan Syariah	Perempuan	24 - 29 Tahun	> 1 Tahun	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	140
28	Fitriani	Perbankan Syariah	Perempuan	24 - 29 Tahun	> 1 Tahun	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	120	
29	Muhammad Jufri	Perbankan Syariah	Laki Laki	24 - 29 Tahun	> 1 Tahun	4	5	4	5	4	4	4	4	3	3	3	4	4	5	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	2	3	4	116
30	Muhammad Alfian Aldi	Perbankan Syariah	Laki Laki	18 - 23 Tahun	< 1 Tahun	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	125	
31	Raudhatul Muna	Perbankan Syariah	Perempuan	18 - 23 Tahun	> 1 Tahun	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	120	
32	Khairunnisa	Perbankan Syariah	Perempuan	18 - 23 Tahun	> 1 Tahun	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	125
33	Desi Purnama Sari	Perbankan Syariah	Perempuan	24 - 29 Tahun	> 1 Tahun	5	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	4	3	3	5	3	5	5	5	3	3	3	3	3	5	4	4	2	4	3	119
34	Safinatun Naja Assyifa	Perbankan Syariah	Perempuan	24 - 29 Tahun	< 1 Tahun	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	3	3	5	3	3	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	135
35	Aziza Rahma	Perbankan Syariah	Perempuan	18 - 23 Tahun	< 1 Tahun	3	4	4	4	5	5	4	5	4	3	4	5	4	4	4	3	4	3	2	2	4	5	4	3	4	1	1	4	4	110	
36	M Sauqi Rahmatillah	Perbankan Syariah	Laki Laki	18 - 23 Tahun	< 1 Tahun	5	5	4	4	4	3	4	3	4	3	2	3	4	5	4	4	5	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	119
37	Huswatul Khaira	Perbankan Syariah	Perempuan	18 - 23 Tahun	< 1 Tahun	5	4	4	4	5	4	5	4	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	5	5	5	134
38	Akmal Oktarian Ramadhandi	Perbankan Syariah	Perempuan	24 - 29 Tahun	> 1 Tahun	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	121
39	Jasmarlan Alveydi	Perbankan Syariah	Laki Laki	18 - 23 Tahun	> 1 Tahun	5	4	4																												

DISTRIBUSI NILAI r_{tabel} SIGNIFIKANSI 5% dan 1%

N	The Level of Significance		N	The Level of Significance	
	5%	1%		5%	1%
3	0.997	0.999	38	0.320	0.413
4	0.950	0.990	39	0.316	0.408
5	0.878	0.959	40	0.312	0.403
6	0.811	0.917	41	0.308	0.398
7	0.754	0.874	42	0.304	0.393
8	0.707	0.834	43	0.301	0.389
9	0.666	0.798	44	0.297	0.384
10	0.632	0.765	45	0.294	0.380
11	0.602	0.735	46	0.291	0.376
12	0.576	0.708	47	0.288	0.372
13	0.553	0.684	48	0.284	0.368
14	0.532	0.661	49	0.281	0.364
15	0.514	0.641	50	0.279	0.361
16	0.497	0.623	55	0.266	0.345
17	0.482	0.606	60	0.254	0.330
18	0.468	0.590	65	0.244	0.317
19	0.456	0.575	70	0.235	0.306
20	0.444	0.561	75	0.227	0.296
21	0.433	0.549	80	0.220	0.286
22	0.432	0.537	85	0.213	0.278
23	0.413	0.526	90	0.207	0.267
24	0.404	0.515	95	0.202	0.263
25	0.396	0.505	100	0.195	0.256
26	0.388	0.496	125	0.176	0.230
27	0.381	0.487	150	0.159	0.210
28	0.374	0.478	175	0.148	0.194
29	0.367	0.470	200	0.138	0.181
30	0.361	0.463	300	0.113	0.148
31	0.355	0.456	400	0.098	0.128
32	0.349	0.449	500	0.088	0.115
33	0.344	0.442	600	0.080	0.105
34	0.339	0.436	700	0.074	0.097
35	0.334	0.430	800	0.070	0.091
36	0.329	0.424	900	0.065	0.086
37	0.325	0.418	1000	0.062	0.081

Eka Nur Kamilah, 2015

Pengaruh keterampilan mengajar guru terhadap hasil belajar siswa pada mata pelajaran Akuntansi

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
46	4.05	3.20	2.81	2.57	2.42	2.30	2.22	2.15	2.09	2.04	2.00	1.97	1.94	1.91	1.89
47	4.05	3.20	2.80	2.57	2.41	2.30	2.21	2.14	2.09	2.04	2.00	1.96	1.93	1.91	1.88
48	4.04	3.19	2.80	2.57	2.41	2.29	2.21	2.14	2.08	2.03	1.99	1.96	1.93	1.90	1.88
49	4.04	3.19	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.08	2.03	1.99	1.96	1.93	1.90	1.88
50	4.03	3.18	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.07	2.03	1.99	1.95	1.92	1.89	1.87
51	4.03	3.18	2.79	2.55	2.40	2.28	2.20	2.13	2.07	2.02	1.98	1.95	1.92	1.89	1.87
52	4.03	3.18	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.07	2.02	1.98	1.94	1.91	1.89	1.86
53	4.02	3.17	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.06	2.01	1.97	1.94	1.91	1.88	1.86
54	4.02	3.17	2.78	2.54	2.39	2.27	2.18	2.12	2.06	2.01	1.97	1.94	1.91	1.88	1.86
55	4.02	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.06	2.01	1.97	1.93	1.90	1.88	1.85
56	4.01	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.05	2.00	1.96	1.93	1.90	1.87	1.85
57	4.01	3.16	2.77	2.53	2.38	2.26	2.18	2.11	2.05	2.00	1.96	1.93	1.90	1.87	1.85
58	4.01	3.16	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.05	2.00	1.96	1.92	1.89	1.87	1.84
59	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.04	2.00	1.96	1.92	1.89	1.86	1.84
60	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.25	2.17	2.10	2.04	1.99	1.95	1.92	1.89	1.86	1.84
61	4.00	3.15	2.76	2.52	2.37	2.25	2.16	2.09	2.04	1.99	1.95	1.91	1.88	1.86	1.83
62	4.00	3.15	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.99	1.95	1.91	1.88	1.85	1.83
63	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83
64	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.24	2.16	2.09	2.03	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83
65	3.99	3.14	2.75	2.51	2.36	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.90	1.87	1.85	1.82
66	3.99	3.14	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.90	1.87	1.84	1.82
67	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.98	1.93	1.90	1.87	1.84	1.82
68	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93	1.90	1.87	1.84	1.82
69	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93	1.90	1.86	1.84	1.81
70	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.14	2.07	2.02	1.97	1.93	1.89	1.86	1.84	1.81
71	3.98	3.13	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.97	1.93	1.89	1.86	1.83	1.81
72	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.86	1.83	1.81
73	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.86	1.83	1.81
74	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.22	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.85	1.83	1.80
75	3.97	3.12	2.73	2.49	2.34	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96	1.92	1.88	1.85	1.83	1.80
76	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96	1.92	1.88	1.85	1.82	1.80
77	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.96	1.92	1.88	1.85	1.82	1.80
78	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.85	1.82	1.80
79	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.85	1.82	1.79
80	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.21	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.84	1.82	1.79
81	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95	1.91	1.87	1.84	1.82	1.79
82	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95	1.91	1.87	1.84	1.81	1.79
83	3.96	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95	1.91	1.87	1.84	1.81	1.79
84	3.95	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95	1.90	1.87	1.84	1.81	1.79
85	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.84	1.81	1.79
86	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.84	1.81	1.78
87	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.83	1.81	1.78
88	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.81	1.78
89	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
90	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78

Jawaban Responden Pada Kuesioner Melalui Google Formulir

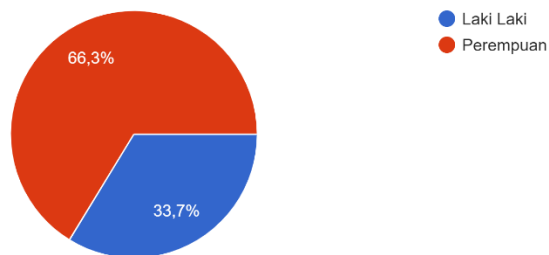
Program Studi

83 jawaban



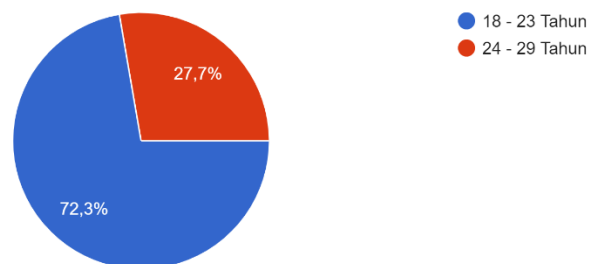
Jenis Kelamin

83 jawaban



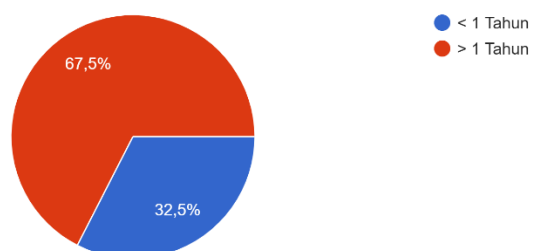
Umur

83 jawaban



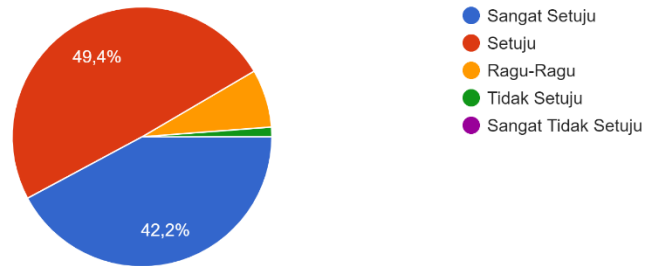
Lama Menggunakan Internet Banking

83 jawaban



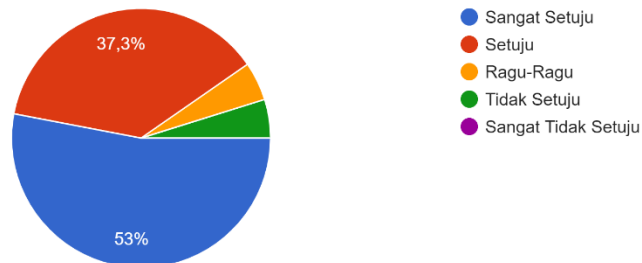
1. Sistem penggunaan internet banking mudah dipelajari

83 jawaban



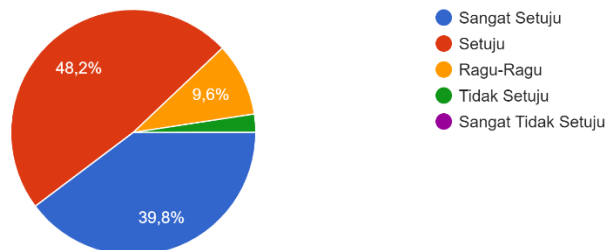
2. Dengan menggunakan internet banking dapat meningkatkan efektivitas saya dalam menyelesaikan transaksi

83 jawaban



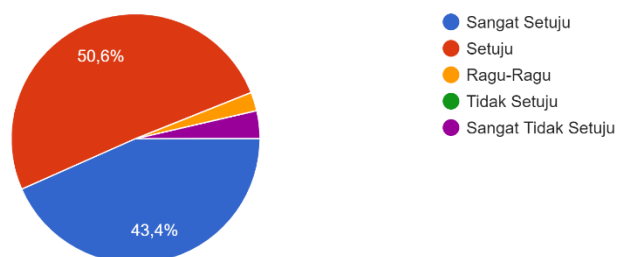
3. Dengan menggunakan internet banking saya dapat mengakses berbagai informasi terkait transaksi perbankan saya

83 jawaban



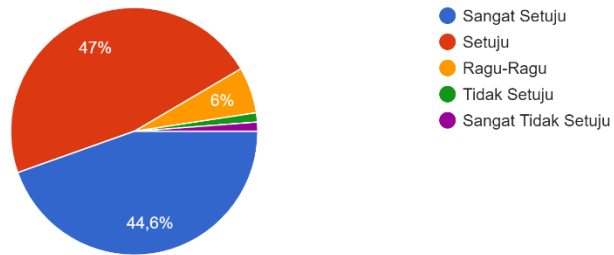
4. Internet banking memudahkan transaksi yang diinginkan nasabah.

83 jawaban



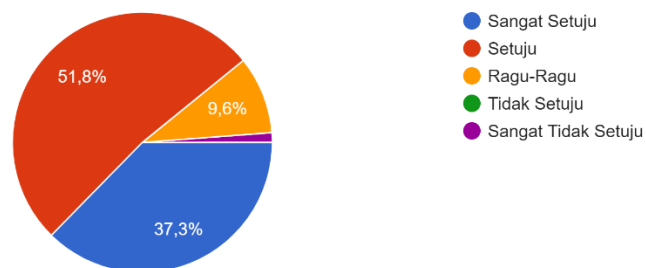
5. Internet banking dapat digunakan dimana saja dan kapan saja

83 jawaban



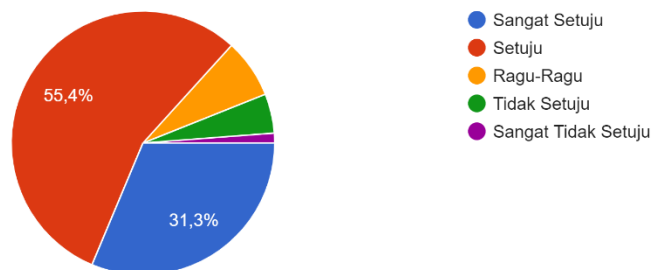
6. Internet banking sangat mudah dioperasikan

83 jawaban



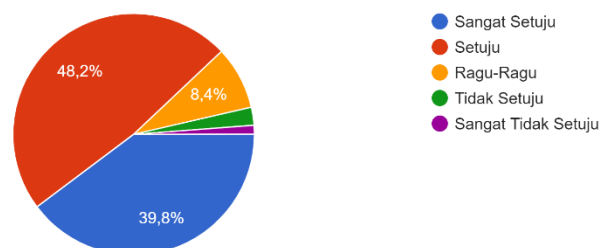
7. Internet banking sesuai dengan gaya hidup dan kebutuhan nasabah perbankan

83 jawaban



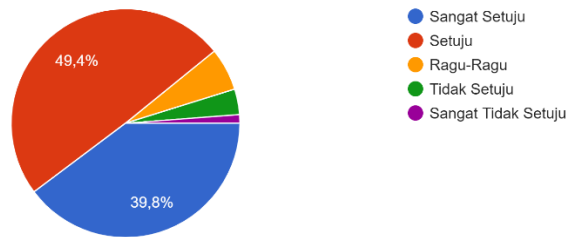
8. Saya semakin tertarik untuk menggunakan internet banking dimasa yang akan datang

83 jawaban



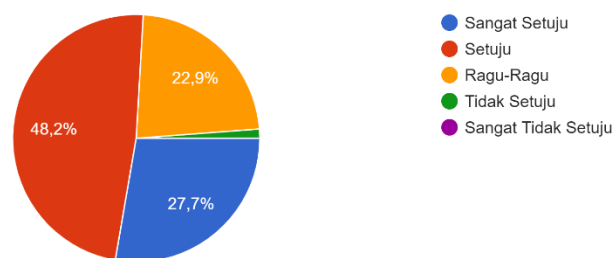
9. Internet banking dapat memenuhi tuntutan profesi nasabah

83 jawaban



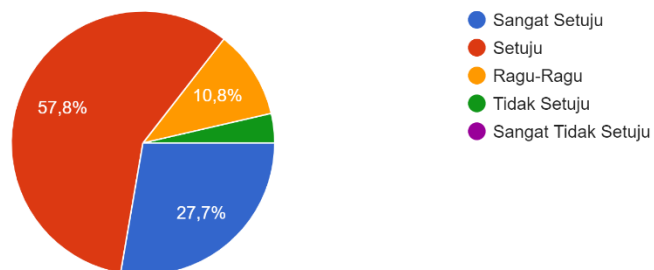
10. Sistem keamanan internet banking dapat diandalkan

83 jawaban



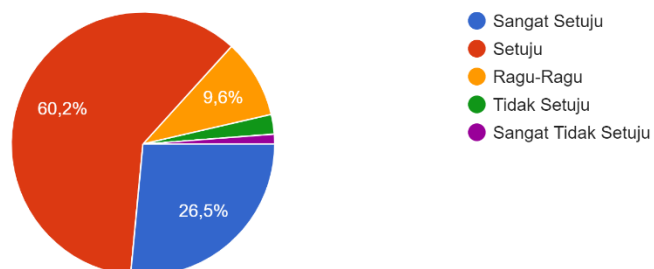
11. Kredibilitas pada pengguna internet banking

83 jawaban



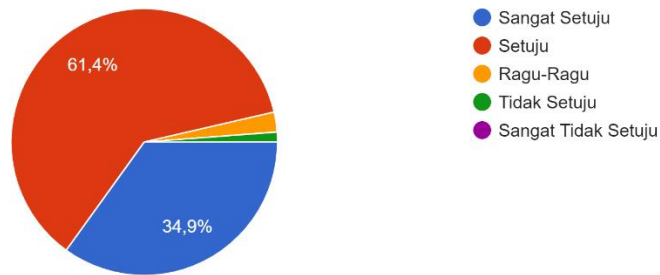
12. Internet banking menjamin kerahasiaan data nasabah

83 jawaban



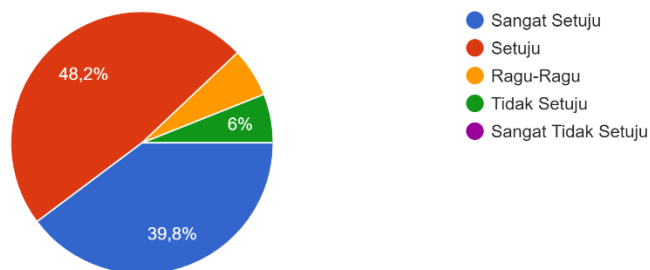
13. Internet banking efisien bagi nasabah

83 jawaban



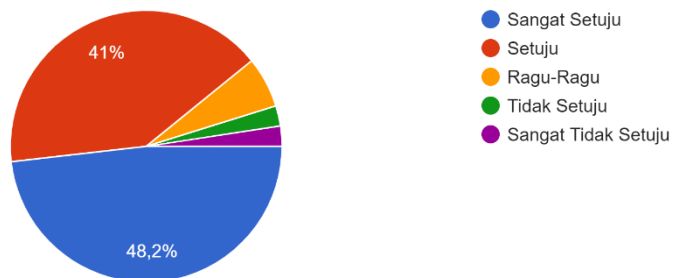
14. Internet banking meningkatkan pengetahuan teknologi bagi nasabah

83 jawaban



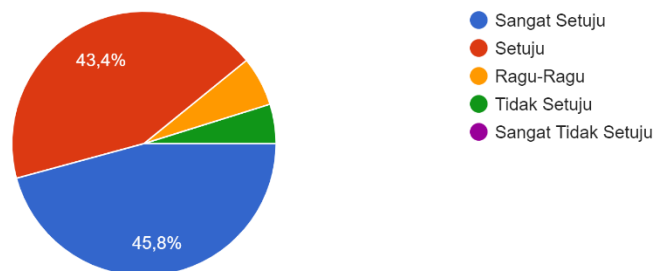
15. Internet banking menghemat waktu nasabah

83 jawaban

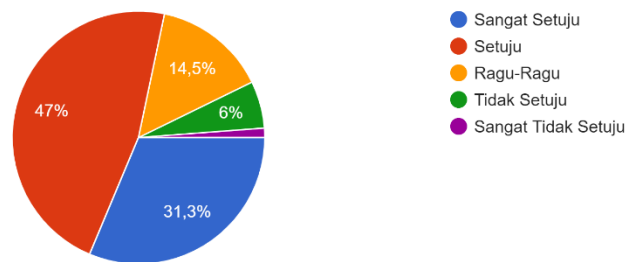


16. Transaksi internet banking menjadi mudah bagi nasabah

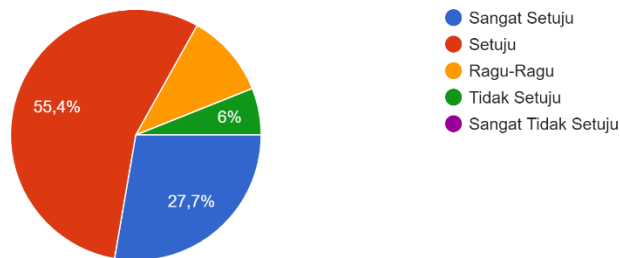
83 jawaban



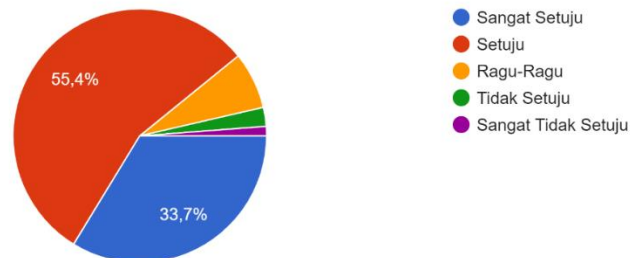
17. Dengan internet banking nasabah menerima perlakuan yang menyenangkan dari para pegawai bank BSI
83 jawaban



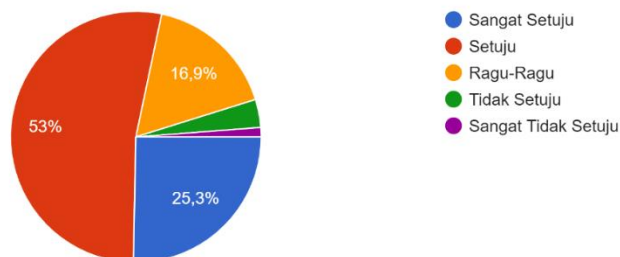
18. Dengan internet banking pihak Bank BSI selalu mudah bersedia untuk membantu nasabah-nya
83 jawaban



19. Selama ada internet banking nasabah melakukan transaksi secara berulang-ulang
83 jawaban

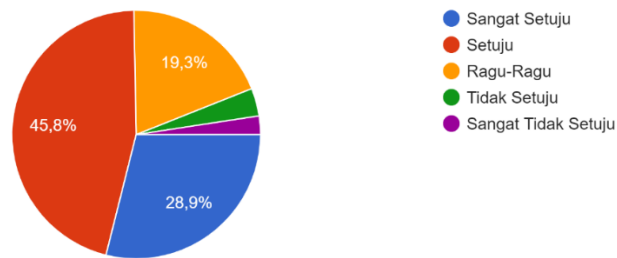


20. Saya setia terhadap produk yang ditawarkan
83 jawaban



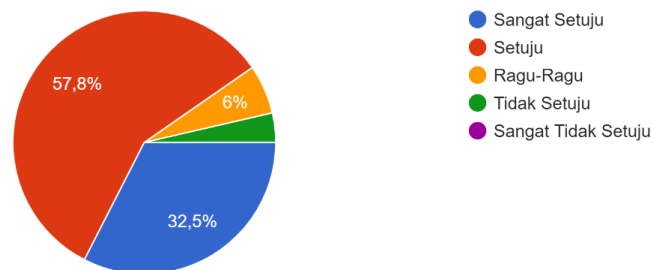
21. Dengan adanya internet banking saya melakukan pembelian kembali produk yang ditawarkan secara berulang

83 jawaban



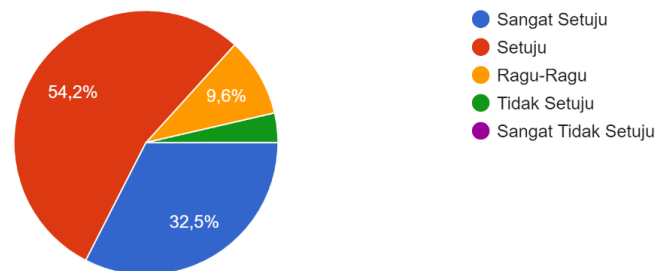
22. Saya merekomendasikan internet banking kepada nasabah yang lain

83 jawaban



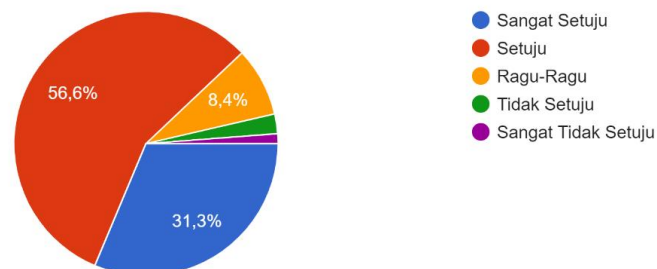
23. Saya menceritakan keunggulan bertransaksi dengan internet banking kepada nasabah lainnya

83 jawaban



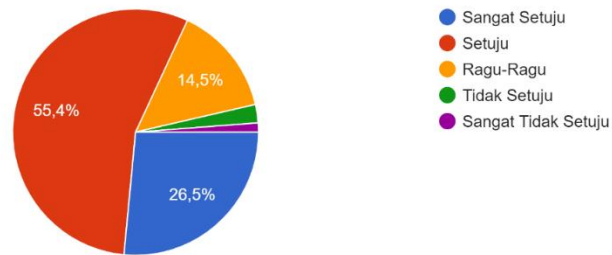
24. Saya menceritakan hal-hal positif tentang keunggulan internet banking

83 jawaban



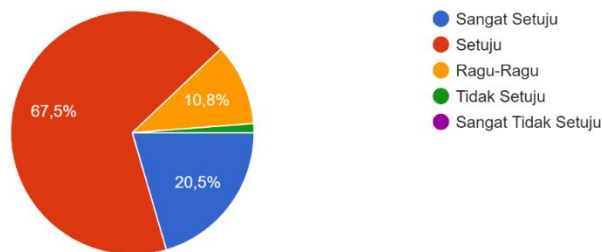
25. Saya memperoleh dukungan untuk memanfaatkan produk dan jasa melalui internet banking

83 jawaban



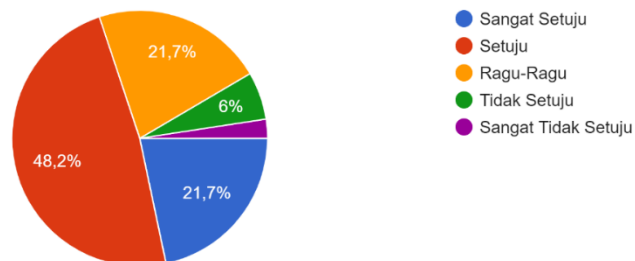
26. Saya akan mendemonstrasikan keunggulan produk Bank BSI yakni internet banking

83 jawaban



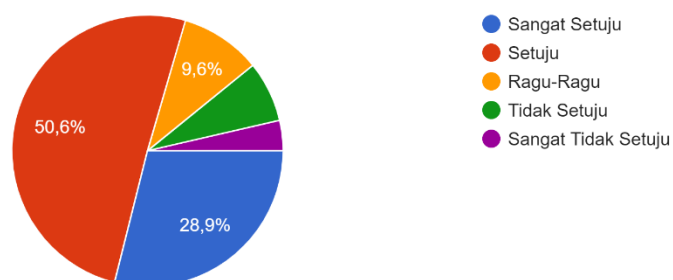
27. Saya akan melakukan pembelaan jika mendengar berita yang kurang berkenan tentang internet banking

83 jawaban



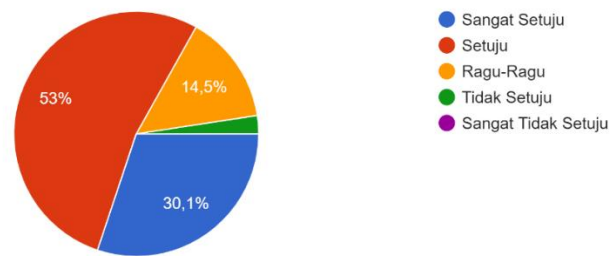
28. Selama ada internet banking saya melakukan pembelian pada semua lini produk atau jasa

83 jawaban



29. Bank BSI menjamin keamanan saya di dalam melakukan setiap transaksi

83 jawaban



30. Setiap keluhan yang saya sampaikan, customer service selalu siap dalam memenuhi keluhan yang saya sampaikan

83 jawaban

