

**FAKTOR-FAKTOR E-SERVICE QUALITY YANG MEMPENGARUHI
KEPUASAN NASABAH PENGGUNA INTERNET BANKING
(STUDI KASUS BANK SYARIAH MANDIRI KCP MARELAN)**

OLEH :

**SRIAYU WULANDARI BR SARAGI
NIM: 0503171056**



**PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA
MEDAN
2021**

**FAKTOR-FAKTOR E-SERVICE QUALITY YANG MEMPENGARUHI
KEPUASAN NASABAH PENGGUNA INTERNET BANKING
(STUDI KASUS BANK SYARIAH MANDIRI KCP MARELAN)**

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana (S1) Pada Jurusan
Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri
Sumatera Utara

Disusun Oleh :

**SRIAYU WULANDARI BR SARAGI
NIM: 0503171056**



**PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA
MEDAN
2021**

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Sriayu Wulandari Br Saragi
Nim : 0503171056
Tempat/Tanggal Lahir : Pare-pare/09 Juli 1999
Pekerjaan : Mahasiswa
Alamat : Jl.Lembaga Permasayarakatan
Gg.Arenga Pinnata (SUKADONO)

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa Skripsi yang BERJUDUL “FAKTOR-FAKTOR E-SERVICE QUALITY YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN NASABAH PENGGUNA INTERNET BANKING (STUDI KASUS BANK SYARIAH MANDIRI KCP MARELAN)” benar karya asli saya, kecuali kutipan-kutipan yang disebutkan sumbernya.

Apabila terdapat kesalahan dan kekeliruan didalamnya,sepenuhnya menjadi tanggungjawab saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Medan, Juli 2021
Yang Membuat Pernyataan



Sriayu Wulandari Br Saragi
Nim.0503171056

PERSETUJUAN

Skripsi Berjudul :

**FAKTOR-FAKTOR E-SERVICE QUALITY YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN
NASABAH PENGGUNA INTERNET BANKING (STUDI KASUS BANK SYARIAH
MANDIRI KCP MARELAN).**

Oleh :

SRIAYU WULANDARI BR SARAGI

Nim. 05.03.17.10.56

Dapat Disetujui Sebagai Salah Satu Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Pada Program Studi Perbankan Syariah

Medan, Juli 2021

Pembimbing I



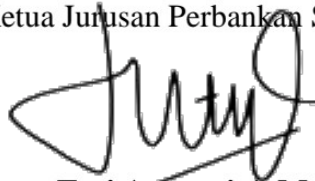
Dr. Kamilah, SE. Ak, M. Si, CA
NIDN.2023107901

Pembimbing II



Muhammad Syahbudi, MA
NIDN. 2013048403

Mengetahui
Ketua Jurusan Perbankan Syariah



Tuti Anggraini, MA
NIDN. 2031057701

PENGESAHAN

Skripsi berjudul **“FAKTOR-FAKTOR E-SERVICE QUALITY YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN NASABAH PENGGUNA INTERNET BANKING (STUDI KASUS BANK SYARIAH MANDIRI KCP MARELAN)”** an. Sriayu Wulandari Br Saragi, NIM 0503171056 Program Studi Perbankan Syariah telah dimunaqasyahkan dalam sidang munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara Medan pada tanggal 12 Agustus 2021 . Skripsi ini telah diterima untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada Program Studi Perbankan Syariah.

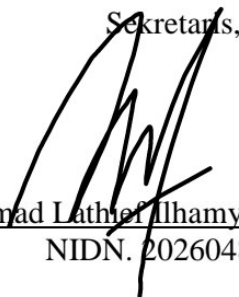
Medan, 17 Agustus 2021

Panitia Sidang Munaqasyah Skripsi

Program Studi Perbankan Syariah

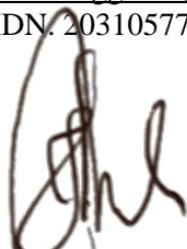
Ketua,


Dr. Tuti Anggraini, MA
NIDN. 2031057701

Sekretaris,


Muhammad Lathief Alhamy Nasution, M.E.I
NIDN. 2026048901

Anggota



Dr. Kamilah, SE. Ak, MSi, CA
NIDN. 2023107901



Tri Inda Fadhila Rahma, M.E.I
NIDN. 2029019101



Muhammad Syahbudi, MA
NIDN.2013048403



Annio Indah Lestari, S.E, M.Si
NIDN. 2009037401

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN-SU Medan

Dr. Muhammad Yafiz, M.Ag
NIDN. 2023047602

ABSTRAK

Sri Ayu Wulandari Saragi (0503171056), judul penelitian “Faktor-Faktor E-Service Quality Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Pengguna Internet Banking (Studi Kasus Bank Syariah Mandiri KCP Marelان)”. Penelitian ini dibimbing oleh Ibu Dr. Kamilah, SE.AK, M.Si, CA selaku Pembimbing Skripsi I dan Bapak Muhammad Syahbudi, MA sebagai Pembimbing Skripsi II.

Bank Syariah Mandiri terus berupaya dalam memberikan kemudahan dan kenyamanan bagi nasabahnya. Namun demikian masih banyak nasabah yang mengeluhkan system internet banking Bank Syariah Mandiri. Penelitian ini bertujuan untuk mendalami dan mencari solusi terkait Faktor-faktor E-Service Quality yang mempengaruhi kepuasan nasabah pengguna internet banking (studi kasus Bank Syariah Mandiri KCP Marelان). Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif menggunakan analisis regresi linear berganda. Alat uji yang digunakan menggunakan SPSS. Hasil penelitian menemukan bahwa factor-faktor E-Service Quality yang mempengaruhi kepuasan nasabah (Studi Kasus Bank Syariah Mandiri KCP Medan Marelان) ialah didominasi oleh factor kehandalan kemudian diikuti oleh factor keamanan. Sedangkan factor kegunaan situs bukan merupakan faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah pengguna internet banking BSM KCP Marelان secara parsial dan signifikan. Variabel kegunaan situs, jaminan keamanan dan keamanan merupakan dimensi dari e-service quality. Efektifitas dari internet banking ini menjadi nilai tambah bagi BSM KCP Medan Marelان dalam meningkatkan daya tarik nasabahnya. Adanya internet banking yang aman dan dapat diandalkan terbukti dapat meningkatkan kepuasan nasabah. Untuk itu diperlukan maintenance dan promosi serta inovasi didalam internet banking agar pengguna internet banking dapat meningkat.

Kata Kunci: E-Service Quality, Bank Syariah Mandiri, Internet Banking

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji syukur penulis ucapkan kehadirat Allah SWT atas semua limpahan rahmat dan karunia, serta petunjuk Allah SWT penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul “Faktor-Faktor E-Service Quality Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Pengguna Internet Banking (Studi Kasus Bank Syariah Mandiri KCP Marelan ”. Serta shalawat beriring salam penulis haturkan kepada junjungan Nabi Besar Muhammad SAW beserta para keluarga, sahabat dan pengikutnya hingga akhir zaman.

Penyusunan Skripsi ini tidak lepas dari bantuan dan dukungan berbagai pihak, untuk itu penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Yang teristimewa kepada ayahanda Alm. Rudi Aswandi Saragi yang mengingatkan untuk terus menempuh pendidikan yang lebih tinggi semoga Allah SWT menempatkan ditempat yang terbaik disurga dan Ibu Suty Karsika yang telah memberikan curahan kasih sayang dan dukungannya yang tidak terhingga. Semoga Allah SWT memberikan kesehatan dan keselamatan bagi orang tua.
2. Yang tersayang dan teristimewah suami Muhammad Bisma Yagung yang telah memberikan kasih sayang serta waktu untuk menemani dikala stress melanda semoga Allah selalu memberikan kesehatan dan keselamatan serta rezeki yang melimpah untuk suamiku tersayang
3. Bapak Prof. Dr. Syahrin Harahap, MA selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
4. Bapak Dr. Muhammad Yafiz, M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara
5. Bapak Dr. Tuti Anggraini, MA selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah (S1) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara dan Bapak Latief Ilhamy, M.E.I, selaku Sekretaris Jurusan Perbankan Syariah (S1) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara.
6. Ibu Dr. Kamilah, SE.AK, M.Si, CA selaku pembimbing I yang memberikan limpahan ilmunya kepada saya dan Muhammad Syahbudi, MA selaku pembimbing II yang selalu memberikan luang waktunya bagi saya untuk menyempurnakan Skripsi ini.
7. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi & Bisnis Islam yang telah banyak memberikan pendidikan dan pengajarannya kepada penulis.
8. Yang tersayang dan teristimewah nenek Hj. Paini dan Alm. Saiman yang selalu mendukung dan memberikan semangat semoga Allah SWT selalu memberikan kesehatan dan keselamatan bagi nenek saya.

9. Yang tersayang pakde alm.Budianto dan bukde alm.Sumarniati yang memberikan dukungan dan arahan semasa hidupnya semoga allah swt menempatkan ditempat terbaik disyurga.
10. Sahabat yang setia menemaniku dalam suka dan duka Sri Wahyuni Marpaung semoga jalinan persahabatan ini tetap terjaga. Kakanda Purnama Ramadani Silalahi, ME yang selalu menyemangati menyelesaikan skripsi ini.

Akhirnya dengan segala kerendahan hati, semoga Skripsi ini berguna bagi para pembaca dan menambah khazanah ilmu pengetahuan, semoga Allah SWT melimpahkan hidayah-Nya, serta lindungannya kepada kita semua. Amin

Medan, Juli 2021
Peneliti

Sri Ayu Wulandari Br Saragi
Nim. 0503171056

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	i
DAFTAR TABEL	iii
DAFTAR GAMBAR	iv
BAB I. PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	9
C. Batasan Masalah.....	9
D. Rumusan Masalah	10
E. Tujuan.....	10
F. Manfaat Penelitian	10
G. Sistematika Penulisan.....	11
BAB II. KAJIAN TEORITIS	
A. Grand Theory of Marketing	13
B. E-Service Quality	14
B. Internet Banking	16
C. Kepuasan Nasabah.....	24
D. Kegunaan Situs.....	28
E. Jaminan Keamanan	34
F. Keandalan.....	33
G. Penelitian Terdahulu	35
H. Kerangka Pemikiran.....	40
I. Hipotesis Penelitian	40
BAB III. METODOLOGI PENELITIAN	
A. Pendekatan Penelitian	42
B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	42
C. Populasi dan Sampel Penelitian	42
D. Data Penelitian	43
E. Definisi Operasional Variabel	44
F. Teknik Pengumpulan Data	45

G. Teknis Analisis Data	46
BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Perusahaan	51
1. Sejarah Bank Syariah Mandiri	51
2. Visi dan Misi	52
3. Budaya Organisasi	52
4. Struktur Organisasi	53
B. Hasil Penelitian.....	54
1. Analisis Deskriptif Responden.....	54
2. Uji Kualitas Instrumen	57
3. Uji Asumsi Klasik.....	60
4. Analisis Regresi Linear Berganda.....	65
5. Uji Hipotesis Penelitian	67
C. Pembahasan Penelitian	70
1. Pengaruh Kegunaan Aplikasi Terhadap Kepuasan Nasabah	70
2. Pengaruh Jaminan Keamanan Terhadap Kepuasan Nasabah	71
3. Pengaruh Keandalan Aplikasi Terhadap Kepuasan Nasabah	73
4. Pengaruh Kegunaan Aplikasi, Jaminan Keamanan Dan Keandalan Terhadap Kepuasan Nasabah	74
BAB IV. PENUTUP	
A. Kesimpulan	75
B. Saran	76
DAFTAR PUSTAKA	77
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Nama Tabel	Halaman
Tabel 1.1 Penggunaan Internet Bankung di BSM KCP Marelان	6
Tabel 1.2 Biaya Transaksi Layanan bank Syariah Mandiri	7
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	35
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	43
Tabel 3.2 Penentuan Jawaban Kuesioner.....	45
Tabel 4.1 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Agama.....	53
Tabel 4.2 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis kelamin	53
Tabel 4.3 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Usia	54
Tabel 4.4 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Pendidikan	54
Tabel 4.5 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	55
Tabel 4.6 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Jumlah Transaksi	55
Tabel 4.7 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Alasan	56
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Kegunaan Situs	57
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Jaminan Keamanan	57
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Keandalan.....	58
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Kepuasan Nasabah	58
Tabel 4.12 Hasil Pengujian Reliabilitas	59
Tabel 4.13 One Sample Kolmogrov Smirnov	61
Tabel 4.14 Hasil Uji Multikolinearitas.....	62
Tabel 4.15 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	64
Tabel 4.16 Hasil Uji Koefisien Determinasi	65
Tabel 4.17 Hasil Uji T.....	66
Tabel 4.18 Hasil Uji F.....	68

DAFTAR GAMBAR

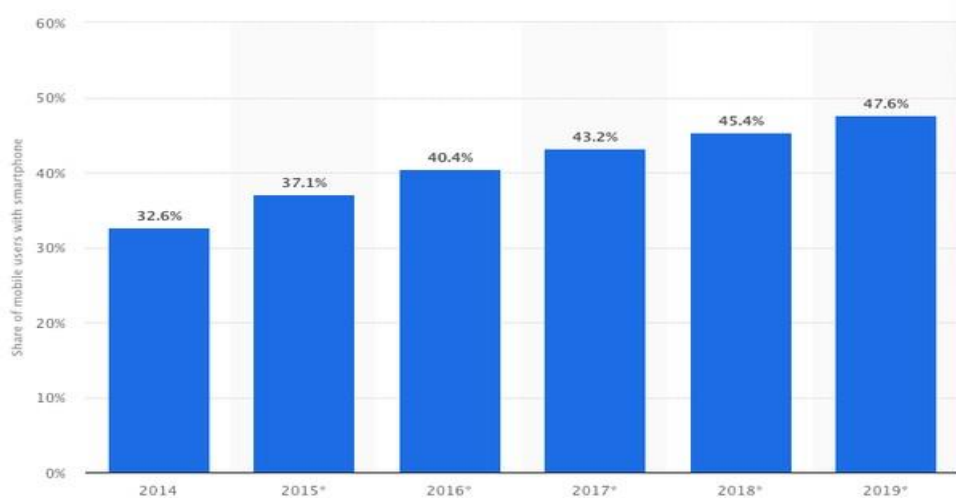
Nama Gambar	Halaman
Gambar 1.1 Jumlah Pengguna Ponsel Pintar di Indonesia.....	1
Gambar 1.2 Jumlah Pengguna Internet di Indonesia	2
Gambar 1.3 Frekuensi Penggunaan Layanan Perbankan Digital.....	3
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	39
Gambar 4.1 Struktur Organisasi BSC KCP Medan Marelan.....	52
Gambar 4.2 Histogram Kepuasan Nasabah	60
Gambar 4.3 Hasil Uji Normalitas P-P Plot	60
Gambar 4.4 Hasil Uji Heteroskedastisitas	63

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Era digital banking 4.0 menjadi peluang bagi perbankan di Tanah Air untuk lebih berinovasi memberikan layanan kepada nasabah. Inovasi tersebut dibutuhkan untuk menyikapi persaingan seiring pesatnya pertumbuhan *financial technology*.¹ Perkembangan teknologi digital yang sangat pesat membuat perbankan mulai beralih untuk mengembangkan layanan perbankan dengan sentuhan digital. Menurut studi yang dilakukan oleh Statista dalam laporan CNBC Indonesia, jumlah pengguna ponsel pintar di Indonesia tiap tahunnya meningkat dan diprediksi akan terus meningkat.²



Gambar 1.1
Jumlah Pengguna Ponsel Pintar di Indonesia

Sumber: Statista dalam CNBC Indonesia³

¹ Septian Deny, *Era Banking 4.0 Jadi Peluang Perbankan Untuk Berinvestasi*, dalam website liputan6.com diposting pada Agustus 2019.

² Tirta Citradi, *Digital Banking, Benarkah Bank Tidak Butuh Cabang Lagi?*, dalam website cnbcindonesia.com diposting pada November 2019.

³ibid

Gambar 1.1 menunjukkan penggunaan Smartphone di Indonesia dari tahun ketahun mengalami peningkatan yang cukup signifikan. Berdasarkan hasil riset Hootsuite dan We Are Sosial di tahun 2021 sebanyak 98,2 persen orang Indonesia telah menggunakan smartphone. Kemudian 74,7 persen masyarakat Indonesia tercatat memiliki perangkat laptop atau PC.⁴ Peningkatan pengguna ponsel pintar di Indonesia diikuti oleh peningkatan jumlah masyarakat Indonesia yang terhubung ke internet.



Gambar 1.2
Jumlah Pengguna Internet di Indonesia

Sumber: Hootsuite and We Are Social⁵

Berdasarkan hasil riset Hootsuite dan We Are Sosial memaparkan bahwa dari total keseluruhan masyarakat Indonesia sebanyak 274,9 juta orang, persentase pengguna internet Indonesia jangkau 73,7 persen yakni sebanyak 202,6 juta orang dari total populasi di Indonesia.⁶ Hal ini tentunya menjadi peluang bagi perbankan untuk mengembangkan digital banking.

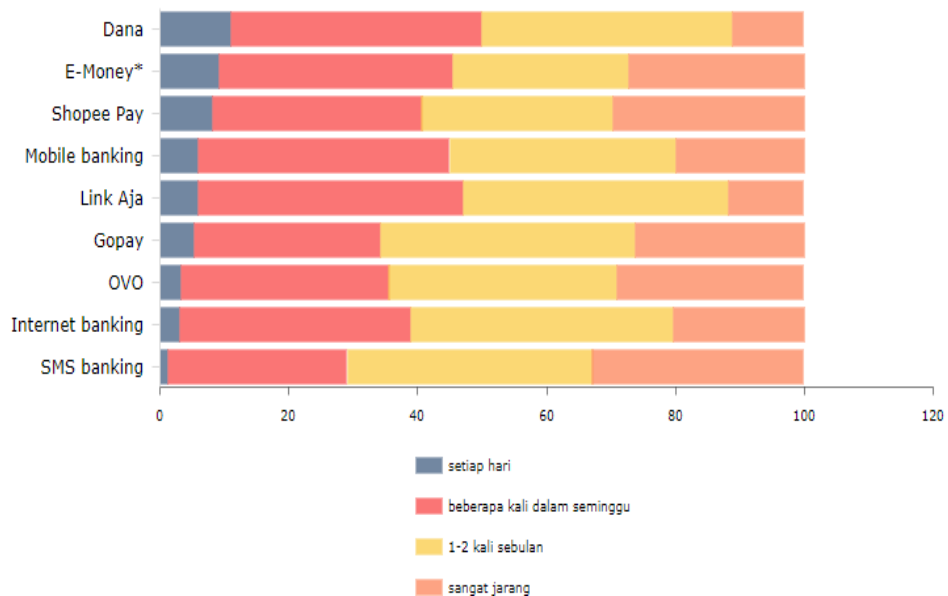
⁴ Dythia Novianty, *Jumlah Pengguna Internet di Indonesia Capai 202,6 Juta Orang*, dalam website www.suara.com diposting pada Februari 2021

⁵ Hootsuite and We Are Social, *Digital 2021 Indonesia*, www.hootsuite.com Pada Januari 2021

⁶ibid

Selain peluang untuk melakukan inovasi-inovasi dalam menyikapi persaingan yang sangat pesat, era digital 4.0 juga menghadirkan banyak tantangan-tantangan yang dapat menghambat proses inovasi yang akan dilakukan. Untuk itu, perbankan dituntut lebih cermat dan adaptif dalam menyikapi tantangan-tantangan yang hadir dalam era digital 4.0.⁷

Perkembangan Layanan Perbankan Digital saat ini terbagi atas beberapa layanan yang bekerja sama dengan e-commerce maupun pihak bank itu sendiri yakni sms banking, internet banking, mobile banking, dana, e-money, shopee pay, link Aja ovo, gopay dan lain sebagainya. Berikut frekuensi penggunaan layanan perbankan digital.



Gambar 1.3

Frekuensi Penggunaan Layanan Perbankan Digital

Sumber: Katadata Insight Center (KIC)⁸

Gambar 1.3 menunjukkan bahwa penggunaan digital banking yang ada di perbankan yang setiap hari digunakan oleh nasabah didominasi oleh layanan yakni Dana, E-Money, Shopee Pay, Mobile Banking, Link Aja, Gopay, Ovo, Internet Banking dan terakhir SMS Banking. *Internet Banking* merupakan layanan

⁷ Tim Redaksi, *Pergulatan Perbankan Menghadapi Revolusi Industri 4.0 Menuju Digital Banking 4.0*, dalam website www.lintassultra.com diposting pada April 2020

⁸ Tim Survei, *Survei KIC: Dompok Digital Paling banyak Digunakan Sehari-hari*, dalam situs www.databoks.katadata.co.id, pada Oktober 2020.

melalui saluran distribusi Bank untuk mengakses rekening yang dimiliki Nasabah perorangan maupun Perusahaan melalui jaringan internet dengan menggunakan perangkat lunak *browser* pada komputer atau perangkat lainnya yang dimungkinkan untuk mengakses internet. Namun demikian hanya sebagian kecil nasabah yang menggunakan fasilitas tersebut sebagaimana yang terlihat pada gambar 1.3. dimana Internet Banking menduduki posisi kedua terendah. Tak hanya di Indonesia, penggunaan Internet Banking di Malaysia juga masih sangat rendah. Hal ini didukung oleh penelitian Abdul Kadir Et All yang berjudul *Impacts Of Service Quality On Customer Satisfaction: Study Of Online Banking And Atm Services In Malaysia* yang menyatakan bahwa internet banking kurang diminati oleh nasabah⁹.

Saat ini, semua perbankan di Indonesia memiliki aplikasi-aplikasi yang menggunakan jaringan internet untuk mendukung, mempercepat transaksi dan memudahkan mewujudkan impian nasabah demi menyesuaikan diri dengan gaya hidup para nasabahnya, termasuk perbankan syariah seperti PT Bank Syariah Mandiri (Mandiri Syariah). Bank Syariah Mandiri membuka cabangnya di Kota Marelان. Bank Syariah Mandiri KCP Marelان merupakan perbankan syariah yang sudah maju dan mengalami perkembangan yang pesat seiring dengan perkembangan ekonomi yang pesat di wilayah marelان. Bank ini memberikan fasilitas internet banking dalam mempermudah nasabah dalam melakukan transaksi.

Terkait dengan pelayanan kepada nasabah, *E-Service Quality* merupakan pelayanan dengan memanfaatkan teknologi elektronik digital atau memanfaatkan *internet* sebagai upaya untuk memudahkan nasabah dalam bertransaksi dan memanfaatkan jasa bank. Konsep *e-service quality* terdiri dari beberapa unsur yang mendukungnya yaitu Kegunaan Situs, Kualitas Informasi yang ditampilkan, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan dan Personalisasi. Dalam hal meningkatkan *e-service quality* kepada nasabah bank. Bank Syariah Mandiri terus berupa dalam memberikan kemudahan dan kenyamanan bagi nasabahnya. Di tahun 2019, BSM

⁹ Abdul Kadir Et All, *Impacts Of Service Quality On Customer Satisfaction: Study Of Online Banking And Atm Services In Malaysia*. (International Journal, 2011)

meiapkan anggaran Rp. 270 Miliar yang digunakan untuk infrastruktur information technology (IT), memperkuat sisi keamanan, digitalisasi di back office dan pengembangan terkait IT lainnya.¹⁰ Tak hanya itu ditahun 2020, mandiri syariah juga telah melakukan inovasi fitur di Internet banking diantaranya SMS token untuk nasabah perusahaan, transfer terjadwal, tabungan bisnis, notifikasi QRIS BSM Net Banking dan Web responsive.¹¹ Namun demikian masih banyak nasabah yang mengeluhkan system internet banking Bank Syariah Mandiri.

Wawancara bersama nasabah pengguna internet banking bapak Ali nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Marelan mengungkapkan bahwa dirinya tidak paham cara menggunakan internet banking karena dianggap rumit dan tampilan ikonnya sangat kecil, ditambah lagi dirinya merasa tidak puas karena khawatir akan terjadi masalah saat dirinya mentransfer dana dalam jumlah yang besar.¹² Selanjutnya wawancara bersama ibu Indah juga menyatakan bahwasanya ia masih ragu dalam menggunakan internet banking karena khawatir ada masalah jaringan dan belum paham menggunakan aplikasi internet banking.¹³

Faktor lain yang menjadi penghambat perkembangan internet banking menurut Fetri Setyo Liyundra dalam prosiding seminar nasional yang berjudul Faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah bank dalam penggunaan fasilitas E-Banking yang tertera pada peraturan Bank Indonesia Nomor: 11/11/PBI/2009 ialah kurangnya pengetahuan masyarakat terkait kegunaan fungsi dari internet banking¹⁴. Seiring perkembangan teknologi tentunya penggunaan jasa telekomunikasi dan internet semakin cepat berkembang, Namun demikian penggunaan akses internet masih sangat terbatas terlebih penggunaan fungsi

¹⁰ Herman, *Mandiri Syariah Perkuat Layanan Digital Banking*, dalam website www.beritasatu.com diposting pada Oktober 2019.

¹¹ PT bank Mandiri Syariah, *Mudahkan Kebuuhan Transaksi Pengusaha Mandiri Syariah Launching Tabungan Bisnis*, dalam website www.kontan.co.id diposting pada November 2020

¹² Wawancara kepada pak Ali selaku nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Marelan pada 28 Januari 2021

¹³ Wawancara kepada Ibu Indah selaku nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Marelan pada 28 Januari 2021

¹⁴ Fetri Setyo Liyundra, *Faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah bank dalam penggunaan fasilitas E-Banking yang tertera pada peraturan Bank Indonesia Nomor: 11/11/PBI/2009*, Prosiding seminar nasional, 2016

internet banking.¹⁵ Kurangnya edukasi terkait penjaminan data dan mutu dari internet banking itu sendiri menghambat pergerakan produk-produk dan penggunaan akses pendukung yang dimiliki baik internet banking, SMS Banking maupun Mobile banking.¹⁶

Pengguna internet banking yang tercatat di Bank Syariah Mandiri KCP Marelان masih sangat sedikit. Adapun data-datanya adalah sebagai berikut:

Tabel 1.1

Pengguna Internet Banking di Bank Syariah Mandiri KCP Marelان

Tahun	Jumlah Pengguna
2019	36 Nasabah
2020	58 Nasabah

Sumber: Wawancara Pegawai BSM KCP Marelان¹⁷

Tabel 1.1 menginformasikan bahwa system internet banking kurang diminati oleh nasabah BSM KCP Marelان. Berdasarkan wawancara kepada salah satu pegawai BSM KCP Marelان ini disebabkan oleh mayoritas nasabah lebih memilih menggunakan Mobile Banking, SMS Banking maupun platform digital lainnya. Tak hanya itu, pengguna internet banking juga memiliki persyaratan sehingga banyak nasabah yang kurang minat menggunakan internet banking.¹⁸ Adapun layanan pembukaan internet banking Bank Syariah Mandiri memiliki syarat sebagai berikut:

1. Melakukan pendaftaran internet banking melalui Area/Branch Office/Cash Outlet Bank Syariah Mandiri
2. Sudah memiliki rekening di BSM baik bentuk tabungan ataupun giro.
3. Nasabah perorangan maupun non-perorangan boleh mendaftarkannya.
4. Mengisi formulir aplikasi pengajuan Net Banking Bank Syariah Mandiri
5. Membawa kartu identitas berupa KTP, SIM, ataupun Paspor.

¹⁵ Wawancara kepada Yudi Fhadilla salah satu pegawai GSS Bank Syariah Mandiri KCP Marelان Pada 29 April 2021

¹⁶ Ibid

¹⁷ Wawancara kepada Yudi Fhadilla salah satu pegawai GSS Bank Syariah Mandiri KCP Marelان pada Mei 2021

¹⁸ Ibid

6. Membawa buku tabungan dan kartu debit Bank Syariah Mandiri sebagai bukti kepemilikan.¹⁹

Keharusan pihak nasabah dalam hal pendaftaran internet banking melalui Area/Branch Office/Cash Outlet Bank Syariah Mandiri terdapat justru menurunkan daya tarik nasabah karena nasabah enggan ke Area/Branch Office/Cash Outlet Bank Syariah Mandiri.²⁰ Berakibat pada kurangnya daya tarik masyarakat.²¹ Agus Necholase, dalam penelitiannya yang berjudul Pengaruh Trust Dan Loyalty Terhadap Pelayanan I-Banking Pada BCA Dan Bank Mandiri, mengemukakan bahwa Nasabah lebih memilih melakukan akses digital lainnya pada dompet digital lainnya mobile banking, sms banking bahkan beralih pada layanan dompet digital lainnya yang dapat bersanding dengan akun rekening pribadi nasabah seperti aplikasi Dana yang dapat bersanding dengan One klik BCA.²²

Disamping itu, Layanan Internet Banking Bank Syariah Mandiri memberikan biaya tambahan bagi nasabahnya. Adapun biaya tambahan penggunaan Net banking Bank Syariah Mandiri ialah sebagai berikut:

Tabel 1.2

Biaya Transaksi Layanan Bank Syariah Mandiri

No	Jenis Transaksi Layanan	Biaya (Rp)
1	Biaya Adm – Nasabah perorangan	2.500/bulan
	Biaya Adm – Nasabah perusahaan	10.000/bulan
2	Cetak Key Code (Nasabah Baru)	Gratis
3	Reissue – User ID dan Password – PIN Otorisasi – TAN	Gratis
4	Multi Akses	100.000/bulan
5	Multi Level Account	100.000/bulan, joining fee 100.000
6	Batch Transfer	100.000/bulan

¹⁹ Reporter Uang Indonesia, *Cara Daftar Dan Menggunakan Bank Syariah Mandiri Internet Banking*, dalam Website www.uangindonesia.com Diposting Pada 5 September 2020.

²⁰ ibid

²¹ Agus Necholase, *Pengaruh Trust Dan Loyalty Terhadap Pelayanan I-Banking Pada Bca Dan Bank Mandiri*, (Repository Gunadarma, 2008), h.4

²² Ehsan Sadeh, Et All, *The Structural Model Of E-Service Quality, E-Customer Satisfaction, Trust, Customer Perceived Value And E-Loyalty*, (Australian Journal Of Basic And Applied Sciences. Vol. 5, No. 3,2011) H. 532-538.

Sumber: Uangindonesia.com (Bank Syariah Mandiri Internet Banking)²³

Selain biaya administrasi rekening, nasabah juga dikenakan biaya perbulan setelah nasabah mengaktifkan Internet Banking Bank Syariah Mandiri. Tak hanya itu, Masing-masing transaksi ada yang gratis ada pula yang bayar.²⁴ Seperti misalnya cek saldo gratis, transfer ke sesama BSM gratis, tapi transfer ke antar bank, pembelian, dan pembayaran bayar. Namun demikian masih banyak fitur-fitur yang berbayar dengan tarif yang bervariasi. Biaya-biaya ini tentunya cukup memberatkan nasabah dalam hal melakukan penggunaan transaksi yang terkait pada layanan Bank Syariah Mandiri terutama jika dibandingkan dengan layanan dompet digital yang saat ini banyak beredar yang memberikan fasilitas gratis bagi transaksinya bahkan memberikan potongan dan voucher-voucher penurunan harga kepada pelanggannya.²⁵

Hal lain yang dianggap penting dan menjadi pertimbangan bagi nasabah ialah, terkait jaminan keamanan yang diberikan bagi Bank Syariah Mandiri. Menurut Ali Murdiat, dalam penelitiannya yang berjudul “Perlindungan Hukum Nasabah Pengguna Elektronik Banking Dalam System Hukum Indonesia”, jaminan keamanan merupakan suatu hal yang sangat dibutuhkan oleh setia nasabah baik keamanan atas identitas nasabah maupun keamanan dari system transaksi yang digunakan.²⁶ Dalam hal ini Bank Syariah Mandiri tidak memberikan jaminan keamanan yang mutlak apabila ada kesalahan maupun tindakan kejahatan yang mungkin terjadi dalam masa penggunaan internet banking sehingga nasabah cenderung untuk tidak menggunakan internet banking.

Untuk memperdalam dan mencari solusi dalam peningkatan penggunaan internet banking Bank Syariah Mandiri KCP Marelان maka peneliti tertarik meneliti permasalahan diatas dengan judul penelitian faktor-faktor E-Service

²³ Reporter Uang Indonesia, *Cara Daftar Dan Menggunakan Bank Syariah Mandiri Internet Banking*, Dalam Website www.uangindonesia.com Diposting Pada 5 September 2020.

²⁴ Gbadayan, R. A., & Akinyosoye, O.O, *Customers' Preference For E-Banking Services: A Case Study Of Selected Banks In Sierra Leone*, 2011

²⁵ Ibid

²⁶ Ali Murdiat, *Perlindungan Hukum Nasabah Pengguna Elektronik Banking dalam system Hukum Indonesia*, Jurnal Perlindungan hokum, vol 1 no 1, 2013

Quality yang mempengaruhi kepuasan nasabah pengguna internet banking (studi kasus Bank Syariah Mandiri KCP Marelan).

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka peneliti mengidentifikasikan beberapa masalah yang ada. Adapun identifikasi masalah tersebut adalah:

1. Bank Syariah Mandiri terus berupa dalam memberikan kemudahan dan kenyamanan bagi nasabahnya. Namun demikian masih banyak nasabah yang mengeluhkan system internet banking Bank Syariah Mandiri.
2. Kurangnya pengetahuan masyarakat terkait kegunaan fungsi dari internet banking.
3. Kurangnya daya tarik masyarakat
4. Adanya biaya tambahan
5. Tidak adanya jaminan keamanan yang diberikan bagi Bank Syariah Mandiri

C. Batasan Masalah

Agar penelitian ini menjadi lebih focus dan kajiannya lebih mendalam, maka peneliti membatasi kajian kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Marelan dengan menilai kegunaan situs (X1), jaminan keamanan (X2), keandalan (X3). Variabel ini dipilih karena variabel ini dianggap sangat penting. Dan hanya terfokus pada produk/layanan Internet Banking. Alasan peneliti memilih Bank Syariah Mandiri KCP Marelan ialah karena perkembangan penduduk di wilayah kota Marelan sangat pesat dan roda perekonomian di kota marelan cepat berkembang sehingga Bank Syariah Mandiri KCP Marelan harus mampu menyesuaikan diri dengan perkembangan tersebut.

D. Rumusan Masalah

1. Apakah kegunaan situs (X1) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pengguna Internet Banking (Y)?
2. Apakah jaminan keamanan (X2) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pengguna Internet Banking (Y)?
3. Apakah keandalan (X3) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pengguna Internet Banking (Y)?
4. Apakah kegunaan situs (X1) jaminan keamanan (X2), keandalan (X3) berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan nasabah pengguna Internet Banking (Y)?

E. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini ialah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh kegunaan situs (X1) terhadap kepuasan nasabah pengguna Internet Banking (Y)
2. Untuk mengetahui pengaruh jaminan keamanan (X2) terhadap kepuasan nasabah pengguna Internet Banking (Y)
3. Untuk mengetahui pengaruh keandalan (X3) terhadap kepuasan nasabah pengguna Internet Banking (Y)
4. Untuk mengetahui pengaruh kegunaan situs (X1), jaminan keamanan (X2) keandalan (X3) secara simultan terhadap kepuasan nasabah pengguna Internet Banking (Y)

F. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada seluruh lapisan masyarakat dan khususnya Bank Syariah Mandiri dimana pun berada yakni sebagai berikut:

1. Bagi Bank Syariah Mandiri

Penelitian ini dapat menjadi masukan berupa sumbangan pemikiran yang mungkin bermanfaat dalam membantu mengevaluasi pelaksanaan kegiatan

pemasaran, serta dapat digunakan sebagai alat bantu perencanaan strategi pemasaran dimasa mendatang khususnya dalam layanan internet banking.

2. Bagi Nasabah dan Masyarakat

Penelitian ini diharapkan memberikan pengetahuan, informasi dan wawasan bagi nasabah dan masyarakat untuk menggunakan layanan internet banking yang disediakan oleh Bank Syariah Mandiri.

3. Bagi akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan referensi dalam meneliti penelitian yang serupa dan dapat diharapkan penelitian selanjutnya dapat mengembangkan ide penelitian ini dengan teknik analisis yang berbeda, kajian yang lebih mendalam dan variabel penelitian yang lebih kompleks.

G. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan penelitian ini terbagi atas lima bab yang secara garis besar dapat diuraikan sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan :Bab ini merupakan pengantar menuju penelitian yang menjelaskan tentang latar belakang masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

Bab II Kajian Teori :Pada bab ini akan dijelaskan tentang landasan teori yang merupakan uraian teori tentang *mobile banking*, *e-service quality*, kepuasan nasabah dan loyalitas nasabah. Pada bab ini juga diuraikan tentang kajian terdahulu dan kerangka penelitian.

Bab III Metode Penelitian :Pada bab ini akan dijelaskan tentang variabel penelitian dan definisi operasional, penentuan sampel, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data dan metode analisis data.

Bab IV Pembahasan :Pada bab ini akan dijelaskan tentang hasil penelitian dan pembahasan yang menguraikan tentang gambaran umum objek penelitian, deskriptif

data penelitian, analisis data penelitian serta pembahasannya.

Bab V Penutup

:Pada bab ini akan dijelaskan tentang kesimpulan dari hasil pembahasan atau analisis data yang telah diuraikan pada bab-bab sebelumnya, serta saran-saran.

BAB II

KAJIAN TEORITIS

A. *Grand Theory of Marketing*

American Marketing Association (AMA) menjelaskan bahwa “*Marketing is the activity, set of institutions, and processes for creating, communicating, delivering, and exchanging offerings that have value for customers, clients, partners, and society at large*” yang berarti pemasaran adalah aktivitas, sekumpulan institusi, dan proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan, menyampaikan, dan bertukar penawaran yang memiliki nilai bagi pelanggan, klien, mitra, dan masyarakat luas.⁶ Kotler berpandangan bahwa pemasaran adalah sebuah proses sosial dan manajerial dimana individu-individu dan kelompok-kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan, penawaran dan pertukaran produk-produk atau *value* dengan pihak lainnya.⁷ Dari pendapat-pendapat diatas, dapat disimpulkan bahwa pemasaran merupakan salah satu dari kegiatan-kegiatan pokok yang dilakukan oleh para pengusaha dalam mempertahankan usahanya untuk berkembang dan berkembang dan mendapatkan keuntungan sebagai ukuran keberhasilan usahanya baik dalam bentuk laba maupun kepuasan.

Kondisi persaingan usaha saat ini semakin ketat, setiap perusahaan harus mampu bertahan hidup, bahkan harus dapat terus berkembang. Salah satu hal penting yang perlu dilakukan dan diperhatikan oleh setiap perusahaan adalah mempertahankan pelanggan yang telah ada, terus menggarap pelanggan-pelanggan potensial agar jangan sampai pelanggan meninggalkan perusahaan dan beralih pada perusahaan lain.⁸ Menjaga E-service quality terhadap kepuasan nasabah

⁶Ibid

⁷Kotler, P. & Armstrong, G, *Prinsip- Prinsip Pemasaran Edisi 12*, (Jakarta: Erlangga., 2012)

⁸Lovelock, Wirtz, *Services Marketing (People, Technology, Strategy)*, (England: Pearson Education Limited, 2011)

merupakan salah satu strategi pemasaran yang efektif untuk dilakukan.⁹ Adanya E-service quality yang baik, dapat menjadi salah satu pemasaran pihak perbankan dalam memasarkan produknya serta meningkatkan kepuasan nasabah menggunakan produk tersebut.

B. E-Service Quality

1. Pengertian E-Service Quality

Kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan konsumen dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.¹⁰ Kualitas layanan dapat dirasakan oleh konsumen setelah membeli dan atau menggunakan produk atau jasa yang diberikan oleh suatu perusahaan. Untuk memberikan manfaat yang optimal kepada konsumen, perusahaan perlu meningkatkan pelayanannya guna menghasilkan *value* yang konsisten. Welta menyatakan bahwa kualitas layanan bersifat krusial dalam mempertahankan pelanggan untuk jangka waktu yang lama. Seiring berkembangnya teknologi ke era digital, seluruh perusahaan berbondong-bondong untuk beradaptasi dan mengimplementasikan teknologi di perusahaannya, salah satu yang paling umum digunakan oleh perusahaan ialah dengan menerapkan teknologi informasi pada perusahaannya.¹¹ Menurut Napitupulu, *e-service* merupakan layanan yang disampaikan oleh perusahaan melalui media internet, yaitu suatu alat teknologi informasi yang paling nyata dan eksplosif. *E-service* dipandang sebagai konten yang bersifat interaktif, terpusat dan merupakan layanan berbasis internet, sehingga melahirkan versi baru dari *service quality* yang dikenal sebagai *e-service quality*.¹² Dapat diketahui bahwa perusahaan dalam industri jasa perbankan selalu dituntut untuk lebih berorientasi pada pelanggan.

⁹Gede Riana, *Pengaruh Trust in a Brand terhadap Brand Loyalty pada Konsumen Air Minum AQUA di Kota Denpasar*, dalam Buletin Studi Ekonomi, Volume 13 Nomor 2 Tahun 2008

¹⁰Fandy Tjiptono, *Service Quality & Satisfaction*, (Yogyakarta : Andi,2016), h.59

¹¹Welta, Fretty, *Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bmt Surya Barokah*, Dalam Jurnal I-Economic, Vol 3. No. 2, 2017, h.129-148

¹²Napitupulu, D., *Model Keberhasilan Implementasi E-Services (Sistem Layanan Berbasis Elektronik) Di Indonesia Studi Kasus:Pemerintah Kota X*, Forum Tahunan Iptek Dan Inovasi Nasional Vi, 2016, h.479-487

Pelanggan merupakan faktor penentu keberhasilan kegiatan pemasaran perusahaan serta dapat mendatangkan penjualan dan keuntungan melalui pengambilan keputusan yang mereka buat.¹³

2. Dimensi E-Service Quality

Menurut Swaid dan Wigand untuk mengukur hasil *e-service quality* terdapat 6 (enam) dimensi yang paling menonjol, yaitu:¹⁴

- 1) Kegunaan Situs (*Website Usability*), Kegunaan situs merupakan persepsi konsumen terhadap tingkat kemudahan dalam menggunakan website dan navigasi, serta situs web secara visual menarik dan dirancang dengan baik.
- 2) Kualitas Informasi (*Information Quality*), Kualitas informasi mencakup keakuratan dan ketepatan informasi yang diberikan kepada para konsumen.
- 3) Keandalan (*Reliability*), Keandalan pada dasarnya mengacu pada persepsi konsumen terhadap keandalan dari situs dan ketepatan dari pelayanan yang dijanjikan kepada konsumen. Misalnya email konfirmasi mengenai tagihan dan informasi barang atau jasa yang ditawarkan.
- 4) Daya Tanggap (*Responsiveness*), Daya tanggap dalam *e-service* ialah persepsi konsumen untuk mendapatkan tanggapan maupun bantuan dengan cepat ketika mempunyai masalah atau pertanyaan.
- 5) Jaminan Keamanan (*Security guarantee*), Jaminan keamanan mencakup perlindungan dan keamanan yang diberikan oleh perusahaan untuk menjamin keamanan dan perlindungan
- 6) Personalisasi (*Personalization*), Personalisasi dalam *e-service* mencakup tentang seberapa banyaknya dan mudahnya suatu website

¹³ Kotler Dan Keller *Marketing Management* (14th Ed.), (New Jersey: Prentice Hall., 2012)

¹⁴ S.I Swaid & R.T. Wigand, *Measuring Web-based Service Quality: The Online Customer Point of View*, 2007

dapat dipersonalisasi untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang sesuai dengan preferensi masing-masing.¹⁰

C. Internet Banking

1. Definisi Internet Banking

Penggunaan teknologi informasi dipadukan dengan penggunaan internet merubah tatanan dan pola perilaku dan system yang dahulunya harus secara langsung, membutuhkan waktu yang tidak singkat, biaya yang lebih mahal dan tenaga yang dikeluarkan. Saat ini, penggunaan teknologi informasi dan jaringan internet mengalami perkembangan yang sangat pesat. Sehingga hal ini memberikan inovasi-inovasi bagi semua sector baik perbankan, sector pembangunan, sector non perbankan dll. Pada sector perbankan, inovasi yang bisa dimunculkan ialah kehadiran internet bankng. Internet banking merupakan fitur yang diberikan bank kepada nasabahnya untuk mengakses rekening, entah sekedar cek saldo, lihat mutasi atau *history*, transfer dana, pembayaran tagihan, internet, PLN, isi ulang pulsa, dan sebagainya cukup menggunakan jaringan internet kapan dan di mana saja.¹⁵

Definisi *internet banking* menurut Furst dalam Budi Agus Riswandi (2007:20) sebagai berikut: “*Internet banking is the use of the internet as remote delivery for banking services, including traditional services, such as opening a deposit account or transferring funds among different account, as well as new banking services, such as electronic bill presentment and payment, which allow customers to receive and pay bill over bank’s website*”.¹⁶

Jadi, *internet banking* adalah penggunaan internet sebagai alat pengendali untuk jasa bank, termasuk jasa tradisional seperti membuka rekening deposito atau mentransfer dana diantara rekening yang berbeda, seperti halnya jasa dari bank pada umumnya, seperti pembayaran tagihan secara elektronik yang

¹⁵ Reporter Uang Indonesia, *Cara Daftar Dan Menggunakan Bank Syariah Mandiri Internet Banking*, Dalam Website www.uangindonesia.com Diposting Pada 5 September 2020.

¹⁶ Budi Agus Riswandi, *Aspek Hukum Internet Banking*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2005) H. 21

memperbolehkan konsumen untuk menerima dan membayar tagihan melalui situs bank.

Bank Indonesia mendefinisikan internet banking adalah salah satu layanan jasa bank yang memungkinkan nasabah memperoleh informasi, melakukan komunikasi dan melakukan transaksi perbankan melalui jaringan internet. Bank Indonesia pun membagi jenis kegiatan internet banking dibagi menjadi tiga. Yakni:¹⁷

- a. *Informational internet banking* yaitu pelayanan jasa bank kepada nasabah dalam bentuk informasi melalui jaringan internet dan tidak melakukan eksekusi transaksi (executing of transaction).
- b. *Communicative internet banking* yaitu pelayanan jasa bank kepada nasabah dalam bentuk komunikasi atau melakukan interaksi dengan bank penyedia layanan internet banking secara terbatas dan tidak melakukan eksekusi transaksi
- c. *Transactional internet banking* yaitu pelayanan jasa bank kepada nasabah untuk melakukan interaksi dengan bank penyedia layanan internet banking dan melakukan eksekusi transaksi.¹⁸

Menurut khairi mahdy menyatakan internet banking merupakan pemanfaatan teknologi internet sebagai media melakukan transaksi yang berhubungan dengan transaksi perbankan. Kegiatan ini menggunakan jaringan internet sebagai perantara atau penghubung antara nasabah dengan pihak bank. Selain itu transaksi yang dilakukan bersifat maya atau tanpa proses tatap muka antara nasabah dengan pihak bank.¹⁹

¹⁷ Budi Agus Riswandi, *Aspek Hukum Internet Banking*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2005) H. 21

¹⁸ Ibid

¹⁹ Khairy Mahdy, *Pengertian Internet Banking*, Dalam [Http://Elektrnikbanking.blogspot.com](http://Elektrnikbanking.blogspot.com), diposting Pada 22 Juli 2014

2. Kelebihan dan kekurangan Internet Banking

Internet banking sangat memudahkan Anda melakukan sederet transaksi dengan cepat di mana saja. Dulunya, transaksi yang berhubungan dengan penyetoran dan pengambilan uang dilakukan dengan cara biasa, yaitu melalui teller bank atau ATM atau menggunakan mesin CDM (*cash deposit machine* untuk setor tunai tanpa melalui *teller*). Dari waktu ke waktu, makin banyak bank yang menyediakan layanan atau jasa *internet banking*. Penyelenggaraan *internet banking* merupakan penerapan atau aplikasi teknologi informasi yang terus berkembang dan dimanfaatkan untuk menjawab keinginan nasabah perbankan yang menginginkan servis cepat, aman, nyaman murah dan tersedia setiap saat (24 jam/hari, 7hari/minggu) dan dapat diakses dari mana saja baik itu dari *handphone*, komputer, laptop/note book, PDA, dan sebagainya. Berikut kelebihan internet banking:²⁰

1) Bagi Perbankan

Menurut Agus Necholase, dalam jurnal *Pengaruh Trust dan Loyalty Terhadap Pelayanan I-Banking pada BCA dan Bank Mandiri* menjelaskan keuntungan dan peluang yang dimiliki oleh bank yang menerapkan *Internet Banking* secara mendasar dapat disebutkan sebagai berikut:²¹

a). *Increase Customer Satisfaction*

Internet Banking memungkinkan nasabah melakukan akses ke rekening banknya setiap saat dalam 24 jam dan melakukan transaksi pada jam-jam yang diinginkannya.

b) *Expand Product Offerings*

Internet Banking memungkinkan bank untuk memperluas *customer asset base* dengan menambah jumlah jasa yang ditawarkan secara langsung maupun tidak langsung kepada konsumen melalui *website*.

²⁰ Reporter Uang Indonesia, *Cara Daftar Dan Menggunakan Bank Syariah Mandiri Internet Banking*, Dalam Website www.uangindonesia.com Diposting Pada 5 September 2020

²¹ Agus Necholase, dalam jurnal *Pengaruh Trust dan Loyalty Terhadap Pelayanan I-Banking pada BCA dan Bank Mandiri*, dalam situs repository.gunadarma.com.ac.id diposting pada Maret 2014.

c) Increase Customer Retention

Salah satu keunggulan yang dimiliki oleh *internet banking* adalah akan dapat mengikuti nasabahnya kemanapun dia pergi.

d) Extend Geographic Reach

Bank yang menggunakan sistem *internet banking* memiliki pertumbuhan nasabah yang lebih cepat karena dapat menjangkau wilayah yang jauh lebih luas diluar *home regionnya*.

e) Cross Sell Services

Situs *internet* memiliki kemampuan mengumpulkan data konsumen secara *virtual* jauh melebihi media apapun

f) Identify New Fee Services

Banyak bank menggunakan *internet banking* untuk menciptakan peluang untuk memperoleh tambahan pendapatan yang bisa diperoleh dari nasabah.

g) Reduce Overall Cost

Internet banking akan menekan biaya operasi bank secara mendasar dalam dua hal, yaitu mengurangi biaya pemrosesan transaksi dan mengurangi kebutuhan pendirian cabang baru dengan tidak mengurangi kemampuan melayani konsumen dalam jumlah yang sama.²²

2) Bagi Nasabah

a) Praktis dan gratis. Anda bisa hemat waktu dan biaya dalam melakukan transaksi perbankan. Tak perlu lagi mengeluarkan ongkos transportasi ataupun antri ke bank karena semuanya bisa diakses dari ponsel pintar Anda. Transaksi *e-banking* dimana saja dan kapan saja (24 jam).

b) Nasabah bisa melakukan banyak transaksi keuangan, membuat dan mengatur jadwal transaksi dalam satu waktu sekaligus

c) Hemat biaya operasional bagi bank. Bank yang telah menerapkan sistem informasi teknologi dan memiliki fitur *internet banking* pastinya

²² Agus Necholase, *Pengaruh Trust Dan Loyalty Terhadap Pelayanan I-Banking Pada Bca Dan Bank Mandiri*, dalam situs repository.gunadarma.com.ac.id diposting pada Maret 2014, h.4

menghemat biaya operasional karena tak perlu lagi membuka cabang bank baru dsb.

- d) Melakukan berbagai macam transaksi bank: transfer uang antar bank non-tunai, cek saldo dan mutasi rekening, bayar tagihan kartu kredit, bayar tagihan bulanan (seperti taguhan listrik, telepon, air, biaya pendidikan, TV berlangganan), membeli pulsa elektrik, bayar transaksi di *e-commerce* (belanja online, bayar tiket pesawat, tiket hotel,dll) dsb.
- e) Membuka rekening tabungan baru, membuka tabungan pendidikan, tabungan berjangka, membeli asuransi, membeli reksadana, atau membuka rekening deposito dengan cepat dan aman.
- f) Mengajukan pinjaman KTA, KPR, KMG secara online dengan mudah dan cepat.
- g) Cek nilai tukar mata uang (kurs) rupiah terhadap mata uang negara lain, seperti dolar Amerika (USD), dolar Singapura (SGD), dolar Australia (AUD), euro (EUR), yen Jepang (JPY) dll.
- h) Update dengan berbagai program dan produk terkini dari Bank.

Sementara itu, internet banking juga memiliki kekurangan yakni:²³

- 1) Rawan pencurian dan penyadapan data. Sebagai nasabah dan juga pihak bank perlu waspada akan kejahatan *cyber* oleh *hacker*. Kejahatan *hacker* terhadap pencurian data nasabah di e-banking bisa saja terjadi apabila ada keteledoran. Jadi, nasabah wajib mematuhi semua prosedur penggunaan e-banking / internet banking yang baik sehingga lebih aman. Sementara, pihak bank harus rajin melakukan pengawasan dan perawatan terhadap infrastruktur teknologi informasi perbankan.

²³ Agus Necholase, *Pengaruh Trust Dan Loyalty Terhadap Pelayanan I-Banking Pada Bca Dan Bank Mandiri*, dalam situs repository.gunadarma.com.ac.id diposting pada Maret 2014, h.4

- 2) Rawan kejahatan online dengan berbagai modus seperti teknik *skimming*, *phising*, penawaran hadiah palsu, dsb. Jangan mudah tergiur hal yang tidak masuk akal atau iklan-iklan yang menggiurkan.
- 3) Rawan terkena serangan *malware*/virus. Ini penting sekali diperhatikan, Anda sebaiknya menggunakan paket data atau koneksi internet yang aman agar tidak terena serangan virus. Jangan gunakan koneksi VPN gratisan dan Wi-Fi publik sebab ada banyak virus/malware. Pastikan smartphone/laptop Anda sudah tertanam perangkat lunak antivirus dan antimalware supaya terhindar dari *cracking*.
- 4) Tidak bisa akses e-banking di daerah terpececil atau sinyal koneksi internet rendah. Di Indonesia, tentunya ada beberapa daerah yang masih belum memiliki sinyal internet yang kuat, jadi hal ini merupakan kelemahan e-banking karena harus online untuk transaksi.

3. Karakteristik Layanan

Adapun karakteristik layanan pada internet banking Bank Syariah Mandiri ialah:²⁴

1. Produk BSM *Net Banking* (BNB) adalah layanan transaksi perbankan melalui jaringan internet perbankan alamat <https://bsmnet.syariahamandiri.co.id/cms/> yang dapat digunakan oleh nasabah untuk melakukan transaksi cek saldo, cek mutasi transaksi BSM Net, transfer antar rekening BSM, transfer antar Bank secara online dan real time, transfer SKN (kliring) dan RTGS, transfer tunai (PT Pos), pembayaran tagihan dan pembelian isi ulang pulsa handphone dan pembelian Token serta transaksi lainnya.
2. Pendaftaran layanan *Internet Banking* dapat dilakukan melalui Area/Branch Office/Cash Outlet BSM terdekat
3. Limit standar nasabah perorangan sampai dengan Rp 250 juta

²⁴ Reporter Uang Indonesia, *Cara Daftar Dan Menggunakan Bank Syariah Mandiri Internet Banking*, Dalam Website www.uangindonesia.com Diposting Pada 5 September 2020

4. Limit standar nasabah perusahaan maksimal sampai dengan Rp 1 miliar.

4. Serangan Jaringan Keamanan pada Internet Banking

Adapun jenis serangan keamanan terhadap *Internet Banking* adalah sebagai berikut:²⁵

1. *Remote attacks*: Merupakan serangan keamanan dalam bentuk pengambilalihan atau pengendalian akses oleh pihak lain yang tidak bertanggung jawab. *Remote attacks* dapat dikelompokkan kedalam beberapa jenis yaitu:
2. *Phishing*: Merupakan serangan jarak jauh yang paling sering terjadi terhadap layanan keuangan *online*. Seorang penyerang membuat *website* persis sama dengan *website* aslinya dan menggunakan alamat *website* mirip dengan aslinya sehingga tidak mudah dicurigai. Kemudian penyerang mengirimkan *e-mail* ke sejumlah akun *e-mail* dimana isinya memberikan *link* (alamat *website* palsu yang tersembunyi) untuk diklik. Kemudian korban di yakinkan oleh penyerang bahwa harus mengisi data karena ada perbaikan di *server* atau dengan alasan lain yang meyakinkan serta memberikan embel-embel berupa hadiah atau uang. Sehingga akhirnya korban mengklik *link* palsu dan memasukan data-data pribadi yang digunakan untuk layanan keuangan *online* tertentu. Kemudian data-data pribadi tersebut disalahgunakan oleh penyerang untuk mencuri ataupun untuk keperluan negatif lainnya.
3. DNS (*Domain Name System*) *attacks*: DNS *attacks* terbagi atas dua bagian antara lain: DNS *Cache Poisoning* merupakan suatu cara untuk menembus pertahanan DNS dengan cara menyampaikan informasi *IP Address* yang salah mengenai sebuah *host*, dengan tujuan untuk mengalihkan lalu lintas

²⁵ Decky Hendarsyah, *Keamanan Layanan Internet Banking Dalam Transaksi Perbankan*, dalam situs www.stiesyariahbangkalis.ac.id, diposting pada Agustus 2018

paket data dari tujuan yang sebenarnya. Cara ini banyak dipakai untuk menyerang situs-situs *e-commerce* dan *Internet Banking*. Teknik ini dapat membuat sebuah server palsu tampil identik dengan dengan *server Internet Banking* yang asli. Jadi dapat disimpulkan cara kerja *DNS cache poisoning* ini adalah dengan mengacaukan DNS Server asli agar pengguna Internet terkelabui untuk mengakses *website* palsu yang dibuat benar-benar menyerupai *website* aslinya tersebut, agar data dapat masuk ke server palsu.²⁶

4. *DNS Hijacking* merupakan suatu serangan keamanan jaringan komputer di mana penyerang dapat meletakkan dirinya di antara klien dan server DNS. Kemudian penyerang dapat mengambil informasi dari klien dan mengirimkan kembali informasi yang palsu ke klien sebelum informasi asli sampai ke server DNS. Tipe serangan ini bergantung dari kondisi siapa yang lebih cepat. Jika penyerang ingin serangannya berhasil, maka penyerang harus membalas informasi yang diterimanya kepada klien sebelum informasi asli sampai ke server yang sesungguhnya.²⁷
5. *Interception*: Pihak yang tidak berhak berhasil mengakses *asset* atau informasi. Contoh dari serangan ini adalah penyadapan.
6. *Local attacks* merupakan serangan yang terjadi pada komputer lokal bisa melalui virus seperti trojan atau perangkat lunak yang bisa merekam kunci atau sering disebut dengan *key logger*. Virus komputer seperti trojan bisa mengambil informasi dari pengguna *website* walaupun *website*-nya sudah menggunakan SSL (*Secure Socket Layer*). Kemudian *key logger* saat ini sudah semakin canggih yang dahulunya hanya bisa merekam apa yang ditekan melalui *keyboard* sekarang bisa merekam apa saja yang diklik menggunakan *mouse* sewaktu mengakses *website* walaupun *website* sudah dilengkapi dengan *virtual keyboard*.

²⁶ Nong Ye, *Secure Computer and Network - Systems Modeling, Analysis and Design*, England: John Wiley & Sons Ltd., 2008.

²⁷ Praphul Chandra, *Bulletproof Wireless Security - GSM, UMTS, 802.11 and Ad Hoc Security*, USA: Newnes Elsevier Inc., 2005.

7. *Hybrid attacks*: Tidak ada yang membatasi penyerang untuk melakukan satu jenis serangan keamanan jaringan komputer. Untuk melakukan serangan keamanan penyerang bisa menggunakan metode serangan gabungan (*hybrid*) yaitu dengan cara menggabungkan beberapa jenis serangan baik *local* dan *remote*.²⁸

D. Kepuasan Nasabah

1. Pengertian Kepuasan Nasabah

Kata kepuasan atau *satisfaction* berasal dari bahasa latin, yang terdiri dari kata *satis* yang artinya cukup baik atau memadai. Kata yang kedua adalah *faction* yang artinya melakukan atau membuat. Menurut Kotler dan Keller kepuasan ialah:

“Satisfaction is a person’s feelings of pleasure disappointment that result from comparing a product’s perceived performance (or outcome) to expectations”.²⁹

Jadi, kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Sedangkan Mowen & Minor menyatakan bahwa kepuasan konsumen merupakan keseluruhan sikap yang ditunjukkan konsumen atas barang atau jasa setelah mereka memperoleh dan menggunakannya. Ini merupakan penilaian evaluatif pasca pemilihan yang disebabkan oleh seleksi pembelian khusus dan pengalaman menggunakan barang atau jasa tersebut.³⁰ Berdasarkan definisi diatas dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen merupakan sikap, penilaian dan respon emotional yang

²⁸ Laerte Peotta dkk, “*A Formal Classification Of Internet Banking Attacks And Vulnerabilities*” dalam International Journal of Computer Science & Information Technology (IJCSIT), Vol 3, No 1, Februari 2011. Brazil: Electrical Engineering Department, University of Brasilia. 2011.

²⁹ Kotler Dan Keller *Marketing Management* (14th Ed.), Pearson Internasional Edition, (New Jersey: Prentice Hall., 2012), H.150

³⁰ Dinarty Sh Manurung, *Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Merek Pada Kartu Pra-Bayar Simpati*, (Skripsi Fakultas Psikologi, Universitas Sumatera Utara, Repository.Usu.Ac.Id, 2009), H. 41

ditunjukkan oleh konsumen setelah proses pembelian / konsumsi yang berasal dari perbandingan kesannya terhadap kinerja actual terhadap suatu produk dan harapannya dan evaluasi terhadap pengalaman mengkonsumsi suatu produk atau jasa.

2. Factor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah

Banyak faktor yang dapat mempengaruhi pelanggan merasa puas atau tidak puas. Menurut Zeithaml dan Bitner dalam Lupiyoadi dan Hamdani mengemukakan bahwa faktor utama penentu kepuasan pelanggan adalah persepsi pelanggan terhadap kualitas jasa. Hal tersebut didukung oleh pernyataan I Gusti, bahwa perlunya kualitas pelayanan yang baik dari perusahaan agar terciptanya suatu kepuasan yang baik, mengingat *e-service quality* memiliki peranan penting dalam menciptakan *perceived value* pada konsumen.³¹

Menurut Kotler dan Armstrong, kualitas layanan (*service quality*) adalah salah satu sarana positioning utama pemasar. Kualitas mempunyai dampak langsung pada kinerja produk atau jasa, oleh karena itu kualitas berhubungan erat dengan nilai dan kepuasan pelanggan.³² *The American Society for Quality* mendefinisikan kualitas sebagai karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan. Nilai yang dirasakan konsumen atas sebuah layanan yang diberikan perusahaan, merupakan penilaian konsumen yang dilakukan dengan cara membandingkan manfaat yang diperoleh konsumen dengan yang diharapkan. Karena itu, pelanggan tidak akan puas, apabila pelanggan mempunyai persepsi bahwa harapannya belum terpenuhi. Pelanggan akan puas jika persepsinya sama atau lebih dari yang diharapkan.

Terkait dengan pelayanan kepada nasabah, dewasa ini konsep *e-service quality* merupakan salah bentuk pelayanan yang diberikan kepada nasabah. *E-*

³¹ I Gusti Ngurah Dan Luh Komang, *Pengaruh Brand Image Dan E-Service Quality Terhadap Customer Satisfaction Serta Loyalitas Pengguna Aplikasi Gojek Di Tabanan*, Dalam Jurnal Jamms, Vo. 1, No. 1, 2019, H. 39-48

³² Kotler, Philip Dan Armstrong Gary, *Prinsip-Prinsip Pemasaran* Alih Bahasa Bob Sabran Edisi Bahasa Indonesia. Jilid 1. (Jakarta: Erlangga, 2014), H.25

Service Quality merupakan pelayanan dengan memanfaatkan teknologi elektronik digital atau memanfaatkan *internet* sebagai upaya untuk memudahkan nasabah dalam bertransaksi dan memanfaatkan jasa bank. Konsep *e-service quality* terdiri dari beberapa unsur yang mendukungnya yaitu Kegunaan Situs, Kualitas Informasi yang ditampilkan, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan dan Personalisasi.

Menurut Kotler dalam Lupiyoadi dan Hamdani, pencapaian kepuasan pelanggan pada kualitas pelayanan dapat ditingkatkan dengan beberapa pendekatan sebagai berikut:³³

- 1) Memperkecil kesenjangan-kesenjangan yang terjadi antara pihak manajemen dan pelanggan.
- 2) Perusahaan harus mampu membangun komitmen bersama untuk menciptakan visi di dalam perbaikan proses pelayanan.
- 3) Memberi kesempatan kepada pelanggan untuk menyampaikan keluhan. Dengan membentuk sistem saran dan kritik.
- 4) Mengembangkan dan menerapkan *accountable*, *proactive*, dan *partnership marketing* sesuai dengan situasi pemasaran.³⁴

3. Kepuasan Nasabah Dalam Islam

Kepuasan dalam islam tidak hanya bertujuan untuk mencari kepuasan fisik saja, tetapi lebih mempertimbangkan aspek masalah yang menjadi tujuan dari syariat islam (maqashid syariah). Teori masalah cakupannya lebih luas dari teori utility. Masalah dalam ekonomi islam, diterapkan sesuai dengan prinsip rasionalitas muslim, bahwa setiap pelaku ekonomi selalu ingin meningkatkan masalah yang diperolehnya. Imam asy-syathiby mengatakan, bahwa kemaslahatan manusia dapat terrealisasi apabila lima unsure pokok dapat diwujudkan dan dipelihara yaitu: agama (ad-din), jiwa (an-nafs), akal (al-'aql),

³³ Lupiyoadi Dan Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta: Salemba Empat, 2009), H. 14

³⁴ Ibid, h.16

keturunan (an-nasl) dan harta (al-maal).³⁵ Semua pemenuhan kebutuhan barang dan jasa adalah untuk mendukung terpeliharanya kelima unsure pokok tersebut. Konsumsi bukanlah aktifitas tanpa batas, melainkan juga terbatas oleh sifat kehalalan dan keharaman yang telah digariskan oleh syara', sebagaimana firman Allah dalam Alquran. Al-Mā-idah ayat 87 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَحْرِمُوا طَيِّبَاتِ مَا أَحَلَّ اللَّهُ لَكُمْ وَلَا تَعْتَدُوا
إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُعْتَدِينَ

Artinya: *Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu haramkan apa-apa yang baik yang telah Allah halalkan bagi kamu, dan janganlah kamu melampaui batas. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang melampaui batas.*³⁶

Dalam tafsir Ibnu Katsir As-Sauri telah meriwayatkan dari Mansur, dari Abud Duha, dari Masruq yang menceritakan, "Ketika kami sedang berada di rumah Abdullah ibnu Mas'ud, maka disuguhkan kepadanya air susu perahan. Lalu ada seorang lelaki (dari para hadirin) yang menjauh. Abdullah ibnu Mas'ud berkata kepadanya, Mendekatlah/ Lelaki itu berkata, 'Sesungguhnya aku telah mengharamkan diriku meminumnya.' Abdullah ibnu Mas'ud berkata, 'Mendekatlah dan minumlah, dan bayarlah kifarat sumpahmu.'³⁷

Di dalam kitab Sahih Bukhari disebutkan kisah Abu Bakar As-Siddiq bersama tamu-tamunya yang isinya serupa dengan kisah di atas. Berangkat dari makna kisah ini, ada sebagian ulama seperti Imam Syafii dan lain-lainnya yang mengatakan bahwa barang siapa mengharamkan suatu makanan atau pakaian atau yang lainnya kecuali wanita, maka hal itu tidak haram baginya dan tidak ada kifarat atas orang yang bersangkutan (bila melanggarnya).³⁸

³⁵ Abu Isak Asy-Syathiby, *Al-Muwafaqot Fi Ushul As-Syariah*, (Beirut: Dar Al-Mar'ifah, T.Th), h. 8

³⁶ *Al-Quran dan Terjemahnya*, (Bandung: CV Penerbit Diponegoro, 2005), h.97

³⁷ Al Imam Abul Fida Isma'il Ibnu Katsir Ad-Dimasyiqi, *Tafsir Ibnu Katsir Juz 7* (Bandung: Sinar Baru AlGensindo, hlm. 7

³⁸ *Ibid* hlm.8

Demikian pula apabila seseorang mengharamkan daging atas dirinya, seperti yang disebutkan pada hadis di atas, Nabi Saw tidak memerintahkan kepadanya untuk membayar kifarat. Ulama lainnya antara lain Imam Ahmad Ibnu Hambal berpendapat bahwa orang yang mengharamkan sesuatu makanan atau minuman atau pakaian atau yang lainnya diwajibkan membayar kifarat sumpah. Begitu pula apabila seseorang bersumpah akan meninggalkan sesuatu, maka ia pun dikenakan sanksi begitu ia mengharamkannya atas dirinya, sebagai hukuman atas apa yang telah ditetapkannya. Makna yang dimaksud dapat diinterpretasikan sebagai berikut: Janganlah kalian berlebih-lebihan dalam mempersempit diri kalian dengan mengharamkan hal-hal yang diperbolehkan bagi kalian. Demikianlah menurut pendapat sebagian ulama Salaf.³⁹

Dapat pula diinterpretasikan: Sebagaimana kalian tidak boleh mengharamkan yang halal, maka jangan pula kalian melampaui batas dalam memakai dan mengkonsumsi yang halal, melainkan ambillah darinya sesuai dengan keperluan dan kecukupan kalian, janganlah kalian melampaui batas.⁴⁰

Konsumsi adalah kegiatan ekonomi yang penting, bahkan terkadang dianggap paling penting, Al-Qur'an telah menjelaskan tentang berbagai macam etika dalam konsumsi dan teori permintaan. Dalam Q.S Al-Maidah ayat 87 telah dijelaskan begitu rinci tentang etika konsumsi dan teori permintaan dalam islam. Dari pembahasan yang sudah dijelaskan diatas sebaiknya masyarakat muslim didunia, lebih khusus di Indonesia karena masyarakatnya mayoritas muslim, penerapan sistem ekonomi Islam dalam kajian permintaan dan penawaran, agar barang yang kita konsumsi atau gunakan tersebut halal dan berkah. Dalam islam juga dijelaskan tidak baik membelanjakan uang dengan sesuka hati kita tanpa memerhatikan tingkat kemanfaat karena batasan anggaran belum cukup untuk membatasi konsumsi. Batasan lain yang perlu diperhatikan adalah seorang muslim tidak boleh berlebihan (ishrof), dan harus mengutamakan kebaikan

³⁹ Ibid hlm 11

⁴⁰ Ibid hlm.13

(masalah) islam tidak menganjurkan permintaan suatu barang dengan tujuan kemegahan, kemewahan, kemubadziran. Dalam hal ini surat Al-Maidah ayat 87 mengatur tentang etika konsumsi dalam islam. Bahkan Islam memerintahkan bagi yang sudah mencapai nishab, untuk menyisihkan dari anggarannya untuk membayar zakat, infaq, dan shodaqoh.

Mengurangi konsumsi suatu barang sebelum mencapai kepuasan maksimal adalah prinsip konsumsi yang diajarkan Rosulullah, seperti makan sebelum lapar dan berhenti sebelum kenyang. Karena tambahan nilai guna yang akan diperoleh akan semakin menurun apabila seseorang terus mengonsumsinya. Pada akhirnya, tambahan nilai guna akan menjadi negative apabila konsumsi terhadap barang tersebut terus ditambah. Hukum nilai guna marginal yang semakin menurun (*law of diminishing marginal utility*) menjelaskan bahwa penambahan terus menerus dalam mengonsumsi suatu barang, tidak akan menambah kepuasan dalam konsumsi karena tingkat kepuasan terhadap barang tersebut akan semakin menurun.⁴¹

Dalam teori ekonomi, setiap orang akan berusaha memaksimalkan kepuasan dari barang-barang yang di konsumsinya. Untuk mewujudkannya prinsip pemaksimalan kepuasan konsumen yang mempunyai pendapatan terbatas, dilakukan dengan pendekatan melalui kurva kepuasan sama (*indifference curve/IC*) dan garis anggaran pengeluaran (*budget line*). Dalam konsep islam kita mengenal adanya *Budget and Sharia Line* (BSL) atau garis anggaran dan syariah. Secara posisi BSL terletak di bawah garis anggaran (BL). Hal ini di karenakan adanya larangan mengonsumsi barang yang haram, larangan mengonsumsi secara berlebih-lebihan (boros), larangan riba dan adanya kewajiban untuk berzakat.⁴²

4. Indikator Kepuasan Nasabah

⁴¹ Hanik, *Teori Kepuasan Konsumen dalam Perspektif Islam*, dalam situs memoryhanik.blogspot.com, diposting pada November 2016

⁴² Muhammad, *Ekonomi Mikro Dalam Prespektif Islam*, (Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta, 2005) H. 189

Kepuasan nasabah dapat diartikan sebagai perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul setelah membandingkan kinerja yang telah dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap yang diharapkan. Untuk mengukur kepuasan nasabah menggunakan indikator sebagai berikut, yaitu:

- 1) Nasabah puas atas layanan *internet banking*, Layanan yang diberikan mampu menjawab harapan kebutuhan nasabah.
- 2) Nasabah puas ketika transaksi yang dilakukan hasil berhasil dengan sukses ,Layanan transaksi yang dilakukan nasabah berhasil lancar tanpa hambatan
- 3) Layanan-layanan *internet banking* memenuhi harapan nasabah, Layanan sesuai dengan harapan nasabah.

E. Kegunaan situs (*Website Usability*)

1. Pengertian Kegunaan Situs (*Website Usability*)

Hidayat memaparkan Website adalah kumpulan halaman yang digunakan untuk menampilkan informasi teks, gambar, animasi, suara atau gabungan dari semuanya, baik yang bersifat statis ataupun dinamis yang membentuk satu rangkaian bangunan yang saling terkait, yang masing masing dihubungkan dengan jaringan jaringan halaman.⁴³ Yeni Susilowati (2019) menjelaskan Website adalah sejumlah halaman web yang memiliki topik saling terkait antara halaman yang satu dengan halaman lain, yang biasanya ditempatkan pada sebuah server web yang dapat diakses melalui jaringan interet ataupun jaringan wilayah lokal (LAN).⁴⁴ Sehingga dapat disimpulkan kegunaan situs atau webside merupakan persepsi nasabah terhadap tingkat kemudahan dalam menggunakan *website* dan navigasi, serta situs *web* secara visual menarik dan dirancang dengan baik.

2. Indikator Kegunaan Situs

⁴³ Hidayat, Rahmat, *Cara Praktis Membangun Website Gratis*. (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2010

⁴⁴ Katalisnet. *Pengertian Dan Sejarah Website*, Dalam [Http://Katalisnet.Com](http://Katalisnet.Com), Diposting Pada 6 November 2020

Ada beberapa indikator yang menjelaskan tentang kegunaan situs yaitu:

- 1) Efektif (Fungsi pencarian *website*), dalam hal ini nasabah merasa fungsi pencarian *website* sesuai dengan tujuan dan sasaran.
- 2) Efisien (Waktu memproses transaksi), Nasabah merasa penggunaan sistem cepat dan praktis, efisien dalam waktu.
- 3) Menu sistem *simple*, Sistem mudah digunakan dan tidak menyusahkan nasabah.
- 4) *Website* memiliki tampilan menarik, *Web* memiliki tampilan yang di *design* dengan menarik dan tidak monoton.
- 5) Inovatif (Ciri khas desain *website*), *Web* selalu melakukan inovasi agar pelanggan suka dan nyaman dalam menggunakannya.
- 6) Kreatif (Ide dari bentuk desain *website*), *Web* selalu memiliki kreasi *design* dan kreatif.
- 7) *Layout* desain *website* tertata dengan rapi dan teratur, *Web* tersusun dan terorganisasi dengan rapi dan tersusun dengan teratur.
- 8) *Font*, *Colour*, Animasi, Grafik, Gambar merupakan komposisi yang saling mendukung, Susunan *web* seperti huruf, warna, grafik memiliki komposisi yang saling mendukung.

F. Jaminan Keamanan

1. Pengertian Jaminan keamanan

Park dan Kim mendefenisikan jaminan keamanan merupakan kemampuan perusahaan dalam melakukan pengontrolan dan penjagaan keamanan atas transaksi data ketika keamanan system dapat dipertanggungjawabkan dan tentunya memenuhi kebutuhan konsumen, konsumen dapat melakukan pembelian tanpa mengkhawatirkan adanya penipuan atau cheating yang dilakukan oleh pihak penjual.⁴⁵ Raman Arasu dan Viswanathan juga menegaskan bahwa konsumen

⁴⁵ Chung-Hoon Park dan Young-Gul Kim, The Effect of Information Satisfaction and relational Benefit on Consumers Online Site Commitments, Jurnal of Electronic Commerce in Organizations, vol 4 No 1. H 70-90

tidak akan melakukan pembelian tanpa adanya jaminan keamanan.⁴⁶ Dalam penelitian ini, jaminan yang dimaksud merupakan jaminan keamanan yang nasabah rasakan dalam berhubungan dengan *website* sesuai dengan reputasi *website* tersebut dan barang atau layanan yang dijual, begitu juga dengan kejelasan dan kebenaran informasi yang diberikan, situs dan keamanannya.

2. Tujuan Jaminan Keamanan

Ada tiga tujuan penting tercapainya jaminan keamanan:⁴⁷

1. Confidentiality (kerahasiaan) yaitu informasi hanya tersedia untuk orang atau sistem yang memang perlu akses ke sana.
2. Integrity (kesatuan) yaitu informasi hanya dapat ditambah atau diperbaharui oleh orang yang telah diautorisasi.
3. Availability (ketersediaan) yaitu informasi harus tersedia dalam waktu yang tepat ketika dibutuhkan.

3. Model Lapisan Keamanan pada Internet Banking

Model saat ini diadopsi dalam sistem *Internet Banking* didasarkan pada beberapa lapisan keamanan, yang terdiri atas beragam solusi paralel dan mekanisme yang bertujuan untuk melindungi aplikasi perbankan dan data nasabah, menyediakan identifikasi, otentikasi dan otorisasi. Diantara model keamanan *Internet Banking* adalah sebagai berikut:⁴⁸

1. *Digital Certificates* (Sertifikat Digital): Sertifikat digital digunakan untuk otentikasi atau keabsahan antara pengguna dan sistem perbankan itu sendiri. Otentikasi ini tergantung pada keberadaan *Public Key Infrastructure* (PKI) atau infrastruktur kunci publik dan *Certificate*

⁴⁶ Arasu Araman dan Viswanathan, Web Service and e-Shoping Decision: A study on Malaysia e-Consumer. IJCA Special Issue on: Wireless Information Networks & Business information System, h. 54-60

⁴⁷ J. R. Vacca, Computer and Information Security Handbook, (Elsevier, Inc, Washington D.C., 2009)

⁴⁸ Decky Hendarsyah, Keamanan Layanan Internet Banking Dalam Transaksi Perbankan, dalam situs stiesyariahengkalis.ac.id, diposting pada Agustus 2018

Authority (CA) atau sertifikat otoritas, yang dipercayakan kepada pihak ketiga untuk membuktikan validitas sertifikat digital mereka.

2. *One-Time Password Tokens*: umumnya digunakan sebagai otentikasi kedua, yang dapat diminta dalam kondisi acak. Jenis perangkat ini membuat data otentikasi yang berguna untuk mengatasi serangan keamanan dengan cara menggunakan *password* secara dinamis atau berubah-ubah dan *password* hanya dapat digunakan sekali.
3. *One-Time Password Cards*: merupakan model yang lebih murah untuk menghasilkan *password* yang dinamis, juga menyediakan otentikasi kedua. Namun dalam beberapa sistem perbankan, *password* yang dihasilkan oleh kartu OTP (*One Time Password*) dapat digunakan kembali beberapa kali sebelum dibuang, ini rentan terhadap serangan keamanan jangka pendek.
4. *Browser Protection*: Pada model ini, sistem dijamin pada tingkat *web browser* Internet, yang digunakan untuk mengakses *Internet Banking*. Para pengguna *browser* dilindungi dari *malware* dengan cara memantau wilayah memori yang dialokasikan oleh *browser* untuk mendeteksi *malware* dan menghalangi pencurian informasi yang sensitif seperti *user name* dan *password*.
5. *Virtual Keyboards*: dikembangkan untuk menggagalkan penggunaan *key loggers* (menangkap informasi yang diketik kedalam perangkat lunak). Alat ini biasanya merupakan perangkat lunak yang berbasis *Java* dan *Kriptografi* yang mendukung *web browser* yang berbeda.
6. *Device Registering*: Metode ini membatasi akses ke sistem perbankan melalui perangkat yang belum dikenal atau terdaftar pada sistem. Perangkat ini menggunakan *scan* sidik jari untuk identifikasi penggunanya.
7. *CAPTCHA: Completely Automated Public Turing test to tell Computers and Humans Apart* (CAPTCHA) adalah metode baru yang diadopsi pada

beberapa sistem perbankan yang bertujuan untuk menangkal serangan otomatis terhadap sesi atau halaman konfirmasi pada *website*. Metode ini mengharuskan pengguna yang sah untuk memasukkan informasi yang ditampilkan dalam gambar atau audio secara acak dan sulit bagi program otomatis (robot otomatis) untuk mengenali dan memproses gambar atau audio tersebut sebagai input konfirmasi.

8. *Short Message Service* (SMS): merupakan metode yang diterapkan pada *Internet Banking* untuk memberitahu nasabah bank tentang transaksi yang sedang dilakukan melalui SMS. SMS ini menyediakan saluran otentikasi kedua untuk transaksi perbankan, dimana sistem *Internet Banking* mengirimkan kepada pengguna (nasabah bank) satu set karakter melalui SMS yang harus diinformasikan untuk otoritas konfirmasi pada proses transaksi melalui *Internet Banking*.
9. *Device Identification*: biasanya diterapkan bersama-sama dengan *Device Registering* tetapi juga digunakan sebagai solusi yang berdiri sendiri dalam sistem *Internet Banking* yang bertujuan untuk memfasilitasi akses nasabah bank. Model identifikasi ini didasarkan pada karakteristik fisik dari perangkat yang digunakan oleh nasabah bank dengan cara mengidentifikasi asal usul dan riwayat informasi perangkat tersebut.
10. *Positive Identification*: adalah suatu model di mana nasabah bank diminta untuk memasukkan beberapa informasi rahasia yang hanya diketahui nasabah tersebut dalam rangka untuk mengidentifikasi dirinya. Hal ini diterapkan sebagai metode otentikasi kedua.
11. *Pass-Phrase*: adalah model keamanan berdasarkan informasi yang dimiliki oleh nasabah bank. Hal ini biasanya digunakan sebagai metode otentikasi kedua dalam transaksi yang melibatkan pergerakan uang.
12. *Transaction Monitoring*: Saat ini pada sistem *Internet Banking*, masing-masing bank menggunakan teknik yang berbeda-beda. Mulai dari teknik kecerdasan buatan, analisis riwayat transaksi dan metode lain yang

digunakan untuk mengidentifikasi pola-pola penipuan dalam transaksi perbankan sebagai pendekatan untuk pemantauan transaksi perbankan.⁴⁹

13. *Secure Socket Layer (SSL)* dan *Token (One-Time Password Tokens)* merupakan bagian dari model keamanan yang sering digunakan dalam sistem *Internet Banking* oleh bank terutama bank-bank yang ada di Indonesia.
14. *Secure Socket Layer (SSL)*: merupakan bagian terpenting dari *Digital Certificates* dimana *Digital Certificates* salah satu model keamanan *Internet Banking*. *SSL* merupakan protokol standar *web* yang digunakan untuk menjaga keamanan web dengan cara mengenkripsi komunikasi data antara pengguna dengan *website* yang diakses. *Enkripsi* merupakan proses pengacakan data sehingga data tidak bisa dibaca oleh pihak lain. Kemudian proses mengembalikan data yang acak menjadi data asli disebut dengan *dekripsi*. Lalu lintas data melalui sambungan *SSL* akan selalu di enkripsi sehingga akan menghindari risiko sabotase atau pencurian data. Misalnya data *username*, *password* dan data-data penting lainnya.⁵⁰

4. Indikator Jaminan Keamanan

Ni Made Savitri Aggraeni Dan Ni Nyoman Kerti Yasa dalam penelitiannya menyampaikan untuk mengukur jaminan keamanan menggunakan beberapa indikator berikut yaitu:⁵¹

1) *Term and condition policy* dapat diakses

Peraturan dan syarat syarat transaksi dapat diketahui oleh nasabah.

⁴⁹ David Whiteley, *E-Commerce: Strategy, Technologies And Applications*, London: MC. Graw-Hill. 2000.

⁵⁰ David Whiteley, *E-Commerce: Strategy, Technologies And Applications*, London: MC. Graw-Hill. 2000.

⁵¹ Ni Made Savitri Aggraeni Dan Ni Nyoman Kerti Yasa, *E-Service Quality Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Dalam Penggunaan Internet Banking*, (Jurnal Keuangan Dan Perbankan, Vol. 16 No. 2, 2012), h. 335

2) Terdapat sistem keamanan

Sistem memiliki sistem keamanan yang baik misalnya memiliki *username* dan *password*.

3) Terdapat nomor kontak atau *call center*

Layanan memiliki nomor telpon yang dapat dihubungi nasabah.

4) Bank pemilik *internet banking* memiliki reputasi yang baik

Bank penyedia jasa internet banking merupakan bank yang memiliki reputasi baik.

G. Keandalan (Reliability)

1. Pengertian keandalan

Fandy Tjiptono dalam bukunya yang berjudul Pemasaran Jasa- Prinsip, Penerapan dan Penelitian mendefinisikan keandalan adalah kemampuan pemberi jasa dalam memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan.⁵² Rosalia dan Purnawati mendefinisikan keandalan sebagai kemampuan perusahaan memberikan pelayanannya dengan apa yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya yang tercermin dari ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua konsumen tanpa kesalahan, sikap simpatik dan akurasi tinggi.⁵³ Sedangkan menurut Supriyanto dan Ernawaty menjelaskan bawa keandalan terdiri atas kemampuan pemberi layanna untuk memberikan pelayanan yang diharapkan secara akurat sesuai dengan yang dijanjikan.⁵⁴ Sehingga dapat disimpulkan keandalan adalah penilaian pelanggan terhadap keandalan layanan *internet banking* melaksanakan layanan seperti yang dijanjikan.

b. Indikator keandalan

⁵² Fandy Tjiptono, Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian, Andi Offset, Yogyakarta, 2014, 282

⁵³ Kiky Jenitha Rosalia dan Ni Ketut Purnawati, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien RSUD Surya Husadha Di Denpasar” E-jurnal Manajemen Unud, Vol.7, No. 5, 2018, H. 1-28

⁵⁴ Supriyanto dan Ernawaty, Pemasaran Industri Jasa Kesehatan. Penerbit CV Andi Offset : Yogyakarta, 2010, h. 302

Berdasarkan penelitian Ni Made Savitri & Ni Nyoman Kerti Yasa, Variabel kehandalan dapat diukur melalui indikator sebagai berikut:⁵⁵

1. *Internet banking* memproses transaksi saat itu juga.
Layanan *internet banking* memproses transaksi saat itu juga (*real time process*).
2. *Internet banking* melakukan proses transaksi dengan tepat.
Transaksi dengan layanan *internet banking* sangat akurat.
3. *Internet banking* merupakan cara melakukan transaksi yang paling baik.
Transaksi dengan layanan *internet banking* dapat diandalkan
4. *Internet banking* tidak melakukan kesalahan memproses transaksi.
Proses transaksi yang dilakukan layanan *internet banking* berjalan dengan benar.
5. *Internet banking* dapat digunakan setiap saat.
Layanan *internet banking aktif* selama 24 jam sehari, 7 hari seminggu.

H. Penelitian Terdahulu

Adapun penelitian terdahulu yang menjadi bahan rujukan dan referensi dalam penelitian ini yakni sebagai berikut:

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Peneliti & Tahun	Judul Penelitian	Teknik Analisis	Hasil Temuan
1	Firda Rohmah Amelia, 2017	Pengaruh Kemudahan, Manfaat, Keamanan, Kenyamanan Dan Kepercayaan	Regresi Linear Berganda	Kemudahan Penggunaan tidak berpengaruh terhadap adopsi internet banking, manfaat berpengaruh terhadap adopsi internet banking, keamanan tidak berpengaruh terhadap

⁵⁵ Ni Made Savitri Aggraeni Dan Ni Nyoman Kerti Yasa, E-Service Quality Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Dalam Penggunaan Internet Banking, (Jurnal Keuangan Dan Perbankan,

		Nasabah Terhadap Adopsi Internet Banking Pada Bank BNI Di Surabaya		adopsi internet banking, kenyamanan berpengaruh terhadap adopsi internet banking, kepercayaan tidak berpengaruh terhadap adopsi internet banking. Sementara itu, semua variabel berpengaruh secara simultan terhadap adopsi internet banking
2	Muhammad Fadhli dan Rudy Fachrudin, 2016	Pengaruh persepsi nasabah atas risiko, kepercayaan, Manfaat dan kemudahan Penggunaan Terhadap Penggunaan Internet Banking	Regresi Linear Berganda	Terdapat pengaruh secara simultan dari persepsi risiko, kepercayaan, manfaat dan kemudahan penggunaan terhadap penggunaan internet banking pada nasabah bank umum di Kota Banda Aceh, dengan besarnya pengaruh sebesar 71,8%, sedangkan sisanya sebesar 28,2% dipengaruhi oleh variabel lainnya, baik itu seperti kualitas pelayanan, kualitas sistem, perilaku nasabah, dan lain sebagainya. 2) Secara parsial, persepsi kepercayaan, manfaat dan kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap penggunaan internet banking, sedangkan persepsi risiko berpengaruh negatif terhadap penggunaan internet banking pada nasabah bank umum di Kota Banda Aceh.
3	M. Rifki Bakhtiar, dkk, 2020	Faktor-faktor Pengaruh Minat Nasabah Pengguna Internet Banking Bank Syariah Mandiri	Regresi linear berganda	Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial dan simultan kepercayaan, Keamanan, Kemudahan dan Fitur Layanan berpengaruh terhadap minat menggunakan internet banking
4	Yulisa	Pengaruh Persepsi	Regresi	Hasil penelitian ini

	Saptawati, 2019	Kemudahan, Keamanan dan Manfaat Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Cabang Bulukumba	linear berganda	menunjukkan bahwa (a) variabel 'kemudahan', 'keamanan', 'manfaat' secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan mobile banking, (b) variabel 'kemudahan', 'keamanan', 'manfaat' secara simultan terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan mobile banking dan (c) variabel 'kemudahan' adalah variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan mobile banking
5	Cahyo, Wanardi Yoso Hanur, 2014	Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Keamanan, Kepercayaan dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Penggunaan Online Banking Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.	Regresi Linear berganda	Persepsi Kebermanfaatan, Keamanan, Kepercayaan dan Persepsi Kemudahan Penggunaan berpengaruh Terhadap Penggunaan Online Banking Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.
6	Harbeis Suraone, 2018	Pengaruh kualitas layanan internet banking terhadap kepuasan nasabah bank BNI Syariah Kantor Cabang Yogyakarta	Regresi linear berganda	Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap

				kepuasan pelanggan, kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap pelanggan. kepuasan, dan kepuasan pelanggan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan.
7	Henggar Setyasworo, Dkk, 2012	Pengaruh Kualitas Pelayanan elektronik Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna Internet Banking Bank Mandiri Cabang Bandung	Regresi linear berganda	kualitas pelayanan elektronik memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna <i>internet banking</i> Bank Mandiri. Kepuasan nasabah pengguna <i>internet banking</i> Bank Mandiri cabang Bandung tergolong baik karena berada pada kategori tinggi dengan presentase sebesar 74,44%.
8	Yusnaini, 2019	Pengaruh Kualitas Pelayanan Internet Banking Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen Pada Bank Swasta	Path Analisis	Hasilnya menunjukkan bahwa kualitas internet banking bisa mempengaruhi kepuasan pelanggan. Dimension of tangible, responsiveness and empathy mempunyai dampak yang signifikan, tetapi tidak berlaku untuk dimension of reliability and assurance. Penelitian ini juga menemukan bahwa kepuasan pelanggan berdampak signifikan terhadap kesetiaan pelanggan bank
9	Rizal Zulkarnain, et. Al, 2020	<i>Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada PT</i>	Path Analisis	kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap pelanggan. kepuasan, dan

		Bank Syariah Mu'amalah Cilegon)		kepuasan pelanggan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan
--	--	---------------------------------	--	--

Sumber: Firda Rohmah Amelia⁵⁶, Muhammad Fadhli dan Rudy Fachruddin⁵⁷, M. Rifki Bakhtiar, dkk⁵⁸, Yulisa Saptawati⁵⁹, Wanardi Yono hanur Cahyo⁶⁰, Harbies Suraone⁶¹, Henggar Setyasworo, Dkk⁶² Yusnaini⁶³ Rizal Zulkarnain⁶⁴

Tentunya penelitian diatas memiliki persamaan dan perbedaan dengan penelitian ini. Adapun persamaan dalam penelitian ini ialah penggunaan beberapa variabel dependen dan independen yang sama. Adapun yang menjadi pembeda diantaranya ialah Lokasi dalam penelitian ini pada Bank Syariah Mandiri KCP Marelan dengan menggunakan analisis regresi linear berganda. Dan variabel yang digunakan masing-masing penelitian memiliki variabel yang berbeda. Adapun variabel yang dipilih dalam penelitian ini ialah Kegunaan Situs, jaminan, personalisasi terhadap kepuasan nasabah.

⁵⁶ Firda Rohmah Amelia, *Pengaruh Kemudahan, Manfaat, Keamanan, Kenyamanan Dan Kepercayaan Nasabah Terhadap Adopsi Internet Banking Pada Bank BNI Di Surabaya*, (Tesis: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas, 2017)

⁵⁷ Muhammad Fadhli dan Rudy Fachruddin, *Pengaruh persepsi nasabah atas risiko, kepercayaan, Manfaat dan kemudahan Penggunaan Terhadap Penggunaan Internet Banking*, Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Akuntansi, Vol 1, No. 2, 2016, h. 271

⁵⁸ M. Rifki Bakhtiar, dkk, *Faktor-faktor Pengaruh Minat Nasabah Pengguna Internet Banking Bank Syariah Mandiri*, Jurnal Al-Tijarah, Vol. 6 No. 3, 2020, h. 165

⁵⁹ Yulisa Saptawati, *Pengaruh Persepsi Kemudahan, Keamanan dan Manfaat Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Cabang Bulukumba*, (Skripsi: STIE Nobel Indonesia, 2019)

⁶⁰ Wanardi Yono hanur Cahyo, *Persepsi Kebermanfaatan, Keamanan, Kepercayaan dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Penggunaan Online Banking Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta*, (Skripsi: Universitas Negeri Yogyakarta, 2014)

⁶¹ Harbies Suraone, *Pengaruh kualitas layanan internet banking terhadap kepuasan nasabah bank BNI Syariah Kantor Cabang Yogyakarta*, 2018

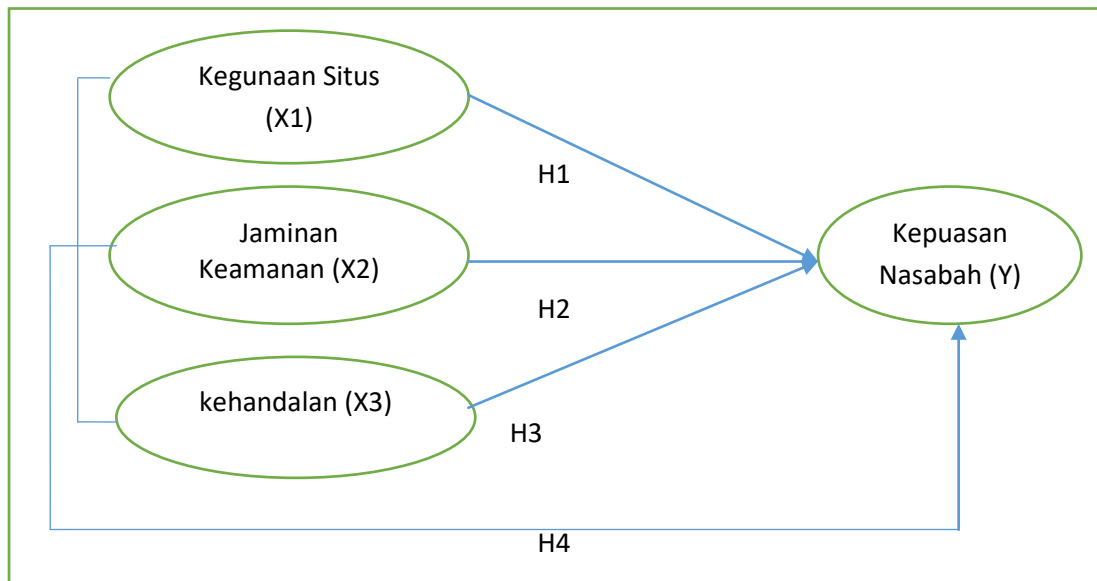
⁶² Henggar Setyasworo, Dkk, *Pengaruh Kualitas Pelayanan elektronik Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna Internet Banking Bank Mandiri Cabang Bandung*, 2012,

⁶³ Yusnaini, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Internet Banking Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen Pada Bank Swasta*, 2019

⁶⁴ Rizal Zulkarnain, *Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening* (Studi Kasus Pada PT Bank Syariah Mu'amalah Cilegon), 2020

I. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran adalah pondasi utama untuk melihat hubungan antar variabel independen dengan variabel dependen yang diterangkan. Kerangka penelitian dalam penelitian ini dapat dilihat pada gambar 2.1 di bawah ini.



Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran

J. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara peneliti terhadap rumusan masalah pada penelitian. Berdasarkan rumusan masalah diatas maka hipotesis penelitian ini ialah:

1. H₀ : Kegunaan Situs (X1) tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pengguna Internet Banking (Y)
H₁ : Kegunaan Situs (X1) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pengguna Internet Banking (Y)
2. H₀ : Jaminan keamanan (X2) tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pengguna Internet Banking (Y)
H₁ : Jaminan keamanan (X2) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pengguna Internet Banking (Y)

3. H0 : Keandalan (X3) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pengguna Internet Banking (Y)
H1 : Keandalan (X3) terhadap kepuasan nasabah pengguna Internet Banking (Y)
4. H0 : Kegunaan situs (X1) jaminan keamanan (X2), keandalan (X3) tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pengguna Internet Banking (Y)
H1 : Kegunaan situs (X1) jaminan keamanan (X2), keandalan (X3) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pengguna Internet Banking (Y)

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Dalam penelitian ini, jenis penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian kuantitatif, karena penelitian ini disajikan dengan angka-angka. Penelitian kuantitatif adalah pendekatan penelitian yang banyak dituntut menggunakan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data tersebut, serta penampilan hasilnya.¹ Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian *survey*. Dalam penelitian *survey*, informasi yang dikumpulkan dari responden dengan menggunakan kuesioner.² Menurut Sugiyono, penelitian asosiatif adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih untuk mempelajari, mendeskripsikan, dan melihat pengaruh antar variabel yang terumus pada hipotesis penelitian.³

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan pada Bank Syariah Mandiri KCP Marelان terletak di Jl. Marelان Raya Pasar 4, Kota Marelان, Sumatera Utara. Waktu penelitian dilaksanakan pada bulan Desember 2020 sampai dengan selesai.

C. Populasi dan Sampel

Populasi dalam suatu penelitian merupakan kumpulan individu atau obyek yang merupakan sifat-sifat umum. Menurut Sugiyono, populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek dan subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemdeudian ditarik kesimpulan.⁴ Definisi ini menerangkan bahwa populasi bukan sekedar jumlah dari obyek atau subyek yang harus dipelajari, tetapi harus

¹ Muhammad Teguh, *Metodologi Penelitian Ekonomi*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2005), h. 118.

² Sugiyono, *Mixed Methods*, (Bandung : Alfabeta, 2013), h. 11.

³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R & D*, (Bandung: Alfabeta, 2008), h. 10.

⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2012), h. 80.

mengikuti klesluruhan karakteristik dari obyek atau subyek tersebut. Adapun yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini adalah faktor-faktor yang mempengaruhi E-Service Quality terhadap kepuasan nasabah pengguna Internet Banking (studi kasus Bank Syariah Mandiri KCP Marelan). Populasi dalam penelitian ini jumlah seluruh nasabah pengguna internet banking BSM KCP Marelan yakni 58 orang. Sumber diperoleh dari wawancara dengan salah satu pegawai Bank Syariah Mandiri KCP Marelan.⁵

Pengambilan sampel penelitian dalam suatu penelitian harus dilakukan sedemikian rupa sehingga diperoleh sampel yang benar-benar dapat berfungsi sebagai contoh dan bersifat representatif, artinya dapat mewakili karakteristik dari populasi penelitian secara keseluruhan, atau dapat menggambarkan keadaan sebenarnya. Hal ini sesuai dengan pendapat yang dikemukakan oleh Arikunto, bahwa sampel adalah sebagian atau wakil dari populasi yang diteliti.⁶ Penelitian ini menggunakan sampel jenuh yakni semua populasi yang ada didalam penelitian akan dijadikan sampel penelitian. Hal ini disebabkan karena populasi dalam penelitian ini dibawah 100 responden. Sehingga sampel pada penelitian ini ialah 58 responden yakni nasabah pengguna internet banking yang tercatat sebagai nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Marelan.

D. Sumber Data Penelitian

Sumber data yang digunakan ialah data primer yakni dengan menggunakan kuesioner. Kuesioner adalah teknik pengambilan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.⁷ Dalam Penelitian ini responden yang dijadikan sebagai sumber data ialah nasabah pengguna internet banking yang tercatat di Bank Syariah Mandiri KCP Marelan.

⁵ Wawancara kepada Yudi Fhadilla salah satu pegawai GSS Bank Syariah Mandiri KCP Marelan Pada 29 April 2021

⁶ Arikunto, Suharsimi, *Metodelogi Penelitian*, (Yogyakarta : Bina Aksara, 2006), h. 109.

⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2015), h. 216.

E. Definisi Operasional Variabel

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulan⁸. Pada penelitian ini terdapat dua buah variabel, yaitu variabel bebas (*independent variable*) dan variabel terikat (*dependent variable*).

Variabel bebas atau *independent variable* adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat (*dependent variable*)⁹. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah kegunaan situs (X_1), jaminan (X_2), dan personalisasi (X_3).

Sementara variabel terikat atau dependent variabel adalah merupakan variabel yang dipengaruhi yakni kepuasan nasabah (Y).

Tabel 3.1

Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi	Indikator
1	Kegunaan Situs (X1)	Kegunaan situs merupakan persepsi nasabah terhadap tingkat kemudahan dalam menggunakan <i>website</i> dan navigasi, serta situs <i>web</i> secara visual menarik dan dirancang dengan baik.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Efektif 2. Efisien 3. Menu sistem <i>simple</i> 4. <i>Website</i> memiliki tampilan menarik 5. Inovatif 6. Kreatif 7. <i>Layout</i> desain <i>website</i> tertata dengan rapi dan teratur
2	Jaminan Keamanan (X2)	Jaminan keamanan merupakan perlindungan yang didapatkan nasabah dan menjaga <i>website</i> dari serangan virus maupun hacker yang terkoneksi melalui jaringan	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Term and condition policy</i> dapat diakses 2. Terdapat sistem keamanan 3. Terdapat nomor kontak atau <i>call center</i> 4. Bank pemilik <i>internet banking</i> memiliki reputasi yang baik

⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&B*, (Bandung: Alfabeta, 2012), h.59.

⁹Ibid, h. 61.

3	Keandalan (X3)	Keandalan adalah kemampuan pemberi jasa dalam memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Internet banking</i> memproses transaksi saat itu juga. 2. <i>Internet banking</i> melakukan proses transaksi dengan tepat 3. <i>Internet banking</i> merupakan cara melakukan transaksi yang paling baik 4. <i>Internet banking</i> tidak melakukan kesalahan memproses 5. <i>Internet banking</i> dapat digunakan setiap saat.
4	Kepuasan Nasabah (Y)	kepuasan nasabah adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kepuasan atas layanan <i>internet banking</i> 2. Kepuasan atas kesuksesan transaksi 3. Kepuasan atas Layanan-layanan <i>internet banking</i>

F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data ialah menggunakan kuesioner dengan menggunakan skala *likert*. Skala *likert* digunakan untuk mengembangkan instrumen yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang terhadap fenomena suatu objek.¹⁰ Untuk setiap item pernyataan diberi skor satu sampai dengan lima dari hasil yang terendah sampai yang tertinggi. Pemberian skor dilakukan atas jawaban responden kemudian diberi skor seperti pada tabel berikut ini:

¹⁰Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*, h. 165.

Tabel 3.2
Penentuan Jawaban Kuesioner

No	Jenis Jawaban	Skor
1	Sangat Setuju	5
2	Setuju	4
3	Netral	3
4	Tidak setuju	2
5	Sangat tidak setuju	1

*Sumber: Sugiyono*¹¹

Skala yang digunakan dalam kuesioner adalah skala likert dengan jawaban bertingkat dalam lima kategori mulai dari penilaian sangat setuju sampai penilaian sangat tidak setuju. Selain itu dalam kuesioner penelitian ini juga terdapat pertanyaan-pertanyaan yang berkaitan dengan data diri responden.

G. Teknik Analisis Data

Teknik penelitian ini meruakan teknik rekresi linear berganda. Adapun analisisnya menggunakan SPSS versi 25. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah statistik deskriptif, uji kualitas data (uji validitas dan reliabilitas), uji asumsi klasik dan uji hipotesis.

1. Uji Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif memberikan gambaran atau deskripsi suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata (mean), standar deviasi, varian, maksimum, minimum, range, kurtosis dan skewness (kemencengan distribusi).¹²

2. Uji Kualitas Data

Uji Kualitas data dilakukan untuk menguji kecukupan dan kelayakan data yang digunakan dalam penelitian. Kualitas data bertujuan untuk mengetahui validitas dan reliabilitas instrument sebab berpengaruh pada kualitas data.¹³

¹¹Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*, h.166.

¹²Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, ed. 7, 2013), h. 19

¹³*Ibid.*, h. 30.

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan suatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Jika r hitung lebih besar dari r tabel, maka hipotesis tidak dapat ditolak atau valid.¹⁴

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah sesuatu instrument yang cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrument tersebut sudah baik.¹⁵ Jadi syarat kualifikasi suatu instrument pengukur adalah konsistensi atau tidak berubah-ubah. Data-data hasil penelitian yang akan diolah dengan suatu teknik statistik yang diperoleh lewat pengukuran, instrument pengukuran yang digunakan harus memenuhi syarat reliabilitas. Usaha untuk mengestimasi tingkat reliabilitas sebuah instrument pengukuran pada dasarnya adalah usaha untuk meminimalkan skor-skor kesalahan itu. Jadi, indeks reliabilitas sebuah instrument pengukuran yang cukup tinggi dinyatakan reliabel, sehingga data yang diperoleh dari hasil pengukuran dengan instrument tersebut dapat dipandang mewakili, atau paling tidak mendekati keadaan atau ciri-ciri subyek penelitian yang diukur. Alat untuk mengukur reliabilitas dengan menggunakan *Alpha Cronbach*. Suatu variabel dikatakan reliabel, apabila :

Hasil $\alpha \geq 0,60$ = reliabel

Hasil $\alpha \leq 0,60$ = tidak reliabel

3. Uji Asumsi Klasik

Dalam penelitian ini, uji asumsi klasik yang akan dilakukan adalah uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas.

a. Uji Normalitas Data

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel independen dan variabel dependen keduanya mempunyai distribusi

¹⁴*Ibid.*, h. 52.

¹⁵Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2006), h. 178

normal atau mendekati normal.¹⁶ Dalam penelitian ini, uji normalitas menggunakan Kolmogorof Smirnof Sig > 0,05. Suatu variabel dikatakan normal jika gambar distribusi dengan titik-titik data yang menyebar di sekitar garis diagonal, dan penyebaran titik-titik data searah mengikuti garis diagonal.¹⁷

b. Uji Multikolinearitas Data

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (*variable independent*)¹⁸. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinieritas didalam model regresi dapat dilakukan dengan melihat nilai *Tolerance* dan VIF (*Variance Inflation Factor*). Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel independen manakah yang dijelaskan oleh variabel independen lainnya. *Tolerance* mengukur variabel independen yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Jadi, nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi (karena $VIF = 1/tolerance$). Nilai yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinieritas adalah nilai *Tolerance* $\leq 0,10$ atau sama dengan nilai VIF ≥ 10 .

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap maka disebut homoskedastisitas, jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah homoskedastisitas. Deteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dapat dilihat dari ada atau tidaknya pola tertentu pada grafik *scatterplot*. Jika ada pola tertentu seperti titik-titik yang membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar, kemudian menyempit) maka mengindikasikan bahwa telah terjadi heteroskedastisitas. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik yang menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y maka tidak terjadi heteroskedastisitas.¹⁹

¹⁶Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, h. 160.

¹⁷*Ibid.*, h. 163.

¹⁸Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, h. 105.

¹⁹*Ibid.*, h. 139.

4. Uji Hipotesis

Untuk menguji hipotesis yang sudah dirumuskan peneliti menggunakan analisis regresi linier berganda. Analisis Regresi merupakan metode analisis yang tepat ketika penelitian melibatkan satu variabel terikat yang diperkirakan berhubungan dengan satu atau lebih variabel bebas.²⁰ Analisis regresi bertujuan untuk menguji hubungan Pengaruh kegunaan situs (*Website Usability*), jaminan (*Assurance*), keandalan (*Reliability*) terhadap kepuasan nasabah pengguna Internet Banking (studi kasus Bank Syariah Mandiri KCP Marelan). Analisis regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear berganda. Persamaan umum regresi linier berganda sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan:

Y : Kepuasan Nasabah

A : Intercept (Konstanta)

B₁ : Koefisien Regresi Untuk X₁

B₂ : Koefisien Regresi Untuk X₂

X₁ : Kegunaan Situs

X₂ : Jaminan Keamanan

X₃ : Keandalan

e : Nilai Residu

a. Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi (R²) bertujuan mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen (kepuasan nasabah). Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai yang mendekati satu berarti variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen²¹.

²⁰Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, h. 277.

²¹Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*, h. 97.

b. Uji Signifikansi Parsial (Uji T)

Uji statistik t menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas atau independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependent dan digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh masing-masing variabel independen secara individual terhadap variabel dependent yang diuji pada tingkat signifikansi 0,05.²²

Uji Parsial dilakukan untuk mengetahui tingkat signifikan dari variabel penelitian yang ingin di uji pengaruhnya terhadap variabel (Y) secara terpisah atau individu dengan melihat pada nilai sig(p-Value) atau membandingkan t-hitung dengan t-tabel.

c. Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Uji statistik F dilakukan untuk menunjukkan apakah semua variabel independent atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependent/ terikat. Uji statistik F juga dapat digunakan untuk mengetahui apakah model regresi dapat digunakan untuk memprediksi variabel dependent atau tidak. Jika hasilnya signifikan, berarti hubungan yang terjadi dapat berlaku untuk populasi (dapat digenerasikan) dengan melihat pada nilai sig (p-Value) atau membandingkan nilai F hitung dengan F tabel.²³

Kriteria:

Ho diterima apabila $F\text{-Hitung} < F\text{-Tabel}$

Ha diterima apabila $F\text{-Hitung} > F\text{-Tabel}$

²²Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*, h. 98.

²³Nur Ahmadi Bi Rahmani, *Metodologi Penelitian Ekonomi*, (Medan: UIN SU Press, 2016), h. 108

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Perusahaan

1. Sejarah Bank Syariah Mandiri

Pada mulanya pada tanggal 31 Juli 1999, pemerintah melakukan penggabungan (merger) empat bank (Bank Dagang Negara, Bank Bumi Daya, Bank Exim, dan Bapindo) menjadi satu bank baru bernama PT Bank Mandiri (Persero). Kebijakan penggabungan tersebut juga menempatkan dan menetapkan PT Bank Mandiri (Persero) Tbk. sebagai pemilik mayoritas baru BSB.¹ Sebagai tindak lanjut dari keputusan merger, Bank Mandiri melakukan konsolidasi serta membentuk Tim Pengembangan Perbankan Syariah. Pembentukan tim ini bertujuan untuk mengembangkan layanan perbankan syariah di kelompok perusahaan Bank Mandiri, sebagai respon atas diberlakukannya UU No. 10 tahun 1998, yang memberi peluang bank umum untuk melayani transaksi syariah (dual banking system).²

Tim Pengembangan Perbankan Syariah memandang bahwa pemberlakuan UU tersebut merupakan momentum yang tepat untuk melakukan konversi PT Bank Susila Bakti dari bank konvensional menjadi bank syariah. Oleh karenanya, Tim Pengembangan Perbankan Syariah segera mempersiapkan sistem dan infrastrukturnya, sehingga kegiatan usaha BSB berubah dari bank konvensional menjadi bank yang beroperasi berdasarkan prinsip syariah dengan nama PT Bank Syariah Mandiri sebagaimana tercantum dalam Akta Notaris: Sutjipto, SH, No. 23 tanggal 8 September 1999. Perubahan kegiatan usaha BSB menjadi bank umum syariah dikukuhkan oleh Gubernur Bank Indonesia melalui SK Gubernur BI No. 1/24/ KEP.BI/1999, 25 Oktober 1999. Selanjutnya, melalui Surat Keputusan Deputi Gubernur Senior Bank Indonesia No. 1/1/KEP.DGS/ 1999, BI menyetujui perubahan nama menjadi PT Bank Syariah Mandiri. Menyusul pengukuhan dan

¹ Bank Syariah Mandiri, *Tentang kami: Sejarah*, dalam www.bsm.direightion.com

² Ibid

pengakuan legal tersebut, PT Bank Syariah Mandiri secara resmi mulai beroperasi sejak Senin tanggal 25 Rajab 1420 H atau tanggal 1 November 1999.

PT Bank Syariah Mandiri hadir, tampil dan tumbuh sebagai bank yang mampu memadukan idealisme usaha dengan nilai-nilai rohani, yang melandasi kegiatan operasionalnya. Harmoni antara idealisme usaha dan nilai-nilai rohani inilah yang menjadi salah satu keunggulan Bank Syariah Mandiri dalam kiprahnya di perbankan Indonesia. BSM hadir untuk bersama membangun Indonesia menuju Indonesia yang lebih baik. Namun demikian, kini bank syariah mandiri resmi bergabung dengan bank BRI Syariah dan BNI Syariah dan berubah nama menjadi Bank Syariah Indonesia sejak 1 Februari 2021 diresmikan oleh Presiden Joko Widodo.³

2. Visi dan Misi

Visi: “Bank Syariah Terdepan Dan Modern”.

Misi:

- a. Mewujudkan pertumbuhan dan keuntungan di atas rata-rata industri yang berkesinambungan.
- b. Meningkatkan kualitas produk dan layanan berbasis teknologi yang melampaui harapan nasabah.
- c. Mengutamakan penghimpunan dana murah dan penyaluran pembiayaan pada segmen ritel.
- d. Mengembangkan bisnis atas dasar nilai-nilai syariah universal.
- e. Mengembangkan manajemen talenta dan lingkungan kerja yang sehat.
- f. Meningkatkan kepedulian terhadap masyarakat dan lingkungan

3. Budaya Perusahaan

Dalam rangka mewujudkan Visi dan Misi BSM, insan-insan BSM perlu menerapkan nilai-nilai yang relatif seragam. Insan-insan BSM telah menggali dan menyepakati nilai-nilai dimaksud, yang kemudian disebut BSM *Shared Values*.

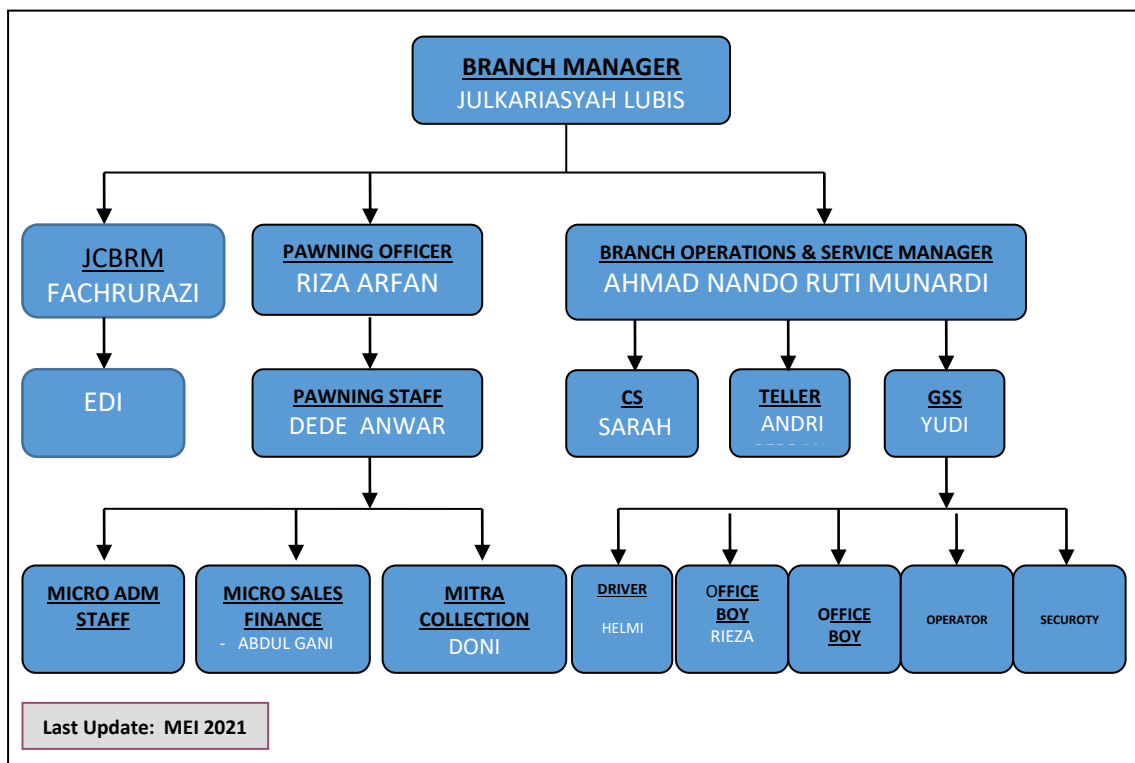
³ Fransiska Christy Rosana, *Resmi Beroperasi, Begini Perjalanan Berdirinya Bank Syariah Indonesia*, dalam www.bisnis.tempo.co.id

BSM *Shared Values* tersebut adalah AKHLAK (Amanah, Kompeten, Harmonis, Loyal, Adaptif, Kolaboratif). Berikut nilai-nilai terapannya:

- a. Amanah: Memegang teguh kepercayaan yang diberikan
- b. Kompeten: Cakap, terus belajar dan mengembangkan kapabilitas
- c. Harmonis: Keserasian, saling peduli dan menghargai perbedaan
- d. Loyal: Berdedikasi dan mengutamakan kepentingan bangsa dan negara
- e. Adaptif: Terus berinovasi dan antusias dalam menggerakkan ataupun menghadapi perubahan
- f. Kolaboratif: Membangun kerja sama yang sinergis

4. Struktur Organisasi

Adapun struktur organisasi Bank Syariah Mandiri KCP Medan Marelan ialah sebagai berikut:



Gambar 4.1

Struktur Organisasi Bank Syariah Mandiri KCP Medan Marelan

Sumber: Bank Syariah Mandiri KCP Medan Marelan

B. Hasil Penelitian

1. Analisis Deskriptif Responden

Analisis deskriptif digunakan untuk mendapatkan gambaran dari data yang telah dikumpulkan dalam suatu penelitian.

a. Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Agama

Deskripsi responden berdasarkan agama dilihat pada tabel 4.1

Tabel 4.1

Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Agama

		Frequency	Percent
Valid	Islam	58	100
	Lainnya	0	0
	Total	58	100.0

Sumber: Data diolah Mei 2021

Berdasarkan tabel 4.1 bahwa 100% responden beragama Islam.

b. Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis kelamin.

Deskripsi responden berdasarkan jenis kelamin dilihat pada tabel 4.2.

Tabel 4.2

Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

		Frequency	Percent
Valid	Pria	14	24.1
	Wanita	44	75.9
	Total	58	100.0

Sumber: Data diolah Mei 2021

Berdasarkan tabel 4.2 bahwa jumlah responden pria berjumlah 14 orang atau 24.1% dan ini lebih sedikit daripada responden wanita yang berjumlah 44 orang atau 75.9% dari total responden sebanyak 58 orang.

c. Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Usia

Deskripsi responden berdasarkan usia dapat dilihat pada tabel 4.3.

Tabel 4.3

Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Usia

		Frequency	Percent
Valid	15-25 tahun	1	1.7
	25-35 tahun	37	63.8
	35-45 tahun	9	15.5
	45-55 tahun	4	6.9
	Di atas 55 tahun	7	12.1
	Total	58	100.0

Sumber: Data diolah Mei 2021

Berdasarkan tabel 4.3 bahwa mayoritas responden berusia 25-35 tahun yakni sebanyak 37 responden atau 63,8% dalam hal ini dapat dikategorikan bahwa pengguna internet banking pada BSM KCP Medan Marelan ialah usia Millenial. Sementara itu terendah yakni responden yang berusia 15-25 tahun yakni hanya 1 responden atau sebesar 1,7% dari total keseluruhan responden.

d. Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Pendidikan

Deskripsi responden berdasarkan pendidikan dapat dilihat pada tabel 4.4.

Tabel 4.4

Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Pendidikan

		Frequency	Percent
Valid	SMA/Sederajat	16	27.6
	Diploma	2	3.4
	S1 (Sarjana)	33	56.9
	S2 (Pascasarjana)	7	12.1
	Total	58	100.0

Sumber: Data diolah Mei 2021

Berdasarkan tabel 4.4 bahwa mayoritas nasabah ialah berpendidikan S1 (Sarjana) yakni sebanyak 33 responden atau sebanyak 56,9 responden dari seluruh responden.

e. Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Pekerjaan

Deskripsi responden berdasarkan pekerjaan dapat dilihat pada tabel 4.5.

Tabel 4.5

Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Pekerjaan

		Frequency	Percent
Valid	Pegawai Negeri Sipil	24	41.4
	Karyawan Swasta	8	13.8
	Wirausaha	21	36.2
	Lainnya	5	8.6
	Total	58	100.0

Sumber: Data diolah Mei 2021

Berdasarkan tabel 4.5 bahwa mayoritas pekerjaan responden ialah Pegawai Negeri Sipil (PNS) yakni sebanyak 24 responden atau 41,4%, Tidak hanya itu, responden juga banyak yang bekerja sebagai Wirausaha yakni sebanyak 21 responden atau 36,2%.

f. Distribusi Frekuensi Jumlah Transaksi

Deskripsi responden berdasarkan jumlah transaksi dilihat pada tabel 4.6.

Tabel 4.6

Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Jumlah Transaksi

		Frequency	Percent
Valid	Transaksi tidak setiap hari	20	34.5
	1-3 transaksi/hari	25	43.1
	4-6 transaksi/hari	13	22.4
	Total	58	100.0

Sumber: Data diolah Mei 2021

Berdasarkan tabel 4.6 bahwa nasabah yang tidak melakukan transaksi setiap hari menggunakan internet banking ialah sebanyak 20 responden atau 34,5%. Sementara itu, nasabah yang menggunakan internet banking 1-3 transaksi/hari ialah sebanyak 25 responden atau sebanyak 43,1%. Dan yang menggunakan internet banking 4-6 transaksi//hari ialah sebanyak 13 responden atau sebanyak 22,4%.

g. Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Alasan Menggunakan Internet Banking

Deskripsi responden berdasarkan alasan menggunakan Internet Banking dapat dilihat pada tabel 4.7

Tabel 4.7
Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Alasan Menggunakan Internet Banking

		Frequency	Percent
Valid	Lebih Cepat	13	22,4
	Kapan saja dan dimana saja (24 jam)	28	48,3
	Lebih aman	16	27,6
	Teknologi baru	1	1,7
	Total	58	100,0

Sumber: Data diolah Mei 2021

Berdasarkan tabel 4.7 dapat diketahui bahwa alasan utama responden menggunakan internet banking ialah karena internet banking kapan saja dan dimana saja (24 jam). Hal ini disampaikan oleh sebanyak 28 responden atau 48,3%. Selain itu alasan dalam lebih aman sebanyak 16 responden atau sebanyak 27,6%. Dan posisi ketiga dengan alasan lebih cepat sebanyak 13 responden atau 22,4% dan terakhir dengan alasan teknologi baru sebanyak 1 responden atau sebesar 1,7% .

2. Uji Kualitas Instrumen

a. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung atau nilai pearson correlation dengan nilai r tabel. Dengan kriteria, apabila r hitung $>$ dari r tabel maka butir pernyataan kuesioner dinyatakan valid. Pengujian validitas dilakukan dengan SPSS 20 dimana hasil validitas dari pernyataan dapat dilihat berdasarkan output SPSS. R Tabel untuk $Df=N-2$ dimana $Df=58-2$; $Df=56$. Selanjutnya dengan signifikansi 0,05 maka R tabel penelitian ini ialah 0,2586.

1) Uji Validitas Kegunaan Situs

Tabel 4.8

Hasil Uji Validitas Kegunaan Situs

Pernyataan	R hitung	R tabel	Keterangan
1	0,516	0,258	Valid
2	0,628	0,258	Valid
3	0,726	0,258	Valid
4	0,760	0,258	Valid
5	0,690	0,258	Valid
6	0,667	0,258	Valid
7	0,643	0,258	Valid

Sumber: Data diolah dengan menggunakan SPSS 20, Mei 2021

Berdasarkan tabel 4.8 dapat diketahui bahwa keseluruhan item pernyataan dalam variabel Kegunaan Situs dinyatakan valid.

2) Uji Validitas Jaminan keamanan

Tabel 4.9

Hasil Uji Validitas Jaminan keamanan

Pernyataan	R hitung	R tabel	Keterangan
1	0,782	0,258	Valid
2	0,811	0,258	Valid
3	0,694	0,258	Valid
4	0,621	0,258	Valid

Sumber: Data diolah dengan menggunakan SPSS 20, Mei 2021

Berdasarkan tabel 4.9 dapat diketahui bahwa keseluruhan item pernyataan dalam variabel Jaminan keamanan dinyatakan valid

3) Uji Validitas Keandalan

Tabel 4.10

Hasil Uji Validitas Keandalan

Pernyataan	R hitung	R tabel	Keterangan
1	0,760	0,258	Valid
2	0,847	0,258	Valid
3	0,842	0,258	Valid
4	0,795	0,258	Valid
5	0,797	0,258	Valid

Sumber: Data diolah dengan menggunakan SPSS 20, Mei 2021

Berdasarkan tabel 4.10 bahwa keseluruhan item pernyataan Uji Validitas keandalan dinyatakan valid

4) Uji Validitas Kepuasan Nasabah

Tabel 4.11

Hasil Uji Validitas Kepuasan Nasabah

Pernyataan	R hitung	R tabel	Keterangan
1	0,858	0,258	Valid
2	0,762	0,258	Valid
3	0,832	0,258	Valid
4	0,783	0,258	Valid
5	0,816	0,258	Valid
6	0,673	0,258	Valid

Sumber: Data diolah dengan menggunakan SPSS 20, Mei 2021

Berdasarkan tabel 4.11 bahwa keseluruhan item pernyataan dalam kuesioner Kepuasan Nasabah dinyatakan valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui sejauh mana suatu alat ukur dapat digunakan, dipercaya, dan diandalkan untuk meneliti suatu obyek. Dalam penelitian ini, dilakukan uji reliabilitas terhadap kuesioner dengan mengetahui sejauh mana kuesioner tersebut dapat digunakan, dipercaya, dan diandalkan.

Tehnik yang digunakan untuk uji reliabilitas adalah *Alpha Cronbach*. Kuesioner dapat dikatakan reliabel jika mempunyai koefisien korelasi lebih dari 0,60. Hasil yang diperoleh dari uji reliabilitas terhadap kuesioner pada masing-masing variabel adalah sebagai berikut:

Tabel 4.12
Hasil Pengujian Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	Reliabilitas	Keterangan
X ₁	0,788	0,60	Reliabel
X ₂	0,696	0,60	Reliabel
X ₃	0,863	0,60	Reliabel
Y	0,872	0,60	Reliabel

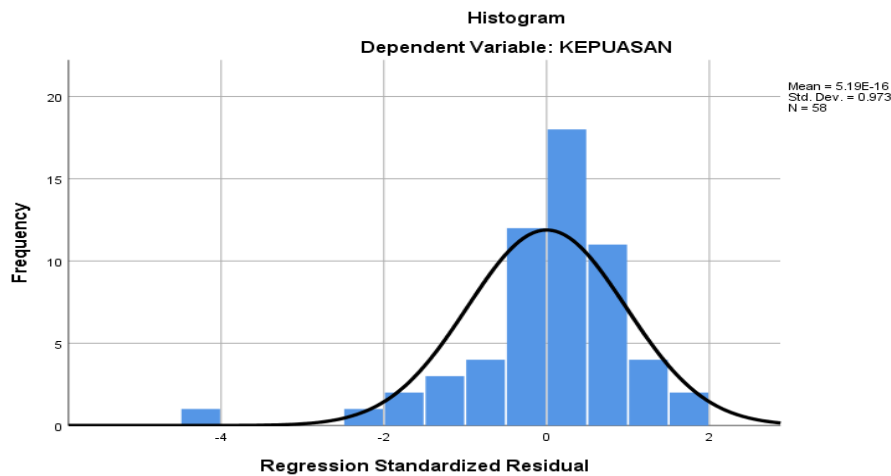
Sumber: data diolah, Mei 2021

Berdasarkan tabel 4.12 pengujian reliabilitas semua variable adalah reliabel karena memiliki *Cronbach Alpha* yang lebih besar dari 0,60 seperti terlihat pada Tabel 4.12 dengan demikian, setiap pernyataan pada kuesioner tersebut dapat dianalisa lebih lanjut.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas Data

Uji normalitas merupakan salah satu bagian dari uji analisis data, artinya sebelum melakukan analisis yang sesungguhnya, data penelitian tersebut harus diuji kenormalan distribusinya. Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah suatu model regresi, variabel pengganggu atau variabel residual memiliki distribusi normal. Model data yang baik adalah berdistribusi normal atau mendekati normal. Normalitas dapat dilihat dari normal *p-plot* dan grafik histogram. Data dinyatakan berdistribusi normal apabila gambar terdistribusi dengan titik-titik data searah mengikuti garis diagonal. Data juga dapat dikatakan normal jika berbentuk kurva yang kemiringannya cenderung seimbang, baik kemiringan sisi kiri maupun kanan, dan bentuk kurva hampir menyerupai lonceng yang sempurna.

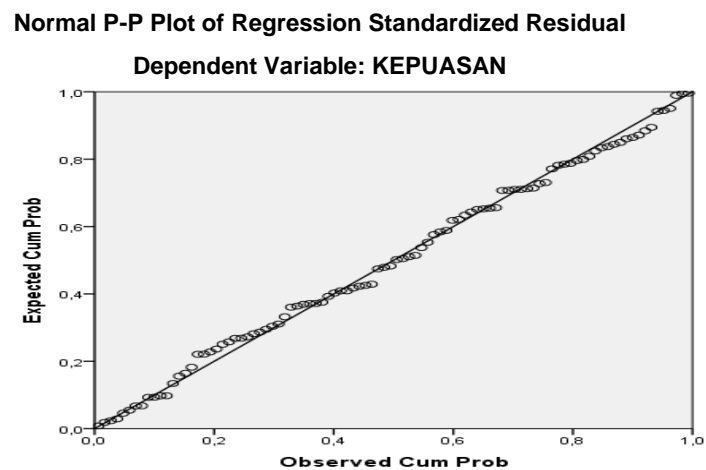


Gambar 4.2

Histogram Kepuasan Nasabah

Sumber: hasil output SPSS, Mei 2021

Berdasarkan gambar 4.2 bahwa seluruh variabel berdistribusi normal, hal ini dikarenakan kurva histogram memiliki kemiringan yang cenderung seimbang dari sisi kanan ke kiri, serta membentuk pola lonceng atau parabola. Normalitas data juga dapat dilihat disisi output kurva Normal *P-Plot*. Data variabel dikatakan normal jika gambar didistribusi dengan titik-titik data searah mengikuti garis diagonal.



Gambar 4.3

Hasil Uji Normalitas P-P Plot

Sumber: hasil output SPSS, Mei 2021

Berdasarkan gambar 4.3 menunjukkan bahwa semua data yang ada berdistribusi dengan normal, karena data menyebar membentuk dan mendekati garis lurus diagonal maka data tersebut memenuhi asumsi normal atau mengikuti garis normalitas. Selain dengan melihat grafik, normalitas data juga dapat dilihat melalui uji statistik yaitu dengan uji statistik non-parametrik *Kolmogrov-Smirnov*. Pedoman yang digunakan untuk melihat data normal adalah jika nilai *P-Value* pada kolom *Asimp.Sig (2 – tailed) > level of significant ($\alpha = 0.05$)* maka data berdistribusi normal, sebaliknya jika nilai *P-Value* pada kolom *Asimp.Sig (2 – tailed) < level of significant ($\alpha = 0.05$)* berarti data tidak berdistribusi normal. Berikut ini adalah tabel hasil uji normalitas menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov.

Tabel 4.13

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		KEPUASAN
N		58
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	24.9828
	Std. Deviation	3.95364
Most Extreme Differences	Absolute	.102
	Positive	.102
	Negative	-.092
Test Statistic		.102
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: hasil output SPSS, Mei 2021

Berdasarkan tabel 4.13 terlihat bahwa *Asimp.Sig (2 – tailed)* untuk variabel Kepuasan nilai *Asimp.Sig (2 – tailed)* adalah sebesar 0,200. Dikarenakan *Asimp.Sig (2 – tailed) < level of significant ($\alpha = 0.05$)* atau $0,200 > 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan (korelasi) yang signifikan antar variabel bebas. Uji multikolinearitas dengan SPSS ditunjukkan lewat tabel *Coefficient*, yaitu pada kolom *Tolerance* dan kolom *V (Variance Inflated Factors)*. *Tolerance* adalah indikator seberapa banyak variabilitas sebuah variabel bebas tidak bisa dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. Antara variabel dikatakan tidak terjadi korelasi jika nilai *Tolerance* lebih dari 10 persen ($Tolerance > 0,01$) dan memiliki nilai VIF kurang dari 10 ($VIF < 10$). Cara umum untuk mendeteksi adanya multikolinearitas adalah dengan melihat adanya R^2 yang tinggi dalam model tetapi tingkat tingkat signifikan yang sangat kecil dari hasil regresi tersebut dan cenderung banyak yang tidak signifikan.⁴

Tabel 4.14

Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Kegunaan Situs	.949	1.054
Jaminan keamanan	.757	1.321
Kehandalan	.793	1.260

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

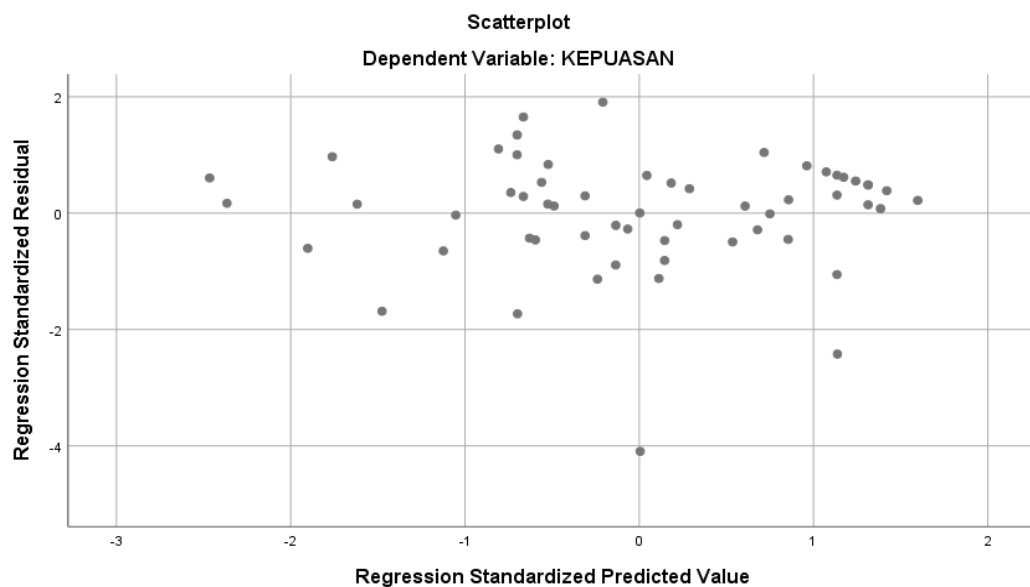
Sumber: hasil output SPSS, Mei 2021

Berdasarkan tabel 4.14 nilai *Tolerance* semua variabel bebas (Kegunaan Situs: 0,949; Jaminan keamanan: 0,757; Kehandalan: 0,793) lebih besar dari nilai batas yang ditentukan yaitu sebesar 0,01. Untuk nilai VIF terlihat bahwa semua variabel bebas memiliki nilai VIF yang kurang dari 10 (Kegunaan Situs: 1.054; Jaminan keamanan: 1.132; kehandalan 1.260). Maka dapat disimpulkan tidak terdapat gejala multikolinearitas antar variabel bebas dalam penelitian ini.

⁴ Edy supriyadi, *SPSS+ Amos*, (Jakarta: In Media,2014) h. 83.

c. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah suatu keadaan dimana varian dari kesalahan pengganggu tidak konstan untuk semua nilai variabel bebas, dimana uji ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual atau satu pengamatan lainnya. Untuk mendeteksinya dilihat dari titik-titik yang menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y pada grafik Scatterplot.



Gambar 4.4

Hasil Uji Heterokedastisitas

Sumber: hasil output SPSS, Mei 2021

Dari gambar 4.4 menunjukkan bahwa sebaran data residual tidak membentuk pola tertentu dan menyebar di bawah dan atas angka nol pada sumbu Y dengan demikian model terbebas dari gejala heteroskedastisitas.

4. Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 4.15

Hasil Uji Regresi Linear Berganda

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	.344	4.406		.078	.938
	KEGUNAAN SITUS	.098	.094	.104	1.037	.304
	JAMINAN KEAMANAN	.579	.231	.283	2.505	.015
	KEHANDALAN	.775	.163	.523	4.747	.000

a. Dependent Variable: KEPUASAN

Sumber: hasil output SPSS, Mei 2021

Berdasarkan tabel 4.15, terdapat nilai koefisien regresi dengan melihat hasil pada tabel *coefficient* pada kolom *unstandardized* dalam kolom B. Dalam sub kolom tersebut terdapat nilai *constant* (konstanta), dengan nilai konstanta sebesar 0.344 sedangkan nilai koefisien regresi untuk kegunaan situs (X_1) = 0,098, jaminan keamanan (X_2) = 0,579) dan kehandalan (X_3)= 0,775. Berdasarkan hasil tersebut maka dapat dirumuskan model persamaan regresi linear berganda dalam penelitian ini yang kemudian akan diinterpretasikan makna dari model persamaan regresi tersebut. Adapun model persamaan regresi tersebut adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

$$Y = 0,344 + 0,098 X_1 + 0,775 X_2 + 0,793 X_3$$

Adapun interpretasi dari model persamaan regresi di atas adalah sebagai berikut:

- 1) Nilai konstanta sebesar 0,344 menyatakan bahwa apabila variabel kegunaan Situs, jaminan keamanan dan kehandalan dianggap konstan atau sama dengan nol, maka kepuasan nasabah adalah sebesar 0,344.
- 2) Nilai koefisien regresi untuk variabel kegunaan situs pada persamaan regresi menunjukkan nilai positif sebesar 0,098, artinya bahwa apabila Kegunaan Situs naik dan sesuai dengan harapan maka kepuasan nasabah akan mengalami peningkatan sebesar 0,098.

- 3) Nilai koefisien regresi untuk variabel jaminan keamanan pada persamaan regresi menunjukkan nilai positif sebesar 0,775, artinya apabila jaminan keamanan yang meningkat maka kepuasan nasabah akan mengalami penurunan sebesar 0,775.
- 4) Nilai koefisien regresi untuk variabel kehandalan pada persamaan regresi menunjukkan nilai positif sebesar 0,793 artinya apabila kehandalan yang meningkat maka kepuasan nasabah akan mengalami penurunan sebesar 0,793.

a. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji Koefisien determinasi (R^2) bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen/bebas menjelaskan variabel dependen/terikat atau untuk mengetahui besar persentase variabel terikat yang dijelaskan pada variabel bebas.

Tabel 4.16
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.693 ^a	.480	.451	2.92940	2.292

a. Predictors: (Constant), KEHANDALAN, KEGUNAAN SITUS, JAMINAN KEAMANAN

b. Dependent Variable: KEPUASAN

Sumber: hasil output SPSS, Mei 2021

Berdasarkan tabel 4.16 bahwa nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,480 atau 48%. Besarnya nilai koefisien determinasi tersebut menunjukkan bahwa variabel independen yang terdiri dari kegunaan situs, jaminan keamanan dan kehandalan terhadap kepuasan nasabah mampu menjelaskan variabel dependen yaitu kepuasan nasabah sebesar 48%, sedangkan sisanya sebesar 52% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

5. Uji Hipotesis Penelitian

a. Uji Signifikan Parsial (Uji T)

Uji t bertujuan untuk mengetahui apakah variabel bebas Kegunaan Situs (X1), jaminan keamanan (X2), kehandalan (X3) secara parsial ataupun individual berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat atau kepuasan nasabah (Y).

Tabel 4.17

Hasil Uji T

Model		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.344	4.406		.078	.938
	KEGUNAAN SITUS	.098	.094	.104	1.037	.304
	JAMINAN KEAMANAN	.579	.231	.283	2.505	.015
	KEHANDALAN	.775	.163	.523	4.747	.000

a. Dependent Variable: KEPUASAN

Sumber: hasil output SPSS, Mei 2021

Hasil output SPSS *coefficients* pada uji-t dan membandingkan t hitung dengan t tabel sebesar 1,673 yang diperoleh dari tabel t dengan $df = n - k$ (58-4) yaitu 54 dan alpha 0,05. Berikut pembahasan uji parsial antara Kegunaan Situs (X1), Jaminan keamanan (X2) dan Kehandalan (X3) terhadap Kepuasan Nasabah (Y).

Pengaruh dari masing-masing variabel yang dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Pengaruh Kegunaan Situs (X₁) Terhadap Kepuasan Nasabah (Y).

Hipotesis:

H₀ : Tidak terdapat pengaruh Kegunaan Situs terhadap Kepuasan Nasabah pengguna Internet Banking

H₁ : Terdapat pengaruh Kegunaan Situs terhadap Kepuasan Nasabah pengguna Internet Banking

Hasil uji t untuk Kegunaan Situs (X₁) terhadap Kepuasan Nasabah (Y) menunjukkan nilai Sig 0,304 dan t_{hitung} menunjukkan nilai 1,037 artinya nilai Sig

lebih besar dari nilai probabilitas ($0,304 > 0,05$) dan t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} ($1,037 < 1,673$), maka kesimpulan yang dapat diambil adalah H_0 diterima dan H_a ditolak. Ini berarti kegunaan situs tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan nasabah pengguna Internet Banking.

b. Pengaruh Jaminan keamanan (X_2) Terhadap Kepuasan Nasabah(Y)

Hipotesis:

H_0 : Tidak terdapat pengaruh Jaminan keamanan terhadap Kepuasan Nasabah pengguna Internet Banking

H_2 : Terdapat pengaruh Jaminan keamanan terhadap Kepuasan Nasabah pengguna Internet Banking

Hasil uji t untuk Jaminan keamanan (X_2) terhadap Kepuasan Nasabah (Y) menunjukkan nilai Sig 0,015 dan t_{hitung} sebesar 2,505 menunjukkan nilai, artinya nilai sig lebih kecil dari nilai probabilitas 0,05 ($0,015 < 0,05$) dan t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} ($2,505 > 1,673$), maka kesimpulan yang dapat diambil adalah H_0 ditolak dan H_a diterima. Ini berarti jaminan keamanan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan nasabah pengguna Internet Banking.

c. Pengaruh Kehandalan (X_3) Terhadap Kepuasan Nasabah(Y)

Hipotesis:

H_0 : Tidak terdapat pengaruh Kehandalan terhadap Kepuasan Nasabah pengguna Internet Banking

H_2 : Terdapat pengaruh Kehandalan terhadap Kepuasan Nasabah pengguna Internet Banking

Hasil uji t untuk Kehandalan (X_3) terhadap Kepuasan Nasabah (Y) menunjukkan nilai Sig 0,000 dan t_{hitung} sebesar 4,747 menunjukkan nilai, artinya nilai sig lebih kecil dari nilai probabilitas 0,05 ($0,000 < 0,05$) dan t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} ($4,747 > 1,673$), maka kesimpulan yang dapat diambil adalah H_0 ditolak dan H_a diterima. Ini berarti kehandalan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan nasabah pengguna Internet Banking.

b. Uji Simultan (Uji F)

Uji F statistik dilakukan untuk mengetahui apakah semua variabel kegunaan situs, jaminan keamanan dan kehandalan mampu secara serentak atau secara bersamaan mempengaruhi kepuasan nasabah pengguna Internet Banking, maka keputusannya jika:

- 1) $F_{hitung} \geq F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya signifikan. Dengan taraf signifikan (α) = 0,05 atau 5%.
- 2) $F_{hitung} \leq F_{tabel}$, maka H_a ditolak dan H_0 diterima, artinya tidak signifikan. Dengan taraf signifikan (α) = 0,05 atau 5%.

Kaidah pengujian Signifikansi dengan program SPSS:

- 1) Jika $0,05 \geq Sig$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya signifikan.
- 2) Jika $0,05 \leq Sig$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya tidak signifikan

Tabel 4.18

Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	427.589	3	142.530	16.609	.000 ^b
	Residual	463.394	54	8.581		
	Total	890.983	57			

a. Dependent Variable: KEPUASAN

b. Predictors: (Constant), KEHANDALAN, KEGUNAAN SITUSI, JAMINAN KEAMANAN

Sumber: hasil output SPSS, Mei 2021

Hipotesis:

H_0 : Tidak terdapat pengaruh kegunaan situs, jaminan keamanan dan kehandalan secara simultan terhadap kepuasan nasabah pengguna Internet Banking

H_3 : Terdapat pengaruh kegunaan situs, jaminan keamanan dan kehandalan secara simultan terhadap kepuasan nasabah pengguna Internet Banking

Dari tabel Anova di peroleh nilai probabilitas (Sig) sebesar 0,000. Karena ($0,000 < 0,05$), maka keputusannya adalah H_0 ditolak H_a diterima. Kesimpulannya signifikan artinya bahwa kegunaan Situs, jaminan keamanan dan kehandalan

secara bersama-sama atau secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna Internet Banking. Adapun cara lain melihat uji ini dapat membandingkan antara F_{hitung} dengan F_{tabel} . Hasil F tabel yang didapat pada alpha 0,05, $n = 58$ dan $k = 4$ diperoleh dari $df_1 = k - 1 = 3$; $df_2 = n - k = 54$ maka diperoleh nilai $F_{tabel} = 4,02$. Selanjutnya membandingkan nilai F_{hitung} dengan F_{tabel} dari tabel diatas diketahui bahwa nilai F_{hitung} sebesar 16,609. Sehingga dapat disimpulkan bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($16,609 > 4,02$), artinya kegunaan situs, jaminan keamanan dan kehandalan secara bersama-sama atau simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna Internet Banking.

C. Pembahasan Penelitian

Hasil penelitian mengenai pengaruh kegunaan situs, jaminan keamanan dan kehandalan terhadap kepuasan nasabah pengguna internet banking dapat dibuat pembahasan sebagai berikut:

1. Pengaruh Kegunaan Situs Terhadap Kepuasan Nasabah

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kegunaan situs tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan nasabah pengguna Internet Banking. Nilai Sig 0,304 dan t_{hitung} menunjukkan nilai 1,037 artinya nilai Sig lebih besar dari nilai probabilitas ($0,304 > 0,05$) dan t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} ($1,037 < 1,673$), maka kesimpulan yang dapat diambil adalah H_0 diterima dan H_a ditolak. Temuan ini sejalan dengan penelitian Firda Rohmah Amelia yang menemukan bahwa kemudahan penggunaan situs tidak berpengaruh terhadap adopsi internet banking dalam hal ini nasabah lebih mempertimbangkan aspek atau variabel lain sebagai tolak ukur kepuasannya dalam menggunakan internet banking. Temuan ini tidak sejalan dengan penelitian Muhammad Fadhli dan Rudy Fachuddin dan teori E-Service Quality dimana salah satu dimensi dalam mengukur E-service Quality adalah kegunaan situs.⁵

⁵ Muhammad Fadhli dan Rudy Fachruddin, *Pengaruh persepsi nasabah atas risiko, kepercayaan, Manfaat dan kemudahan Penggunaan Terhadap Penggunaan Internet Banking*, Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Akuntansi, Vol 1, No. 2, 2016, h. 271

Fasilitas internet banking ini juga dapat melayani transaksi perbankan nasabah dengan jaringan internet apapun dan dapat digunakan dimana pun dan kapan pun. Adapun beberapa layanan perbankan di BSM ini yaitu: 1. Dapat melakukan pembayaran PLN, 2. Pembayaran premi asuransi (takaful), 3. Pembelian tiket Garuda, 4. Pembayaran uang sekolah, 5. pembelian pulsa telepon, 6. Pembelian pulsa internet, 7. Pembelian token listrik, 8. Transaksi keuangan seperti transfer uang antar bank, 9. Merubah PIN, 10. Pengecekan saldo tabungan dsb.⁶

Kegunaan situs tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan nasabah pengguna Internet Banking hal ini disebabkan karena situs internet banking sulit diakses bagi nasabah karena nasabah harus datang langsung ke bank syariah mandiri dan melakukan pembukaan akses internet banking kepada customer service serta membawa persyaratan seperti KTP dan Buku Tabungan di bank tersebut. Selain itu, karena fitur-fitur yang disajikan memiliki biaya/tarif yang berbeda-beda dan cenderung lebih mahal dibandingkan dengan system aplikasi serupa seperti mobile banking, sms banking atau bahkan platform-platform digital lainnya. Sehingga nasabah tidak menjadikan kegunaan situs sebagai variabel yang mempengaruhi kepuasan dirinyanay dan cenderung mengabaikan variabel kegunaan situs yang ada di internet banking.

2. Pengaruh Jaminan Keamanan Terhadap Kepuasan Nasabah

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Jaminan keamanan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Kepuasan Nasabah pengguna Internet Banking. nilai Sig 0,015 dan t_{hitung} sebesar 2,505 menunjukkan nilai, artinya nilai sig lebih kecil dari nilai probabilitas 0,05 ($0.015 < 0,05$) dan t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} ($2,505 > 1,673$), maka kesimpulan yang dapat diambil adalah H_0 ditolak dan H_a diterima. Penelitian ini sejalan dengan penelitian M. Rifki Bakhtiar yang berjudul faktor-faktor pengaruh minat nasabah pengguna internet banking Bank Syariah

⁶ Admin, *Mencoba Internet Banking bank Syariah Mandiri*, dalam website www.polaku.com diposting pada 13 September 2017

Mandiri⁷ dan Yulisa Saptawati yang berjudul pengaruh persepsi kemudahan, keamanan dan manfaat mobile banking terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Cabang Bulukumba.⁸ Hal ini juga sejalan dengan teori E-Service Quality dimana jaminan keamanan mencakup perlindungan dan keamanan yang diberikan oleh perusahaan untuk menjamin keamanan dan perlindungan. Jaminan keamanan menjadi salah satu pertimbangan nasabah dalam merespon kepuasan dalam dirinya. Seperti yang sering terjadi saat ini maraknya kasus-kasus kejahatan online perbankan, pencurian dan penyadapan data serta gangguan system menjadikan nasabah perlu untuk lebih berhati-hati.

Internet banking BSM KCP Medan Marelan memiliki fitur keamanan sebagai berikut: 1. Menggunakan *user id* dan *password*, 2. Dalam pengamanan website menggunakan SSL dan algoritma yang berlapis yaitu: a. Algoritma enkripsi *Advanced Encryption Standard* (AES) 256 bit dengan model *Cipher Block Chaining* (CBC), b. Algoritma hash *Secure Hash Algorithm* (SHA1), c. Algoritma kunci publik *Diffie Helman* (DHE) dan *Rivest Shamir Adleman* (RSA) 1024 bit. 3. Sertifikat SSL dikeluarkan oleh VeriSign Secured. 4. Menggunakan *keycode* (PIN Otoritas) sebagai otentikasi kedua untuk transaksi. 5. *Auto Logoff* jika nasabah lupa keluar dari sistem. 6. Seluruh transaksi nasabah akan tercatat pada sistem.⁹

Jaminan keamanan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Kepuasan Nasabah pengguna Internet Banking disebabkan oleh adanya system keamanan ganda dan sifatnya privasi dan aman menjadikan internet banking Bank Syariah Mandiri cukup aman untuk digunakan sehingga hal ini dapat meminimalisir resiko-resiko yang mungkin terjadi. Jaminan keamanan yang biasanya diinginkan oleh nasabah ialah jaminan keamanan yang meliputi keamanan secara fisik, keamanan financial dan kerahasiaan.

⁷ M. Rifki Bakhtiar, dkk, *Faktor-faktor Pengaruh Minat Nasabah Pengguna Internet Banking Bank Syariah Mandiri*, Jurnal Al-Tijarah, Vol. 6 No. 3, 2020, h. 165

⁸ Yulisa Saptawati, *Pengaruh Persepsi Kemudahan, Keamanan dan Manfaat Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Cabang Bulukumba*, (Skripsi: STIE Nobel Indonesia, 2019)

⁹ Decky Hendarsyah, *Keamanan Layanan Internet Banking Dalam Transaksi Perbankan*, Jurnal STIE Syariah Bengkalis, 2017

3. Pengaruh Keandalan Terhadap Kepuasan Nasabah

Hasil penelitian menunjukkan bahwa keandalan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Kepuasan Nasabah pengguna Internet Banking. Nilai Sig 0,000 dan t_{hitung} sebesar 4,747 menunjukkan nilai, artinya nilai sig lebih kecil dari nilai probabilitas 0,05 ($0.000 < 0,05$) dan t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} ($4,747 > 1,673$), maka kesimpulan yang dapat diambil adalah H_0 ditolak dan H_a diterima. Temuan ini sejalan dengan penelitian Ni Made Savitri Aggraeni Dan Ni Nyoman Kerti Yasa yang mengemukakan bahwa keandalan merupakan salah satu bagian dari E-service Quality yang cukup berperan dalam memberikan rasa puas atau kecewa bagi individu yang merasakannya. Dalam mengakses internet banking nasabah bisa mengandalkan perangkat computer, laptop dan ponsel pintar yang tentunya telah tersambung dengan jaringan internet.¹⁰

Keandalan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Kepuasan Nasabah pengguna Internet Banking BSM KCP Medan Marelan karena internet banking dapat diakses melalui web browser baik google Chrome, internet Explorer, Firefox, Opera, Apple safari. Dari kelima web diatas, jika di download menggunakan website di atas maka websitenya akan menyelaraskan kompetibel web browser dengan system operasi yang digunakan, kecuali untuk Safari, system operasinya harus menggunakan windows. Pada BSM Internet Banking terdapat beberapa jenis fasilitas antara lain:

- a) Informasi data rekening Nasabah (tabungan, deposito, giro, pembiayaan)
- b) Cetak data mutasi transaksi
- c) Pindahbukuan antar rekening BSM
- d) Transfer uang antar bank secara real time melalui jaringan ATM Bersama dan Prima-BCA
- e) Pembayaran tagihan (telpon, listrik dan lain-lain).¹¹

¹⁰ Ni Made Savitri Aggraeni Dan Ni Nyoman Kerti Yasa, *E-Service Quality Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Dalam Penggunaan Internet Banking*, (Jurnal Keuangan Dan Perbankan, Vol. 16 No. 2, 2012), h. 335

¹¹ Decky Hendarsyah, *Keamanan Layanan Internet Banking Dalam Transaksi Perbankan*, Jurnal STIE Syariah Bengkalis, 2017

4. Kegunaan Situs, Jaminan Keamanan dan Keandalan Terhadap Kepuasan Nasabah

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kegunaan situs, jaminan keamanan dan keamanan berpengaruh signifikan secara simultan atau bersama-sama terhadap kepuasan nasabah pengguna Internet Banking. bahwa nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($16,609 > 4,02$) yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini sejalan dengan penelitian M. Rifki Bakhtiar dkk tahun 2020, Firdah Rohmah Amelia tahun 2017 dan Cahyo Wanardi tahun 2014. Namun demikian factor-faktor yang E-Service Quality yang mempengaruhi kepuasan nasabah (Studi Kasus Bank Syariah Mandiri KCP Medan Marelan ialah didominasi oleh factor keandalan kemudian diikuti oleh factor keamanan. Sedangkan factor kegunaan situs bukan merupakan faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah pengguna internet banking BSM KCP Marelan secara parsial dan signifikan.

Kegunaan situs, jaminan keamanan dan keamanan berpengaruh signifikan secara simultan atau bersama-sama terhadap kepuasan nasabah pengguna Internet Banking karena merupakan dimensi dari e-service quality. Efektifitas dari internet banking ini menjadi nilai tambah bagi BSM KCP Medan Marelan dalam meningkatkan daya tarik nasabahnya. Adanya internet banking yang aman dan dapat diandalkan terbukti dapat meningkatkan kepuasan nasabah. Untuk itu diperlukan maintenance dan promosi serta inovasi didalam internet banking agar pengguna internet banking khususnya BSM KCP Medan Marelan dapat meningkat. Sejauh ini pengguna internet banking di BSM KCP Medan Marelan masih rendah, dengan adanya penambahan fitur-fitur baru yang lebih inovasi seperti adanya fitur yang terkoneksi dengan pembayaran zakat, wakaf, pembelian hewan qurban, cicilan emas dan dana haji, dan lain sebagainya dengan tarif harga yang murah dan aman dimungkinkan dapat menambah daya tarik nasabah yang belum menggunakan internet banking.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Adapun kesimpulan dari hasil penelitian ini ialah:

1. Kegunaan situs tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan nasabah pengguna Internet Banking.

Hal ini disebabkan karena situs internet banking sulit diakses bagi nasabah karena nasabah harus datang langsung ke bank syariah mandiri dan melakukan pembukaan akses internet banking kepada customer service serta membawa persyaratan seperti KTP dan Buku Tabungan di bank tersebut.

2. Jaminan keamanan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan nasabah pengguna Internet Banking.

Hal ini disebabkan oleh adanya system keamanan ganda dan sifatnya privasi dan aman menjadikan internet banking Bank Syariah Mandiri cukup aman untuk digunakan sehingga hal ini dapat meminimalisir resiko-resiko yang mungkin terjadi.

3. Kehandalan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan nasabah pengguna Internet Banking.

Hal ini disebabkan internet banking dapat diakses melalui web browser baik google Chrome, internet Explorer, Firefox, Opera, Apple safari.

4. Kegunaan situs, jaminan keamanan dan kehandalan secara bersama-sama atau simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna Internet Banking.

Hal ini dikarenakan kegunaan situs, jaminan keamanan dan kehandalan merupakan dimensi dari e-service quality. Efektifitas dari internet banking ini menjadi nilai tambah bagi BSM KCP Medan Marelan dalam meningkatkan daya tarik nasabahnya dan meningkatkan kepuasan nasabah dalam menggunakan internet banking di Bank Syariah Mandiri KCP Medan Marelan.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka saran penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Diharapkan Bank Syariah Mandiri (BSM) KCP Marelان dapat mengembangkan internet banking dengan melakukan inovasi dengan menambah fitur-fitur dan memperluas jaringan kerjasamanya dengan merchant-merchant dan perusahaan lain sehingga internet banking dapat digunakan untuk memenuhi semua kebutuhan nasabah. Kemudian tarif yang diberikan juga dapat diturunkan agar menambah daya tarik nasabah yang belum menggunakan internet banking. Selain itu syarat-syarat pembukaan internet banking juga kiranya dapat dilakukukan secara online pula sehingga nasabah tidak perlu datang ke bank. Serta melakukan promosi secara menyeluruh kepada nasabah-nasabahnya.
2. Diharapkan Nasabah dapat mengetahui penggunaan internet banking dan menikmati kemudahan akses yang diberikan dengan sebaik-baiknya. Serta selalu berhati-hati dalam melakukan transaksi apapun di internet banking agar transaksi yang dilakukan nasabah tetap aman dan nyaman.
3. Diharapkan peneliti selanjutnya dapat mengkombinasikan variabel-variabel lainnya yang ada di e-service quality seperti variabel kualitas informasi, daya tanggap maupun personalisasi dengan menggunakan metode penelitian lain yang lebih kompleks.

DAFTAR PUSTAKA

- Ariani, Fifi Ariani, dkk, *Pengaruh E-Service Quality Terhadap Customer Satisfaction, Trust, Dan Dampaknya Pada Repeat Usage Pada Bni Mobile Banking Di Kcp Palu*. Jurnal Katalogis, Vol. 6, No. 3, 2018
- Arikunto, Suharsimi, *Metodelogi Penelitian*, Yogyakarta: Bina Aksara, 2006
- Asy-Syathiby, Abu Isak, *Al-Muwafaqot Fi Ushul As-Syariah*, Beirut: Dar Al-Mar'ifah, T.Th
- Al Imam Abul Fida Isma'il Ibnu Katsir Ad-Dimasyiqi, *Tafsir Ibnu Katsir Juz 7* (Bandung: Sinar Baru AlGensindo, hlm. 7
- Citradi, Tirta, *Digital Banking, Benarkah Bank Tidak Butuh Cabang Lagi?*, dalam website cnbcindonesia.com diposting pada November 2019.
- Deny, Septian, *Era Banking 4.0 Jadi Peluang Perbankan Untuk Berinvestasi*, dalam website liputan6.com diposting pada Agustus 2019.
- Gadeyan, R. A., & Akinyosoye, O.O, *Customers' Preference For E-Banking Services: A Case Study Of Selected Banks In Sierra Leone*, 2011
- Ghozali, Imam, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, ed. 7, 2013
- Hanik, *Teori Kepuasan Konsumen dalam Perspektif Islam*, dalam situs memoryhanik.blogspot.com, diposting pada November 2016
- Herman, *Mandiri Syariah Perkuat Layanan Digital Banking*, dalam website www.beritasatu.com diposting pada Oktober 2019.
- Hidayat, Rahmat, *Cara Praktis Membangun Website Gratis*. Jakarta: Pt. Elex Media Komputindo, 2010
- Hootsuite and We Are Social, *Digital 2021 Indonesia*, www.hootsuite.com Pada Januari 2020
- Kadir, Abdul Et All, *Impacts Of Service Quality On Customer Satisfaction: Study Of Online Banking And Atm Services In Malaysia*. International Journal, 2011

- Katalisnet. *Pengertian Dan Sejarah Website*, Dalam [Http://Katalisnet.Com](http://Katalisnet.Com),
Diposting Pada 6 November 2020
- Kotler Dan Keller *Marketing Management*. New Jersey: Prentice Hall, 2012
- Kotler, Philip Dan Armstrong Gary, *Prinsip-Prinsip Pemasaran* Alih Bahasa Bob Sabran Edisi Bahasa Indonesia. Jilid 1. Jakarta: Erlangga, 2014
- Liyundra, Fetri Setyo, *Faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah bank dalam penggunaan fasilitas E-Banking yang tertera pada peraturan Bank Indonesia Nomor: 11/11/PBI/2009*, Prosiding seminar nasional, 2016
- Lupiyoadi Dan Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta: Salemba Empat, 2009
- Lubis, Fauzi Arif, *Aplikasi Sistem Keuangan Perbankan Syariah*, Jurnal Human Falah, Vol 5. No. 2. 2018
- Manurung, Dinary Sh, *Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Merek Pada Kartu Pra-Bayar Simpati*, Skripsi Fakultas Psikologi, Universitas Sumatera Utara, Repository.Usu.Ac.Id, 2009
- Muhammad, *Ekonomi Mikro Dalam Prespektif Islam*, Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta, 2005
- Murdiat, Ali, *Perlindungan Hukum Nasabah Pengguna Elektronik Banking dalam system Hukum Indonesia*, Jurnal Perlindungan Hukum, vol 1 no 1, 2013
- Nasution, M.I.P, N. Nurbaiti, N. Nurlaila, T.I.F. Rahma and K. Kamilah, *Face Recognition Login Authentication for Digital Payment Solution at Covid-19 Pandemic*, International Conference on Computer and Informatics Engineering (IC2IC), 2020, pp. 48-51
- Napitupulu, D., *Model Keberhasilan Implementasi E-Services Sistem Layanan Berbasis Elektronik) Di Indonesia Studi Kasus:Pemerintah Kota X*, Forum Tahunan Iptek Dan Inovasi Nasional Vi, 2016
- Necholase, Agus, *Pengaruh Trust Dan Loyalty Terhadap Pelayanan I-Banking Pada Bca Dan Bank Mandiri*, Repository Gunadarma, 2008
- Ngurah, I Gusti Dan Luh Komang, *Pengaruh Brand Image Dan E-Service Quality Terhadap Customer Satisfaction Serta Loyalitas Pengguna Aplikasi Gojek Di Tabanan*, Dalam Jurnal Jamms, Vo. 1, No. 1, 2019

- Novianty, Dythia, *Jumlah Pengguna Internet di Indonesia Capai 202,6 Juta Orang*, dalam website www.suara.com diposting pada Februari 2021
- PT Bank Mandiri Syariah, *Mudahkan Kebutuhan Transaksi Pengusaha Mandiri Syariah Launching Tabungan Bisnis*, dalam website www.kontan.co.id diposting pada November 2020
- Rahmani, Nur Ahmadi Bi, *Metodologi Penelitian Ekonomi*, Medan: UIN SU Press, 2016
- Reporter Uang Indonesia, *Cara Daftar Dan Menggunakan Bank Syariah Mandiri Internet Banking*, dalam Website www.uangindonesia.com Diposting Pada 5 September 2020.
- Riswandi, Budi Agus, *Aspek Hukum Internet Banking*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2005)
- Romadhan, Muhammad, dkk, *E-Service Quality Kepuasan Konsumen Melalui ECommerce Terhadap Loyalitas Konsumen*, *Jurnal FEM Uniba*, Vol 10. No 2, 2019
- Sadeh, Ehsan., Et All, *The Structural Model Of E-Service Quality, E-Customer Satisfaction, Trust, Customer Perceived Value And E-Loyalty*, *Australian Journal Of Basic And Applied Sciences*. Vol. 5, No. 3,2011
- Setyasworo, Henggar, dkk, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Elektronik Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna Internet Banking Bank Mandiri Cabang Bandung Tahun 2012*, (Fakultas Ekonomi Bisnis, Universitas Telkom, 2012)
- Siregar, Saparuddin dan Kamilah K, *Sistem Pengendalian Internal Pengelolaan Keuangan (Studi Kasus Yayasan Al Fityan)*, 2014
- Syafitri, Nur'aida dan Kamilah K, *Analisis Keterlambatan Penggajian Pekerja Harian Lepas (PHL) Mempengaruhi Keuangan Keluarga di Dinas Pariwisata Kota Medan*.
- Soemitra, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, Edisi Kedua, Jakarta: Prenada Media. 2017
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2015

- Suraone, Herbeis, Pengaruh kualitas layanan internet banking terhadap kepuasan nasabah bank BNI Syariah Kantor Cabang Yogyakarta, UIN Sunan Kalijaga, 2019
- Teguh, Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2005
- Tim Redaksi, *Pergulatan Perbankan Menghadapi Revolusi Industri 4.0 Menuju Digital Banking 4.0*, dalam website www.lintassultra.com diposting pada April 2020
- Tim Survei, *Survei KIC: Dompok Digital Paling banyak Digunakan Sehari-hari*, dalam situs www.databoks.katadata.co.id, pada Oktober 2020.
- Tjiptono, Fandy *Service Quality & Satisfaction*, Yogyakarta: Andi, 2016
- Welta, Fretty, *Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bmt Surya Barokah*, Dalam Jurnal I-Economic, Vol 3. No. 2, 2017
- Yusnaini, Pengaruh Kualitas Pelayanan Internet Banking Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen Pada Bank Swasta, Jurnal Dinamika Akuntansi, Vol. 2 No 1. Tahun 2010
- Zulkarnain, Rizal, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening* (Studi Kasus Pada PT Bank Syariah Mu'amalah Cilegon), Jurnal Manajemen dan Bisnis Baja, Vol.1 No 2, 2020

KUESIONER PENELITIAN

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI E-SERVICE QUALITY TERHADAP KEPUASAN NASABAH PENGGUNA INTERNET BANKING (STUDI KASUS BANK SYARIAH MANDIRI KCP MARELAN)

A. Profil Responden

Nama :

Agama : Islam Lainnya

Jenis Kelamin : Pria Wanita

Usia : a. 15-25 tahun
b. 25-35 tahun
c. 35-45 tahun
d. 45-55 tahun
e. Di atas 55 tahun

Pendidikan : a. SMA/Sederajat
b. Diploma
c. S1 (Sarjana)
d. S2 (Pascasarjana)
e. Lainnya, Sebutkan...

Pekerjaan : a. Pelajar/Mahasiswa
b. Pegawai Negeri Sipil
c. Karyawan Swasta
d. Wirausaha
e. Lainnya, Sebutkan..

Jumlah transaksi yang dilakukan?
a. Transaksi tidak setiap hari
b. 1-3 transaksi/hari
c. 4-6 transaksi/hari

Alasan utama menggunakan *Internet Banking*?
a. Lebih cepat
b. Kapan saja dan dimana saja (24 jam)
c. Lebih aman
d. Gaya hidup modern
e. Teknologi baru
f. Lainnya

B. Petunjuk Khusus:

1. Berikan tanda (√) pada salah satu kotak jawaban yang tersedia pada masing-masing pernyataan yang menurut anda paling sesuai.

2. Alternatif pemberian bobot terhadap kuesioner penelitian ini ialah:
- Sangat Tidak Setuju (STS)
 - Tidak Setuju (TS)
 - Netral (N)
 - Setuju (S)
 - Sangat Setuju (SS)

C. Daftar Pernyataan

1. Kegunaan Aplikasi (X1)

No	Deskripsi	STS	TS	N	S	SS
1	Nasabah merasa bahwa fungsi pencarian <i>internet banking</i> sesuai dengan tujuan atau sasaran					
2	Nasabah merasa penggunaan <i>internet banking</i> cepat dan praktis, waktu yang digunakan sangat efisien					
3	Aplikasi <i>internet banking</i> mudah di ingat dalam menggunakannya					
4	Aplikasi <i>internet banking</i> memiliki tampilan yang tidak monoton dan menarik					
5	Selalu dilakukan inovasi dalam mendesain aplikasi <i>internet banking</i> agar nasabah suka dan nyaman dalam menggunakan layanannya					
6	Aplikasi <i>internet banking</i> kreatif					
7	Aplikasi <i>internet banking</i> terorganisir dengan baik dan memiliki estetika dalam desain aplikasinya					

2. Keamanan (X2)

No	Deskripsi	STS	TS	N	S	SS
8	Peraturan keamanan dapat di akses					
9	Layanan <i>internet banking</i> memiliki teknologi sistem keamanan yang baik (<i>protected password, website security</i>)					
10	Layanan <i>internet banking</i> tersedia nomor kontak yang bisa dihubungi atau <i>call center</i>					
11	Bank pemilik layanan <i>internet banking</i> memiliki reputasi yang baik					

3. Keandalan (X3)

No	Deskripsi	STS	TS	N	S	SS
12	Layanan <i>internet banking</i> memproses transaksi saat itu juga (<i>real time process</i>)					
13	<i>internet banking</i> melakukan proses transaksi dengan akurat					
14	Transaksi dengan layanan <i>internet banking</i> dapat diandalkan					
15	Proses transaksi yang dilakukan layanan <i>internet banking</i> berjalan dengan benar					
16	Layanan <i>internet banking</i> aktif selama 24 jam sehari, 7 hari seminggu					

4. Kepuasan Nasabah (Y)

No	Deskripsi	STS	TS	N	S	SS
17	Secara keseluruhan layanan <i>internet banking</i> mampu menjawab ekspektasi dari nasabah					
18	Transaksi <i>internet banking</i> yang nasabah lakukan berhasil dengan lancar dan tanpa hambatan					
19	Layanan <i>internet banking</i> sesuai dengan yang nasabah harapkan					
20	layanan <i>internet banking</i> BSM tidak kalah canggih dan menariknya dengan layanan internet banking perbankan syariah lainnya					
21	Saya tidak pernah kesulitan saat login dan tidak pernah gagal dalam melakukan transaksi menggunakan internet banking BSM					
22	Saya sangat merasa puas dengan layanan internet banking sehingga saya akan terus menggunakan layanan internet banking BSM					

LAMPIRAN OUTPUT SPSS VERSI 25

Frequency Table

		Agama			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Islam	58	100.0	100.0	100.0

		Jenis Kelamin			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pria	14	24.1	24.1	24.1
	Wanita	44	75.9	75.9	100.0
Total		58	100.0	100.0	

		Usia			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	15-25 tahun	1	1.7	1.7	1.7
	25-35 tahun	37	63.8	63.8	65.5
	35-45 tahun	9	15.5	15.5	81.0
	45-55 tahun	4	6.9	6.9	87.9
	Di atas 55 tahun	7	12.1	12.1	100.0
	Total		58	100.0	100.0

		Pendidikan			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SMA/Sederajat	16	27.6	27.6	27.6
	Diploma	2	3.4	3.4	31.0
	S1 (Sarjana)	33	56.9	56.9	87.9
	S2 (Pascasarjana)	7	12.1	12.1	100.0
	Total		58	100.0	100.0

pernyataan 3	Pearson Correlation	.266*	.484**	1	.565**	.406**	.348**	.221	.726**
	Sig. (2-tailed)	.044	.000		.000	.002	.007	.095	.000
	N	58	58	58	58	58	58	58	58
pernyataan 4	Pearson Correlation	.216	.311*	.565**	1	.532**	.394**	.460**	.760**
	Sig. (2-tailed)	.104	.018	.000		.000	.002	.000	.000
	N	58	58	58	58	58	58	58	58
pernyataan 5	Pearson Correlation	.027	.179	.406**	.532**	1	.563**	.349**	.690**
	Sig. (2-tailed)	.840	.179	.002	.000		.000	.007	.000
	N	58	58	58	58	58	58	58	58
pernyataan 6	Pearson Correlation	.147	.268*	.348**	.394**	.563**	1	.318*	.667**
	Sig. (2-tailed)	.271	.042	.007	.002	.000		.015	.000
	N	58	58	58	58	58	58	58	58
pernyataan 7	Pearson Correlation	.413**	.288*	.221	.460**	.349**	.318*	1	.643**
	Sig. (2-tailed)	.001	.028	.095	.000	.007	.015		.000
	N	58	58	58	58	58	58	58	58
total	Pearson Correlation	.516**	.628**	.726**	.760**	.690**	.667**	.643**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	58	58	58	58	58	58	58	58

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

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

Reliability

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.788	7

Uji Validitas dan Reliabilitas X2

Correlations

		PERNYATAAN 1	PERNYATAAN 2	PERNYATAAN 3	PERNYATAAN 4	TOTAL
PERNYATAAN 1	Pearson Correlation	1	.634**	.369**	.309*	.782**
	Sig. (2-tailed)		.000	.004	.018	.000
	N	58	58	58	58	58
PERNYATAAN 2	Pearson Correlation	.634**	1	.344**	.416**	.811**
	Sig. (2-tailed)	.000		.008	.001	.000
	N	58	58	58	58	58
PERNYATAAN 3	Pearson Correlation	.369**	.344**	1	.175	.694**

	Sig. (2-tailed)	.004	.008		.189	.000
	N	58	58	58	58	58
PERNYATAAN 4	Pearson Correlation	.309*	.416**	.175	1	.621**
	Sig. (2-tailed)	.018	.001	.189		.000
	N	58	58	58	58	58
TOTAL	Pearson Correlation	.782**	.811**	.694**	.621**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	58	58	58	58	58

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

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.696	4

Uji Validitas dan Reliabilitas X3

Correlations

		PERNYATAAN 1	PERNYATAAN 2	PERNYATAAN 3	PERNYATAAN 4	PERNYATAAN 5	TOTAL
PERNYATAAN 1	Pearson Correlation	1	.671**	.478**	.420**	.534**	.760**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.001	.000	.000
	N	58	58	58	58	58	58
PERNYATAAN 2	Pearson Correlation	.671**	1	.699**	.586**	.480**	.847**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	58	58	58	58	58	58
PERNYATAAN 3	Pearson Correlation	.478**	.699**	1	.562**	.685**	.842**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	58	58	58	58	58	58
PERNYATAAN 4	Pearson Correlation	.420**	.586**	.562**	1	.560**	.795**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000		.000	.000
	N	58	58	58	58	58	58

PERNYATAA N 5	Pearson	.534**	.480**	.685**	.560**	1	.797**
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	58	58	58	58	58	58
TOTAL	Pearson	.760**	.847**	.842**	.795**	.797**	1
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	58	58	58	58	58	58

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.863	5

Uji Validitas dan Reliabilitas Y

Correlations

		PERNYAT AAN 1	PERNYAT AAN 2	PERNYAT AAN 3	PERNYAT AAN 4	PERNYAT AAN 5	PERNYAT AAN 6	TOTA L
PERNYATA AN 1	Pearson	1	.676**	.678**	.556**	.656**	.469**	.858**
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	58	58	58	58	58	58	58
PERNYATA AN 2	Pearson	.676**	1	.570**	.440**	.493**	.278*	.726**
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.001	.000	.035	.000
	N	58	58	58	58	58	58	58
PERNYATA AN 3	Pearson	.678**	.570**	1	.650**	.551**	.473**	.832**
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	58	58	58	58	58	58	58
PERNYATA AN 4	Pearson	.556**	.440**	.650**	1	.542**	.446**	.783**
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000		.000	.000	.000
	N	58	58	58	58	58	58	58
PERNYATA AN 5	Pearson	.656**	.493**	.551**	.542**	1	.523**	.816**
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	58	58	58	58	58	58	58

PERNYATAAN 6	Pearson Correlation	.469**	.278*	.473**	.446**	.523**	1	.673**
	Sig. (2-tailed)	.000	.035	.000	.000	.000		.000
	N	58	58	58	58	58	58	58
TOTAL	Pearson Correlation	.858**	.726**	.832**	.783**	.816**	.673**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	58	58	58	58	58	58	58

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

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.872	6

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
KEPUASAN	24.9828	3.95364	58
KEGUNAAN APLIKASI	27.2069	4.22922	58
KEAMANAN	17.3966	1.92800	58
KEHANDALAN	22.2069	2.66727	58

Correlations

		KEPUASAN	KEGUNAAN APLIKASI	KEAMANAN	KEHANDALAN
Pearson Correlation	KEPUASAN	1.000	-.020	.496	.646
	KEGUNAAN APLIKASI	-.020	1.000	.218	.044
	KEAMANAN	.496	.218	1.000	.451
	KEHANDALAN	.646	.044	.451	1.000
Sig. (1-tailed)	KEPUASAN	.	.442	.000	.000
	KEGUNAAN APLIKASI	.442	.	.050	.370
	KEAMANAN	.000	.050	.	.000
	KEHANDALAN	.000	.370	.000	.
N	KEPUASAN	58	58	58	58
	KEGUNAAN APLIKASI	58	58	58	58

KEAMANAN	58	58	58	58
KEHANDALAN	58	58	58	58

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.693 ^a	.480	.451	2.92940	2.292

a. Predictors: (Constant), KEHANDALAN, KEGUNAAN APLIKASI, KEAMANAN

b. Dependent Variable: KEPUASAN

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	427.589	3	142.530	16.609	.000 ^b
	Residual	463.394	54	8.581		
	Total	890.983	57			

a. Dependent Variable: KEPUASAN

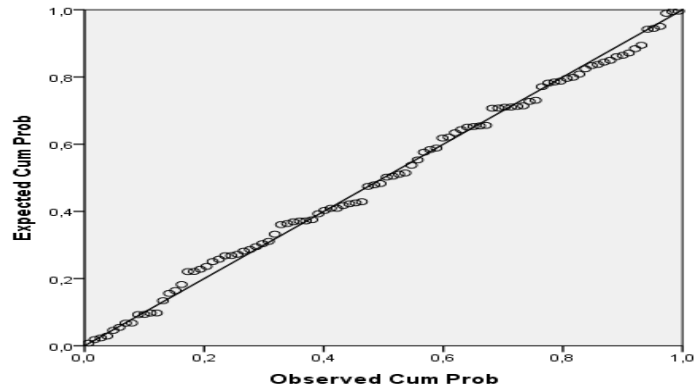
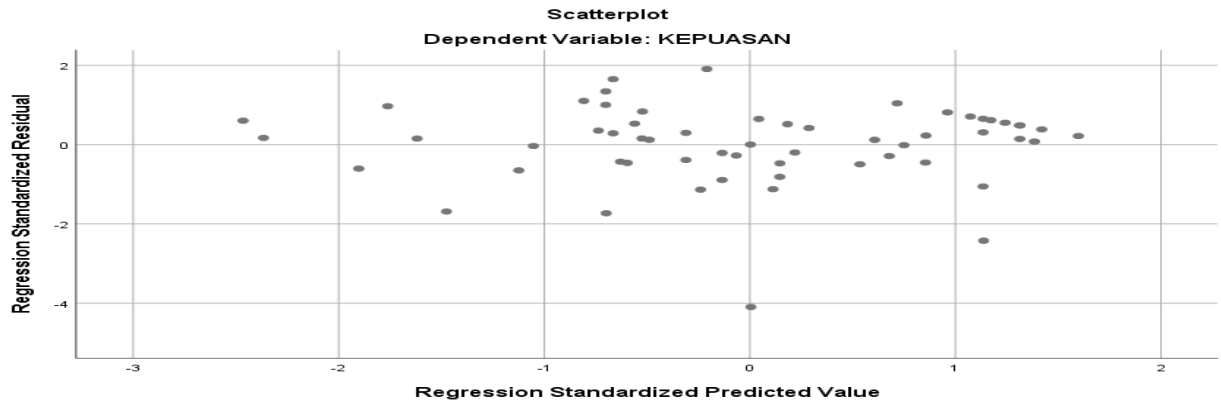
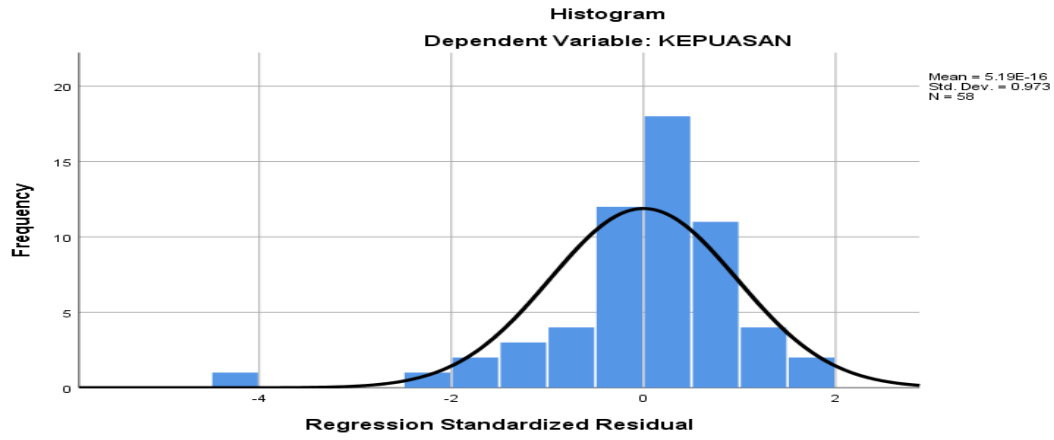
b. Predictors: (Constant), KEHANDALAN, KEGUNAAN APLIKASI, KEAMANAN

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.344	4.406		.078	.938		
	KEGUNAAN APLIKASI	.098	.094	.104	1.037	.304	.949	1.054
	KEAMANAN	.579	.231	.283	2.505	.015	.757	1.321
	KEHANDALAN	.775	.163	.523	4.747	.000	.793	1.260

a. Dependent Variable: KEPUASAN

Charts



One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		KEPUASAN
N		58
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	24.9828
	Std. Deviation	3.95364
Most Extreme Differences	Absolute	.102
	Positive	.102
	Negative	-.092
Test Statistic		.102
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

I. IDENTITAS DIRI

NAMA : SRIAYU WULANDARI BR SARAGI

NIM : 0503171056

T.T.L : PARE-PARE,09-JULI-1999

PEKERJAAN : MAHASISWA

NO.HP/WA : 0821-6589-6824

EMAIL : Sriayuwulandari470@gmail.com

ALAMAT : Jl.Lembaga Perasyarakatan Gg.Arenga Pinnata (SUKADONO)

II. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. TAMATAN SD Negeri No.014718
2. TAMATAN MTs.Negeri Limapuluh
3. TAMATAN MAN Limapuluh

III.RIWAYAT ORGANISASI

1. UIE (UNIVERSAL ISLAMIC ECONOMICS)

IV.RIWAYAT PEKERJAAN

1. Guru Pengganti di SMP N 11
2. Guru Pengganti di SMP Pancabudi
3. Guru Pengganti di SD Bina Agung
4. Magang di KSPPS Usaha Bersama Amanah Laudendang