

**PENGARUH PENGGUNAAN APLIKASI OTENTIKASI TERHADAP  
KEPUASAN NASABAH DALAM BERTRANSAKSI**

**(Studi Kasus PT Taspen Persero Cabang Utama Medan)**

**SKRIPSI**

Oleh :

**Muhammad Rozali**

**NIM. 0505163062**

**Program Studi**

**ASURANSI SYARIAH**



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA**

**2021**

**PENGARUH PENGGUNAAN APLIKASI OTENTIKASI TERHADAP  
KEPUASAN NASABAH DALAM BERTRANSAKSI**

(Studi Kasus PT Taspen Persero Cabang Utama Medan)

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Melengkapi dan Memenuhi

Syarat-syarat Untuk Memperoleh Gelar

Sarjana Ekonomi (S. E.) pada Program Studi Asuransi Syariah Fakultas Ekonomi  
dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara

Oleh :

**MUHAMMAD ROZALI**

**NIM. 0505163062**

Program Studi :

**ASURANSI SYARIAH**



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA**

**2021**

**PERSETUJUAN**

Skripsi Berjudul

**PENGARUH DIGITALISASI PEMBAYARAN OTENTIKASI TERHADAP  
KEPUASAN NASABAH DALAM BERTRANSAKSI**

(Studi Kasus PT Taspen Persero Cabang Utama Medan)

Oleh :

**MUHAMMAD ROZALI**

**NIM. 0505163062**

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

Medan, 29 Januari 2021

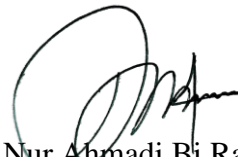
Disetujui Pembimbing :

Pembimbing I



Dr. Fauzi Arif Lubis, MA  
NIDN. 198412242015031004

Pembimbing II



Nur Ahmadi Bi Rahmani, M.Si  
NIB. 1100000093  
NIDN. 2028129001

Mengetahui,

Ketua Jurusan Asuransi Syariah



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

## ABSTRAK

Nama Muhammad Rozali, NIM. 0505163062, dengan judul **“Pengaruh Penggunaan Aplikasi Otentikasi Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Bertransaksi (Studi Kasus PT Taspen Persero Cabang Utama Medan)”** dibawah bimbingan Bapak Dr. Fauzi Arif Lubis, MA., sebagai pembimbing I dan Bapak Nur Ahmadi Bi Rahmani, M.Si., sebagai pembimbing II

Kemajuan teknologi dari berbagai aspek, termasuk ekonomi merupakan hal yang erat kaitannya dengan kehidupan pada zaman sekarang ini, istilah yang kita kenal dengan Revolusi Industri 4.0 menuntut kita harus dapat memanfaatkan teknologi dengan baik dan benar. Terkait dengan hal tersebut perusahaan dalam menjalankan pelayanan jasa kepada nasabah harus mengikuti *trend* zaman dan perkembangan pasar, hal ini PT Taspen Persero sebagai penyelenggara jaminan dana pensiun mempunyai inovasi pelayanan yaitu Otentikasi yang merupakan absensi otomatis dalam pencairan dana pensiun setiap bulannya. Dalam hal penelitian ini adalah untuk mengetahui sejauh mana kepuasan nasabah dalam menggunakan aplikasi digitalisasi pembayaran dana pensiun tersebut, dengan indikator yang telah ditetapkan oleh peneliti, yaitu kualitas pelayanan, kepercayaan, dan efektivitas. Kemudian, metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan uji regresi linier berganda yang data penelitian diperoleh melalui penyebaran kuesioner dan pengolahan data melalui SPSS statistik *version* 23.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan (uji F) variabel kualitas pelayanan, kepercayaan, dan efektivitas terhadap kepuasan nasabah dengan nilai nilai  $F_{tabel}$  yang diperoleh dari  $k = 4$ ,  $n = 100$ ,  $df (n1) = k - 1 = 4 - 1 = 3$ ,  $df (n2) = n - k = 100 - 4 = 96$  serta taraf signifikansi sebesar 0,05 sehingga diperoleh nilai  $F_{tabel} = 2,47$ . Nilai  $F_{hitung}$  lebih besar dari nilai  $F_{tabel}$  ( $20,315 > 2,47$ ) dari nilai sigma ( $0,000 < 0,05$ ). Maka  $H_{01}$  ditolak dan  $H_{a1}$  diterima yang berarti secara bersama-sama kualitas pelayanan, kepercayaan dan efektivitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

**Kata Kunci : Digitalisasi Pembayaran, Otentikasi, inovasi, dan dana pensiun**

## KATA PENGANTAR



Segala puji bagi Allah SWT, yang kepadanya kita memohon rahmat, pertolongan dan ampunan kepadanya. Sholawat dan salam kepada junjungan nabi besar Muhammad SAW, beserta seluruh keluarga, sahabat-sahabatnya dan para pengikutnya yang membawa manusia dari zaman jahiliyah menjadi zaman ilmiah yang terang benderang. Alhamdulillah wa Syukurillah penulis ucapkan kepada Allah SWT yang selalu mempermudah urusan dalam penulisan dan penyelesaian skripsi yang berjudul Pengaruh Digitalisasi Pembayaran Otentikasi Terhadap Kepuasan Nasabah dalam Bertransaksi (Studi Kasus PT Taspen Persero Cabang Utama Medan). Tak lupa penulis setiap hari penulis bersholawat kepada baginda Rasulullah SAW kelak urusan kita semua dipermudah dan mendapatkan syafaat dihari akhir kelak adanya. Penulisan skripsi ini untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.

Dalam penyusunan skripsi ini, dengan segala ucapan ribuan terimakasih dan kerendahan hati penulis, dimana pihak-pihak terkait sudah memberikan banyak pengarahan dan bimbingan, dukungan dan kontribusi, serta motivasi baik secara langsung ataupun tidak langsung. Karenanya, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Ayah dan Ibu Tercinta, Bapak Safaruddin dan Ibu Asdah yang terbaik selalu mengajarkanku arti bersyukur, selalu mengajarkanku nilai kebaikan dan kejujuran serta kerja keras, kepada kakak-kakak ku yang senantiasa memberikan dukungan dan semangat kepada penulis
2. Bapak Prof. Dr. Syahrin Harahap, MA, selaku rektor UIN Sumatera Utara Medan
3. Bapak Dr. Muhammad Yafiz, M.Ag, selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Sumatera Utara Medan

4. Ibu Tri Indah Fadhila Rahma, M.E.I, selaku Ketua Jurusan Asuransi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara Medan
5. Ibu Rahmi Syahriza, S.ThI, MA, selaku Sekretaris Jurusan Asuransi Asuransi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara Medan
6. Ibu Tuti Anggraini, MA, selaku Pembimbing Akademik penulis, dimana selama 4 tahun sudah menasehati dan memberikan bimbingan dan arahan dalam menunjang kegiatan akademik dan non akademik penulis
7. Bapak Dr. Fauzi Arif Lubis, MA., sebagai pembimbing I yang sudah memberikan masukan dan arahan dalam penulisan skripsi ini, semoga bapak dan keluarga dalam keadaan sehat wal'afiat dan dalam lindungan allah Swt
8. Bapak Nur Ahmadi Bi Rahmani, M.Si., sebagai pembimbing II yang sudah meluangkan waktunya dalam membimbing penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan
9. Bapak Yusrizal, S. E, M.Si, selaku dosen mata kuliah Pengantar Ilmu Ekonomi, yang telah mengajarkan penulis tentang arti perjuangan, pantang menyerah, sikap rendah hati dan menghargai proses, bapak juga yang telah mengajarkan saya bagaimana mendapatkan beasiswa, dan saya terkesan dengan cara bapak mengajar tanpa lelah, fokus dan selalu menyampaikan materi yang sangat bagus, jelas dan padat.
10. Rekan seperjuangan HMJ Asuransi Syariah 2016 – 2020 dan Kelompok Studi Asuransi (KSA) dimana penulis banyak belajar tentang organisasi, kepemimpinan, manajemen waktu dan lainnya, sehingga menjadi bekal bagi penulis untuk melangkah kedepannya.
11. Pengurus KSEI Universal Islamic Economics 2016 dan wadah biruku FoSSEI yang senantiasa memberikan dukungan dan masukan sehingga penulis dapat lebih memahami arti silaturahmi, kekeluargaan, apa itu ekonomi islam dan hal yang berkaitan dengan bagaimana menjadikan ekonomi islam berjaya di Indonesia

12. Teman seperjuangan toga menuju wisuda, Kelas Asuransi Syariah-A stambuk 2016, semoga kita semua menjadi orang yang sukses dunia akhirat, dipermudah oleh allah swt dalam proses penulisan skripsi, dan sukses kedepannya, tak ada kata lelah dalam menjalani proses, karena ada kewajiban dan tujuan yang harus kita tunaikan.
13. Pengurus Sahabat Beasiswa Chapter Medan 2020, kak fauza, kak ulfa, miss rita, rizka, bang gifyan, dan teman-teman lainnya, berawa; dari wadah ini saya menjadi tahu tentang informasi beasiswa dalam dan luar negeri, yang membuat mimpi semakin nyata dan lebih semangat dalam menggapai mimpi
14. Keluarga Besar Gerakan Sumut Mengajar, khususnya batch IV/V, Kak Fauza, sosok kakak yang luar biasa, yang sudah mendorong saya untuk menjadi orang yang lebih baik, menyukai dunia relawan, dan tak pernah bosan jadi orang baik, teman saya Nina Nurlina, sosok yang menurut saya ambis luar biasa, orang yang tak pernah lelah berjuang, saya juga mendapatkan inspirasi dan mencontoh semangat beliau dalam bermimpi, kelak kita akan sukses kedepannya, aamiin ya allah. Keluarga Besar GenBI 6.0 Komisariat UIN Sumatera Utara, dimana sudah mengizinkan saya untuk bergabung dan mengikuti kegiatan yang ada, saya menjadi lebih kenal dengan orang berbagai fakultas di UIN Sumatera Utara dan mengikuti acara di Bank Indonesia
15. Teman satu pengabdian Desa Kurandak, Melida Andriani yang julid luar biasa, Rachel sang inspirator yang gerak cepat luar biasa ketika pengabdian, saya belajar banyak selama 11 hari dengan kalian teman-teman, serta Bapak Zeni, bapak angkat kami selama di desa pengabdian, terimakasih bapak sudah mengizinkan kami untuk menginap dan merasakan suasana di desa bapak.
16. Teruntuk nda Dilla yang sudah super luar biasa baik meberikan dukungan dan nasehat serta semangat, mulai dari awal masuk kuliah berbagi cerita tentang jurusan, cara mendapatkan beasiswa, tips menjadi mahasiswa yang luar biasa, terimakasih nda udah menginspirasi dan juga untuk Kak

Purnama, kakak yang paling keceh luar biasa kocaknya, aku jadi semangat lihat story wa kakak penuh dengan kegiatan penelitian dan sudah bersedia meluangkan waktunya untuk menjawab pertanyaan saya.

17. Sahabat spesial Kak Hafis Hasan, tetap jadi sahabat terbaik dunia akhirat ya kak, jangan sombong, terimakasih banyak udah menguatkan aku Terimakasih kepada Bang Umar, Kak Jumrina, Kak Desy, Riski, Zizah dan teman-teman satu perjuangan Al-Fata English Dormitory selama satu tahun saya dapat belajar dan sudah memberikan saya dukungan sehingga saya semangat belajar, ikut kegiatan relawan dan lainnya, juga buat Mak Ayau, mahliza tetap memotivasi aku setiap harinya untuk bersholawat.
18. Sahabat ku Niza Hunaida, terimakasih ya za, sudah memberikan semangat, motivasi dan arahan, saya menjadi lebih semangat dengan apa yang kamu katakan za, saya tahu kamu itu orangnya ambis luar biasa, pantang menyerah, semangat luar biasa, akhirnya za skripsi saya siap, dukungan yang sangat luar biasa ya za, tetap semangat dan semoga kita menjadi orang yang sukses ya za.
19. Rekan seperjuangan Lomba Olimpiade Ekonomi Islam dan Debat, yaitu Erwin Syahputra Rambe, Ashabul Anhar, Lailaan Saragih, Andika Simarmata, Fawwaz Nasution dan Nurida Nasution, kalian adalah orang-orang hebat yang sudah membuat aku bangkit dan juga semangat, kalian mengajarkan ku tentang arti perjuangan, aku menghargai setiap perjalanan bersama kalian.
20. Teman satu kontrakan, satu rumah, seperjuangan selama di Medan, Khairil Anam, Dirga Harahap, Aldi kos, Arya Hendarto, Ahmad Syahroni, terimakasih sudah setahun lebih saya belajar dari kalian sudah hidup bersama, terimakasih selama ini atas dukungan dan motivasi sehingga lancar dalam menjalani perkuliahan
21. Adik-adik alumni SMA Negeri 1 Tanjung Beringin, yaitu Shella Wirda, Yuli Kartika, Ria Parwati yang sudah memberikan dukungan dan semangat, semoga kalian dalam keadaan sehat-sehat saja, dan juga sahabat kelas ku ketika di SMA XII Sosial 2, Irwan, Dedi, Irdian Ningsih, Sity



Ningtyas, Erni Fadhila, Zikri dan lain-lain, semoga kita menjadi orang yang sukses kedepannya, aamiin ya allah.

22. The last but not least, terimakasih untuk diri sendiri yang sampai saat ini sudah menemani, tahan banting akan kerasnya perjuangan, kegagalan dan harapan, semoga sudah mendukung langkah demi langkah kecil menuju kesuksesan, aamiin dan serta semua pihak yang telah membantu memberikan dukungan dan do'a dalam penyusunan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan namanya satu-persatu, penulis mengucapkan ribuan terimakasih, kalian adalah orang-orang luar biasa sudah memberikan kontribusi kepada saya dan telah menularkan energi positif.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kesempurnaan, untuk itu segala kritik dan saran yang membangun sangat besar diharapkan penulis dari pembaca agar menjadi karya lebih baik selanjutnya, akhir kata penulis ucapkan terima kasih

Medan, 28 Januari 2021

Muhammad Rozali  
NIM. 0505163062

## DAFTAR ISI

<b>DAFTAR ISI</b> .....	i
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	iii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	iv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	7
C. Batasan Masalah .....	7
D. Perumusan Masalah .....	8
E. Tujuan Penelitian .....	8
F. Manfaat Penelitian .....	9
<b>BAB II KAJIAN TEORITIS</b> .....	11
A. Dana Pensiun .....	11
1. Pengertian Dana Pensiun.....	11
2. Tujuan dan Fungsi.....	11
B. Otentikasi .....	13
C. Kualitas Pelayanan.....	15
1. Pengertian Kualitas Pelayanan .....	15
2. Kualitas Pelayanan dalam Islam .....	15
3. Indikator Kualitas Pelayanan.....	17
D. Kepercayaan Nasabah .....	18
1. Definisi Kepercayaan Nasabah .....	18
2. Membangun Kepercayaan Nasabah .....	18
3. Indikator Kepercayaan Nasabah .....	21
E. Konsep Efektivitas .....	23
F. Kepuasan Nasabah .....	24
1. Pengertian Kepuasan Nasabah .....	24
2. Indikator Kepuasan Nasabah.....	25

3. Metode Pengukuran Kepuasan Nasabah.....	26
4. Kepuasan Nasabah dalam Perspektif Islam .....	27
G. Penelitian Terdahulu .....	28
H. Kerangka Teoritis.....	33
I. Hipotesa Penelitian.....	34
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>35</b>
A. Pendekatan Penelitian.....	35
B. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	36
C. Populasi dan Sampel.....	36
D. Jenis dan Sumber Data.....	38
E. Definisi Operasional Variabel Penelitian .....	38
F. Teknik dan Instrumen Pengolahan Data.....	41
G. Uji Statistik Data .....	43
1. Uji Validitas dan Reabilitas.....	43
2. Uji Asumsi Klasik .....	44
3. Uji Regresi Linier Berganda.....	45
4. Uji Hipotesis.....	46
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>48</b>
A. Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	48
1. Sejarah Perusahaan PT Taspen Persero.....	48
2. Regulasi Perusahaan.....	49
3. Nilai-nilai dasar .....	51
4. Visi, misi, dan Logo Perusahaan .....	51
5. Struktur Perusahaan.....	53
6. Produk-produk Perusahaan.....	53
7. Pelayanan Digitalisasi Pembayaran Otentikasi .....	55
B. Karakteristik Responden .....	56
1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	56
2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	57
3. Karakteristik Responden Berdasarkan Agama .....	58
4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	58
C. Teknik Analisis Data .....	59

1. Uji Validitas.....	60
2. Uji Reliabilitas.....	63
D. Uji Asumsi Klasik.....	65
1. Uji Normalitas .....	65
2. Uji Multikolinearitas .....	66
3. Uji Heterokedastisitas.....	67
E. Uji Regresi Linier Berganda.....	68
F. Uji Hipotesis .....	70
1. Uji Parsial (t) .....	70
2. Uji Simultan (F).....	71
3. Uji Determinasi ( $R^2$ ).....	72
G. Interpretasi Hasil Penelitian.....	73
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>77</b>
A. Kesimpulan.....	77
B. Saran... ..	78
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>79</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>85</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Pensiunan Provinsi di Sumatera Utara .....	5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	28
Tabel 3.1 Tabel Definisi Variabel Operasional Penelitian.....	39
Tabel 3.2 Tabel pada Skala Linkert .....	42
Tabel 4.1 Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	57
Tabel 4.2 Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	57
Tabel 4.3 Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Agama .....	58
Tabel 4.4 Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir ..	59
Tabel 4.5 Tabel Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan.....	60
Tabel 4.6 Tabel Hasil Uji Validitas Kepercayaan.....	61
Tabel 4.7 Tabel Hasil Uji Validitas Efektivitas .....	62
Tabel 4.8 Tabel Hasil Uji Validitas Kepuasan Nasabah .....	62
Tabel 4.9 Tabel Hasil Uji Reabilitas Kualitas Pelayanan .....	63
Tabel 4.10 Tabel Hasil Uji Reliabilitas Kepercayaan.....	64
Tabel 4.11 Tabel Hasil Uji Reliabilitas Efektivitas .....	64
Tabel 4.12 Tabel Hasil Uji Reliabilitas Kepuasan Nasabah .....	64
Tabel 4.13 Tabel Hasil Uji Normalitas .....	65
Tabel 4.14 Tabel Hasil Uji Multikolinieritas .....	66
Tabel 4.15 Tabel Hasil Uji Heterokedastisitas.....	68
Tabel 4.16 Tabel Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	69

Tabel 4.17 Tabel Hasil Uji Parsial (t) .....	70
Tabel 4.18 Tabel Hasil Uji Simultan (Uji F) .....	72
Tabel 4.19 Tabel Hasil Uji Determinasi (R Square) .....	73

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Transaksi Digital yang terus tumbuh di Indonesia.....	5
Gambar 2.1 Kerangka Teoritis .....	34
Gambar 4.1 Logo PT Taspen Persero .....	52
Gambar 4.2 Struktur Organisasi Perusahaan .....	53
Gambar 4.3 Tampilan Aplikasi Taspen Otentikasi .....	56

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Hal yang sangat erat dapat dirasakan perkembangan teknologi, informasi dan komunikasi sekarang ini sudah sangat membuat kita mudah dalam melakukan segala aktifitas, inilah yang kita sebut sebagai Revolusi Industri 4.0, dewasa ini secara masif dampak adanya revolusi dan perubahan dari berbagai aspek kehidupan yang kita lihat baik dari bidang pendidikan, sosial, dan terlebih ekonomi. Informasi dan layanan yang kita terima adalah dalam bentuk digital dengan menggunakan bantuan *gadget* yang terkoneksi ke internet. Salah satu bentuk teknologi digital pada era ini adalah yaitu sistem pembayaran otomatis atau *digital payment* pada *financial technology*. Sistem pembayaran ini sangat menguntungkan banyak perusahaan, organisasi atau individu dan nasabah ketika melakukan transaksi pembayaran, dan juga prakteknya di lapangan untuk mengikuti perkembangan zaman dan mengalami transformasi dari berbagai aspek. Perkembangan pada produk-produk bank dan juga praktek-praktek perbankan dan non-bank seperti, asuransi, pasar modal, perusahaan pembiayaan, dana pensiun, reksadana dan sebagainya.<sup>1</sup> Hal inilah mulai berkembangnya sistem layanan dalam jenis keuangan untuk memudahkan masyarakat dalam melakukan transaksi.

Berdasarkan informasi yang diperoleh dari portal Bank Indonesia, secara definitif, teknologi keuangan yaitu, suatu konsep penggunaan dengan memanfaatkan teknologi untuk mendukung sistem keuangan dalam mengeluarkan *output* atau produk hasil pada bidang layanan, dan atau konsep suatu bisnis yang dapat dikendalikan oleh tiap pihak yang terlibat dengan kriteria sebagai berikut :

---

<sup>1</sup> Fauzi Arif Lubis, *Aplikasi Sistem Keuangan Perbankan Syariah*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Jurnal HUMAN FALAH: Volume 5. No. 2 Juli – Desember 2018, h. 2



(1) Jenis pembayaran sistem. (2) Hal tentang keterdukungan pasar, (3) Hal yang berhubungan dengan manajemen penanaman modal dan resiko, (4) peminjaman dana, permodalan dana, dan penyediaan modal, dan (5) yang termasuk dalam jenis *financial service* lainnya. Dalam kegunaannya dan tujuan dalam teknologi keuangan yang memiliki nilai inovasi, harus memiliki benefit dan keuntungan di masyarakat luas, jumlah yang mengakses dan menggunakan layanan banyak, dan sesuai dengan aturan yang ditetapkan oleh Bank Indonesia.<sup>2</sup>

Begitu pula dengan hal yang tidak asing lagi dengan berbagai sistem yang dikendalikan oleh *artificial intelligent*, yaitu produk buatan manusia yang menggunakan aplikasi untuk memudahkan dalam segala hal, Salah satu hal yang berkembang pesat adalah pada aspek ekonomi yaitu pada sistem pembayaran digital, baik berupa ATM, *cashless*, *e-money*, ataupun *m-banking*. Kita menyadari perubahan sekarang pada berbagai aspek kehidupan, namun masih banyak orang yang belum paham bagaimana cara menggunakan teknologi tersebut dengan sebagian besar alasan sulit.

Pada era globalisasi sekarang ini, organisasi seperti BUMN harus mampu meningkatkan pelayanan yang bermutu tinggi sesuai dengan jenis pelayanannya. Proses teknologi dan transformasi aliran informasi yang secara *instant* secara tidak langsung menggenjot dan memberikan dorongan bagi perusahaan untuk dapat berinovasi dan menciptakan produk yang bermutu tinggi. Teknologi dan kualitas pelayanan sangat berpengaruh terhadap pencapaian tujuan perusahaan. Diikuti dengan transformasi dan peningkatan jasa sektor dan jasa lainnya yang secara *instant*, khususnya yang utama didukung oleh kemajuan pesat dalam bidang IT. Tak dapat dielakkan, pada bidang layanan jasapun mendapatkan imbas dengan mengikuti alur yang signifikan dan berproses menjadi sangat lengkap secara substansi. Dengan begitu, dari penggunaan kemudahan teknologi tersebut suatu kepuasan bagi nasabah merupakan sebuah prioritas bagi perusahaan dalam melayani segala bentuk transaksi atau layanan. Kita dapat melihat dan merasakan tentang kepuasan hari ini, tidak hanya berbicara tentang keseuaian produk

---

<sup>2</sup> Zafrullah Ahmad, *et. al*, *Perkembangan Ekonomi Digital di Indonesia*, Fakultas Bisnis dan Ekonomi, Universitas Surabaya, t.t, h. 2

terhadap indikator dan acuan yang telah ditetapkan, justru sebaliknya pada aspek apakah produk tersebut sesuai dengan kebutuhan dan harapan konsumen. Kepuasan konsumen akan menciptakan citra yang baik dan loyalitas terhadap perusahaan tersebut, serta menjadikan perusahaan tersebut dikenal oleh orang banyak.

Pada masa pandemi seperti sekarang ini, aplikasi otentikasi yang dihadirkan oleh PT Taspen Persero sangatlah berguna untuk menjaga protokol kesehatan, dengan melakukan proses otentikasi ini dimana nasabah tidak direpotkan untuk mendatangi kantor lagi untuk melakukan klaim dana pensiun, karena mengingat dengan kondisi pensiunan yang sudah lanjut usia, serta untuk menghemat waktu, inilah salah satu inovasi pelayanan untuk mempermudah pembayaran dana pensiun.



**Gambar 1.1 Transaksi Digital yang terus tumbuh di Indonesia**

(Sumber : [instagram.com/knks](https://www.instagram.com/knks))

Dari gambar tersebut, penulis dapat menyimpulkan bahwasanya dengan diagram batang berwarna biru yang menunjukkan pada tahun 2017, total transaksi digital yang terus meningkat, hal ini diimbangi dengan kemajuan teknologi, jumlah aplikasi pinjaman online, dan digital start up yang merupakan aplikasi yang

memudahkan dalam hal transaksi dan pelayanan. Revolusi teknologi seharusnya yang sudah kita pahami sebagai peluang bisnis baru karena pemerataan akses ke adopsi digital adalah langkah untuk mengurangi ketidaksetaraan pembangunan suatu negara. Dimana negara sebagai penyelenggara dan segala kegiatan masyarakat dan warga negaranya, maka dari hal tersebut perkembangan dan kemajuan pada digital tersebut harus dapat dioptimalkan secara maksimal untuk mendapatkan keuntungan. Penggunaan kartu ATM dan kartu kredit yang menunjukkan perubahan positif dan orang-orang sudah terbiasa kartu tersebut untuk kebutuhan transaksi. Secara jelas, digitalisasi teknologi memiliki peran yang sangat strategis dalam proses pengadaan produk dan jasa dengan waktu yang singkat dan nyaman, mudah, ekonomis, efektif, menghemat waktu dan singkat. Keterlibatan pihak perbankan dan jasa serta layanan yang termasuk dalam bidang perbankan yang konsep penggunaannya secara IT sudah canggih, masyarakat secara luas memberikan apresiasi yang tinggi, baik secara individu atau sektor perusahaan

Secara definitif, yang dimaksud dengan sistem pembayaran adalah satu-kesatuan hal yang berhubungan dengan mutasi pada nominal uang pada pihak pertama terhadap pihak lain yang berhubungan. Beragamnya media yang dapat digunakan pada proses pemindahan sejumlah nominal ini, seperti media yang sederhana sampai media yang canggih atau modern sesuai dengan perkembangan zaman serta adanya dukungan dan keterlibatan instansi keuangan dalam hal pengawasan dalam penegakan aturan. Dalam mengkoordinir dan mengawasi arus lancarnya sistem pembayaran di negara ini dilaksanakan oleh Bank Indonesia sesuai dengan Undang-Undang.<sup>3</sup>

Selama dalam menjalankan tugas yang dimaksud, Ada beberapa prinsip yang dipegang teguh oleh Bank Indonesia, yaitu sebagai berikut: pertama adalah keamanan, yang berarti secara keseluruhan resiko yang ditimbulkan dalam gejala sistem pembayaran, seperti resiko likuiditas, resiko kredit, resiko *fraud* dengan secara maksimal dapat dikelola dan dikendalikan dengan optimal oleh pihak penyelenggara jasa keuangan. Kedua, prinsip efisiensi, yaitu prinsip yang melakukan penekanan pada pihak

---

<sup>3</sup> <https://www.bi.go.id/id/sistem-pembayaran>, diunduh tanggal 25 agustus 2020

penyelenggara jasa keuangan dan *payment system*, bahwasanya layanan ini dapat dimanfaatkan secara universal atau menyeluruh, dengan tujuan biaya yang dikenakan kepada masyarakat akan lebih kecil nominalnya karena diimbangi oleh kenaikan perekonomian. Selanjutnya, prinsip kesetaraan akses yang memiliki arti Bank Sentral tidak menghendaki maraknya eksistensi dari monopoli yang berakibat pendatang baru kesulitan untuk masuk dan mulai bergabung untuk mendukung stabilitas keuangan. Bagian terakhir, terkait kewajiban pihak penyelenggara dalam upaya untuk memberikan perhatian lebih pada *customer protect*. Disamping itu, korelasi terhadap lancarnya alur sistem pembayaran adalah arus diagram pada peredaran rupiah sangat terjaga, sehingga tercipta politik uang bersih atau dalam ruang lingkup masyarakat tidak adanya monopoli permainan rupiah.<sup>4</sup>

Tabungan Asuransi Pegawai Negeri atau yang biasa kita kenal sebagai PT Taspen (Persero) yaitu suatu badan usaha yang termasuk dalam Badan Usaha Milik Negara yang bergerak dibidang asuransi bagi pensiunan yang sudah memasuki usia pensiun yang terdiri dari Aparatur Sipil Negara dan pejabat tinggi negara. Pada umumnya, jenis layanan dan manfaat pada BUMN ini ada 4 jenis produk, yakni, Program Jaminan Kecelakaan Kerja (JKK), Program Tabungan Hari Tua (THT), Program Pensiun, dan Program Jaminan Kematian (JKM).<sup>5</sup> Sebagai BUMN di Indonesia, dalam meningkatkan pelayanan dan kualitas untuk kepuasan nasabah yang merupakan prioritas semua perusahaan, guna mendukung kebijakan pemerintah dalam digitalisasi pembayaran dan kemudahan transaksi yang dahulunya harus mengantri di kantor atau dengan bantuan mobil layanan keliling, tapi sekarang tidak, dengan adanya layanan digitalisasi pembayaran dengan pembayaran klaim pada nasabah yang melakukan transaksi pada PT Taspen ini, namun kegiatan konvensional seperti pengaduan layanan ataupun layanan penggunaan kepada nasabah tetap berjalan seperti biasanya, dan kebijakan digitalisasi ini hanya berfokus pada produk klaim pembayaran dana nasabah/peserta.

---

<sup>4</sup> *Ibid*,

<sup>5</sup> [www.taspen.co.id](http://www.taspen.co.id), di unduh tanggal 21 April 2020

**Tabel 1. 1 Populasi Pensiunan di PT Taspen Persero Cabang Utama Medan**

<b>Tahun</b>	<b>Jumlah Nasabah</b>
2018	83.216
2019	85.946
2020	89.191

(Sumber : *PT Taspen Persero Cabang Utama Medan* )

Penulis disini menyajikan berupa data jumlah pensiunan negeri sipil sebagai mitra penerima manfaat dari perusahaan dimana lokasi yang dijadikan penelitian, yaitu PT Taspen Persero Cabang Utama Medan. Kesimpulan sementara dengan mendapatkan berbagai jenis informasi, bahwasanya pengguna dari aplikasi digitalisasi pembayaran ini adalah ASN dan pejabat tinggi negara yang sudah mulai memasuki masa purnabakti

Penulis masih berkesimpulan, layanan kebijakan digitalisasi ini masih belum efektif, karena masih banyak melihat fenomena yang terjadi di PT Taspen sendiri, dan juga informasi dari para nasabah pengguna layanan ini masih ada kendala dan kesulitan pada proses otentikasi wajah, untuk melihat akurasi pada penggunaan aplikasi ini pada transaksi pembayaran dana pensiun. Penulis berkeinginan mencari solusi sudah sejauh mana pelayanan ini berjalan dengan efektif dan efisien dalam menjangkau nasabah perusahaan

Pandangan penulis kali ini adalah tentang kepuasan nasabah dalam menggunakan digitalisasi pembayaran otentikasi pada sistem pembayaran dana pensiun para nasabah, yang pada umumnya pengguna pada aplikasi adalah orang tua yang sudah pensiun, apakah mereka mengalami kesulitan ketika menggunakan aplikasi ini, atau sebaliknya. Mengingat sekarang kita sudah memasuki era 4.0 apakah kita masih bertahan pada sistem pembayaran konvensional atau mengikuti trend yang ada guna menunjang kredibilitas dan kemajuan pada perusahaan tersebut. Sistem pembayaran ini memudahkan para nasabah untuk tidak perlu lagi datang ke kantor dan mengantri, cukup dengan menggunakan aplikasi yang ada, maka transaksi dapat dilakukan, maka dari hal

tersebut, penulis akan melakukan riset lebih lanjut guna mengetahui keefektifan atau sebaliknya dengan variabel-variabel yang telah ditentukan.

Kebijakan digitalisasi yang dimaksud pada PT Taspen Persero adalah Otentikasi dimana sebuah aplikasi yang menggunakan otentikasi wajah, mata dan anggota tubuh lainnya, guna memudahkan para peserta/ nasabah dalam pencairan dana klaim atau transaksi lainnya agar tidak perlu repot mengantri dan harus ke bank atau kantor pos terdekat.

Dari pemaparan latar belakang dan teori yang digunakan untuk mendukung penelitian ini dan apakah kebijakan digitalisasi ini membuat konsumen puas atas pelayanan dan kemudahan dalam transaksi pada peserta/nasabah maka, penulis bermaksud untuk mengkaji dan mengulas lebih dalam dengan penelitian yang berjudul : **PENGARUH PENGGUNAAN APLIKASI OTENTIKASI TERHADAP KEPUASAN NASABAH DALAM BERTRANSAKSI (Studi Kasus PT Taspen Persero Cabang Utama Medan)**

#### **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang dipaparkan penulis pada bagian sebelumnya, untuk mendukung penelitian ini, secara detail penulis akan membahas dengan melakukan pengidentifikasian permasalahan sebagai berikut :

1. Pada situasi dan kondisi kantor pelayanan masih banyak peserta/ nasabah yang antri untuk melakukan transaksi manual/ konvensional.
2. Sudah sejauh mana langkah perusahaan dalam mensosialisasikan dan mengedukasi tentang penggunaan aplikasi otentikasi pada transaksi pembayaran dana pensiun peserta/ nasabah.
3. Tentang aplikasi otentikasi ini apakah para peserta/ nasabah perusahaan tersebut sudah merasa puas atau belum dan apakah merasa kesulitan dalam menggunakan aplikasi ini
4. Masih ada kendala pada penggunaan aplikasi otentikasi ini, dimana harus lebih dari satu kali dalam melakukan otentikasi wajah, apakah hambatan tersebut membuat peserta/ nasabah merasa tidak puas dan memilih klaim melalui kantor cabang, kantor pos, atau bank mitra terdekat.

### C. Batasan Masalah

Berdasarkan pengidentifikasian permasalahan yang sudah dijelaskan sebelumnya, selanjutnya penulis akan melakukan batasan masalah agar pokok permasalahan tidak keluar dari pembahasan, yaitu sebagai berikut :

1. Peserta/ nasabah yang menggunakan aplikasi otentikasi pada klim dana pensiun
2. Dalam penggunaan aplikasi otentikasi ini dapat mempercepat transaksi dan mengetahui apakah klim dana pensiun sudah diproses dan masuk ke rekening peserta/nasabah
3. Data yang di input pada aplikasi otentikasi ini aman dan dapat dilakukan dimana saja
4. Jika peserta/ nasabah ingin melakukan otentikasi sangat akurat dalam proses pengenalan wajah dan transaksi yang dilakukan lancar.
5. Pada penggunaan digitalisasi pembayaran ini nasabah percaya pada proses pelayanan dan tidak mengandung unsur penipuan yang menyalahgunakan data peserta/ nasabah
6. Sebagai sumber rujukan, pada proses penelitian ini penulis menggunakan data yaitu pada peserta/ nasabah pensiunan tahun 2020 yang datanya diperoleh dari lokasi penelitian yaitu PT Taspen Persero Cabang Utama Medan.

### D. Perumusan Masalah

Terkait dengan latar belakang permasalahan yang telah dijabarkan, selanjutnya ada perumusan masalah yang digunakan dan akan dikaji, sehingga dapat mempermudah penulis dalam mengkaji secara empiris pada proses kegiatan penelitian dan penulisan tugas akhir ini. Perumusan permasalahan dari uraian yang telah dijelaskan, yaitu sebagai berikut :

1. Apakah *service quality* pada penggunaan Aplikasi Otentikasi berpengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction* PT Taspen Persero Cabang Utama Medan dalam bertransaksi ?

2. Apakah *trusted rate* pada penggunaan Aplikasi Otentikasi berpengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction* PT Taspen Persero Cabang Utama Medan dalam bertransaksi ?
3. Apakah penggunaan Aplikasi Otentikasi sudah efektif dan berpengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction* PT Taspen Persero Cabang Utama Medan dalam bertransaksi ?
4. Apakah *service quality*, *trusted rate of customer*, dan *effectiveness* pada penggunaan Aplikasi Otentikasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah PT Taspen Persero Cabang Utama Medan dalam bertransaksi ?

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

Melalui perumusan masalah yang telah dipaparkan pada bagian sebelumnya, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh kualitas pelayanan pada penggunaan Aplikasi Otentikasi terhadap kepuasan nasabah PT Taspen Persero Cabang Utama Medan dalam bertansaksi
2. Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh kepercayaan nasabah dalam menggunakan Aplikasi Otentikasi terhadap kepuasan nasabah PT Taspen Persero Cabang Utama Medan dalam bertansaksi
3. Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh efektivitas pada penggunaan Aplikasi Otentikasi terhadap kepuasan nasabah PT Taspen Persero Cabang Utama Medan dalam bertansaksi
4. Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, kepercayaan dan efektivitas pada penggunaan Aplikasi Otentikasi terhadap kepuasan nasabah PT Taspen Persero Cabang Utama Medan dalam bertansaksi



## **F. Manfaat Penelitian**

Semua penelitian pada umumnya bermanfaat bagi siapa saja yang membacanya dan dari beberapa pihak yang ikut terlibat, adapun manfaat dari penulisan dan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi Penulis, menambah wawasan secara akademisi pengetahuan baik secara praktis dan teoritis tentang digitalisasi pembayaran dan pengimplementasian ilmu yang pernah didapatkan selama menempuh pendidikan perkuliahan.
2. Bagi PT Taspen Persero Cabang Utama Medan, sebagai langkah awal atau indikator referensi acuan dalam mengambil kebijakan dan masukan bagi perusahaan guna langkah hal apa yang akan dilakukan dalam meningkatkan pelayanan jasa kepada peserta/nasabah
3. Bagi Akademisi, hasil dari penelitian ini diharapkan sebagai salah satu bahan rujukan untuk memotivasi pada penulisan karya ilmiah yang lain sebagai sumber referensi.
4. Bagi masyarakat, dengan hadirnya hasil dari kegiatan penelitian ini, masyarakat dapat memberikan kritik dan saran atau masyarakat yang ingin mengetahui tentang keputusan dalam bertransaksi dengan digitalisasi pembayaran pada PT Taspen Persero Cabang Utama Medan.

## **BAB II**

### **KAJIAN TEORITIS**

#### **A. Dana Pensiun**

##### **1. Pengertian Dana Pensiun**

Pengelolaan dana pensiun di Indonesia diselenggarakan oleh lembaga dalam pemerintah maupun swasta. Yang termasuk dalam ruang lingkup konsep penyelenggaraan dana pensiun di Indonesia yakni, Jamsostek, sebuah program kontribusi atau iuran tetap wajib untuk karyawan swasta dan BUMN di bawah Departemen Tenaga Kerja dan Transmigrasi. Akan tetapi, Departemen Keuangan memegang peranan dalam pengawasannya (Undang-undang No. 3/1992). TASPEN, yaitu tabungan pensiun pegawai negeri sipil dan program pensiun swasta (dana pensiun lembaga keuangan dan dana pensiun yang di sponsori pemilik usaha) yang bertanggungjawab oleh Departemen Keuangan (Keputusan Presiden No. 8/1997), dan ASABRI dana pensiun angkatan bersenjata, berada dibawah Departemen Pertahanan (Keputusan Presiden No. 8/1997. Program diatas diregulasi melalui aturan hukum yang sesuai dengan regulator programnya. Disamping itu, adapula UU No. 40/2004 tentang sistem Jaminan Sosial Nasional yang terbit tahun 2004. Dalam Undang-undang tersebut, dalam upaya untuk mencapai kesejahteraan (mengurangi jumlah angka kemiskinan, diusahakan dengan mewujudkan rasa keamanan bagi setiap individu di negara ini, mulai ia dilahirkan sampai dengan meninggal dunia, yang berupa program perlindungan sosial masyarakat di bidang kesehatan, resiko dan kejadian keselamatan kerja, penjaminan menuju usia senja, pensiun dan kematian.<sup>1</sup>

Berdasarkan UU No. 11 tahun 1992 yaitu tentang Dana Pensiun adalah sebuah badan hukum organisasi atau perusahaan yang memfasilitasi dan secara konseptual sebagai pelaksana program benefit tentang pensiunan. Dapat disimpulkan dari pemaparan sebelumnya, dana pensiun yang bertujuan dalam mensejahterakan anggota atau karyawan yang tergabung dalam suatu perusahaan

---

<sup>1</sup> Andri Soemitra, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, Edisi Kedua, (Depok: Penerbit Kencana, 2009), h. 290

terutama yang telah memasuki pensiun dalam cakupan perusahaan swasta atau pegawai negeri.<sup>2</sup>

Sebagai tambahan, yang dimaksud dengan pensiun yaitu hak individu dalam upaya mendapatkan penghasilan pada masalah sudah memasuki usia batas bekerja pada rentang waktu yang telah ditentukan, baik dalam perhitungan tahunan berdasarkan perjanjian antara individu dengan perusahaan terkait dimana aturan individu tersebut bekerja. Dapat disimpulkan, secara sederhana kegiatan dana pensiun ini secara operatif adalah hasil dari pungutan dana penghasilan dari individu yang dengan menggunakan konsep pemtongan gaji yang diterima setiap bulan yang dialokasikan sebagai tabungan dana pensiun serta sesuai dengan kesepakatan perhitungannya. Untuk mendapatkan keuntungan yang lebih maksimal, dana tersebut akan diolah dan diinvestasikan kedalam berbagai instrumen sesuai dengan aturan dan yang diinginkan oleh individu tersebut.<sup>3</sup>

Berdasarkan pengertian diatas, dapat simpulkan bahwasnya dana pensiun adalah sebuah lembaga pemerintah atau pihak swasta yang menangani tentang dana pensiun pada karyawan atau tenaga kerja yang diterima oleh pihak terkait dengan perjanjian atau peraturan yang berlaku sehingga mendapatkan imbalan dana pensiun.

## **2. Fungsi dan Tujuan Dana Pensiun**

Dana Pensiun diselenggarakan oleh pemerintah pastinya ada tujuan yang akan diperoleh, yang dapat dilihat dari aspek kepentingan perusahaan, nasabah, dan lembaga pengelolaan dana pensiun dapat dijelaskan sebagai berikut:<sup>4</sup>

### *a. Corporate*

- 1) Kewajiban moral, adalah dalam pelaksanaannya perusahaan memiliki kewajiban secara moral dalam mewujudkan dan meyakinkan kepada karyawan bahwasanya keamanan akan

---

<sup>2</sup> *Ibid*, h. 292

<sup>3</sup> Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, (Jakarta :PT Rja Grafindo Persada, 2013), h. 290

<sup>4</sup> Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, Edisi Revisi ,(Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2008), h. 326

menyertai terhadap masa depan setelah mereka tidak bekerja lagi atau memasuki masa pensiun.

- 2) Loyalitas, yang artinya harapan perusahaan pada karyawan pelaksana memiliki nilai loyalitas sehingga tercipta peningkatan kinerja dan dorongan untuk melakukan kewajiban sebagai seorang karyawan, dengan begitu produktifitas perusahaan juga akan meningkat dan berkembang
- 3) Persaingan pada Sumber Daya, yang perusahaan memiliki daya persaingan yang baik, dalam upaya merekrut tenaga kerja sebagai sumber daya yang optimal dan profesional di pasar tenaga kerja
- 4) Pemberian *reward* terhadap para karyawan atau tenaga kerja yang berdedikasi dengan waktu yang telah ditentukan oleh perusahaan.
- 5) Dalam upaya menikmati hasil yang didapatkan selama berkontribusi menjadi karyawan di perusahaan, dengan begitu, karyawan dapat sejahtera setelah habis masa dedikasinya
- 6) Akan menjadi nilai tambah pada *branding* perusahaan di mata khalayak banyak dan pemerintahan dalam menunjang kesejahteraan karyawannya

b. Peserta

- 1) Keamanan yang didapatkan dan perkiraan pada masa depan setelah mereka mencapai masa pensiun sehingga, akan mendapatkan pendapatan tetap pada saat mereka mencapai usia purnabakti dan dapat memenuhi kebutuhannya
- 2) Kompensasi yang lebih baik, dimana yang menjadi dan tergabung dalam kepesertaan mendapatkan kompensasi yang layak, demikian adanya tambahan tersebut dapat dinikmati ketika masa kerja sudah habis

c. Pihak penyelenggara dana pensiun

- 1) Pengelolaan yang baik sehingga dana yang didapatkan pada iuran pensiunan akan diperoleh keuntungan bagi perusahaan

- 2) Berpartisipasi dan aktif dalam upaya program pemerintah sehingga terjadinya keselerasan dan kesejahteraan sosial pada karyawan perusahaan
- 3) Sebagai bakti sosial terhadap para peserta.

Adapun tujuan eksistensi program dana pensiun untuk para peserta, sebagai berikut :

- a. Asuransi, adalah suatu keadaan atau kondisi dimana nasabah atau karyawan meninggal dunia atau terjadi suatu hal kecacatan fisik sebelum masuk usia purnabakti, sehingga mendapatkan uang duka atau tanggungjawab atas kerugian atau musibah yang dilalui, dengan hak pada ahli waris atau keluarga yang ditinggalkan
- b. *Saving*, adalah sekumpulan kontribusi iuran yang diberikan oleh karyawan dan perusahaan dengan mengatasmamakan diri pribadi dan dapat dilihat setiap bulan perkembangannya
- c. Pensiun, adalah seluruh kontribusi berupa dana yang diberikan oleh peserta dan perusahaan dengan hasil dana yang dikelola tersebut akan diberikan dan disalurkan berupa benefit dan keuntungan terhitung pada awal bulan usia peserta pensiunan sampai dengan akhir usia peserta yang telah berkontribusi baik dengan status janda/duda.

## **B. Otentikasi**

Otentikasi adalah suatu aplikasi yang digunakan untuk mengetahui bahwasanya penerima manfaat pensiun masih hidup atau absensi untuk pengambilan uang pensiun, yang dilakukan melalui *smartphone*, dan otentikasi ini wajib dilakukan setiap bulan sebelum pengambilan dana pensiun, dan pada awalnya ketika memasuki masa pensiun, calon pensiunan wajib melaporkan diri ke Kantor PT Taspen Persero Cabang terdekat. Setelah itu tidak perlu lagi datang ke kantor, karena otentikasi dapat dilakukan secara mandiri, atau melalui bank mitra pembayaran dana pensiun nasabah dengan menggunakan aplikasi yang bernama *New E-Dapem*. Namun apabila nasabah tidak melakukan

otentikasi 3 bulan berturut-turut, maka pihak taspen akan melakukan pelaporan atau tagihan sebagai rekening pasif kepada bank mitra bayar atau nasabah.<sup>5</sup>

Tabungan dan Asuransi Dana Pensiun atau dapat disingkat PT Taspen (Persero) adalah satu dari sekian perusahaan yang berplat merah dengan kategori jenis usaha pada bidang jasa dan keuangan pensiun, dalam prinsip penyelenggaraannya berkontribusi pada kepuasan layanan pensiunan dan jaminan dana hari tua bagi pegawai negeri sipil dan pejabat negara, Taspen ini termasuk dalam kategori jasa asuransi bidang sosial dengan pelayanan yang bertujuan memenuhi kebutuhan dana pensiun sehingga adanya kesejahteraan pada pensiunan.<sup>6</sup> Otentikasi yaitu sebuah proses validasi dan pemverifikasian data dan wajah yang dilakukan oleh penerima manfaat dana pensiunan, proses ini dilakukan setiap bulannya dengan tujuan untuk memastikan data tersebut benar dan apakah pembayaran sudah masuk ke dalam rekening peserta. Inovasi pada layanan ini bertujuan untuk memberikan efektifitas dan rasa aman pada penggunaannya, sehingga tidak perlu repot untuk berkunjung ke mitra pembayaran, jadi dapat disimpulkan, peserta dapat mengambil uang pensiun yang diterima setiap bulannya dimana dan kapan saja sesuai dengan aturan dan ketentuan yang berlaku. Sebelum melakukan aktivasi pada aplikasi Otentikas ini, peserta melakukan perekaman data biometrik dan *enrollment* di PT Taspen Persero.<sup>7</sup>

## C. Kualitas Pelayanan

### 1. Definisi Kualitas Pelayanan

Kualitas memiliki arti pengertian kadar, mutu, atau tingkat baiknya suatu hal.<sup>8</sup> Sedangkan pelayanan adalah usaha untuk memenuhi apa yang diinginkan

---

<sup>5</sup> Hadi Wicaksana, Staff Sistem Teknologi Informasi Otentikasi PT Taspen Persero Cabang Utama Medan, wawancara di Medan, Tanggal 16 Desember 2020.

<sup>6</sup> Rafika Sari Nasution, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pensiun Pegawai Negeri Sipil (PNS) pada PT Taspen (Persero) Cabang PematangSiantar* dalam *Jurnal SULTANIST*, Volume 2, Nomor 2, 2014, h. 30

<sup>7</sup> Media Taspen, Edisi 118, 2019, h. 59

<sup>8</sup> Fajri, Em Zul, dan Ratu Aprilia Senja. *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*. (Semarang: Difa Publishers, 2008), h. 492

oleh nasabah atau pelanggan, akses yang diberi berkaitan dengan transaksi suatu produk (produk dan pelayanan).<sup>9</sup> Kualitas pelayanan adalah sebagai indikator standar bagaimana *rate* pelayanan yang diraskaan oleh pelanggan sudah sesuai dengan ekspekstasi dan harapan *customer*.<sup>10</sup>

*Quality of service* yaitu sebagai standar indikator yang diberikan oleh karyawan dengan adanya beberapa tingkatan kepada konsumen atau nasabah pengguna apakah sudah sesuai dengan ekspekstasi pengguna atau nasabah ukuran seberapa bagus, namun yang perlu diperhatikan yaitu, pada kualitas pelayanan, kita berbicara tentang jasa bukan barang atau produk unggulan.<sup>11</sup>

Dapat diisimpulkan dari pemaparan diatas dapat kita simpulkan disimpulkan, yaitu kualitas pelayanan merupakan usaha, keunggulan, atau prioritas yang dimana diperuntukkan oleh suatu perusahaan, lembaga, dan organisasi untuk menciptakan pemenuhan kebutuhan dan kemudahan yang diterima atau di dapatkan dan sesuai dengan harapan pelanggan.

## 2. Kualitas Pelayanan dalam Islam

Dalam ekonomi konvensional, *choice* berdasarkan atas keinginan setiap individu. Individu dapat memperkirakan dan melihat hukum dan aturan agama, namun dapat mengabaikannya. Sebaliknya pandangan pada ekonomi syariah, sebuah keputusan atau pilihan yang kita lakukan tidak dapat dipilih sesuai kehendak, karena harus didasarkan pada tuntunan sumber ajaran islam, yaitu Kalam Allah SWT dan Hadits. Seperti sebagaimana dijelaskan pada Surah At-Takaatsur ayat 1-5, yaitu :<sup>12</sup>

---

<sup>9</sup> Tim Penyusun Kamus. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Edisi 3. Cetakan kedua. (Jakarta: Balai Pustaka, 1989), h. 646.

<sup>10</sup> Tjiptono, *et.al.*, (2005). *Service, Quality & Satisfaction*. (Yogyakarta: Andi, 2005), h. 157

<sup>11</sup> Kotler, Philip & Kevin. “*Manajemen Pemasaran*”. Edisi ketigabelas. Jilid Satu. (Jakarta: Erlangga, 2009), h. 100

<sup>12</sup> Q.S At-Takaatsur (102): 1-8

أَلْهَنُكُمْ التَّكَاثُرَ ﴿١﴾ حَتَّىٰ زُرْتُمُ الْمَقَابِرَ ﴿٢﴾ كَلَّا سَوْفَ تَعْلَمُونَ ﴿٣﴾ ثُمَّ كَلَّا سَوْفَ  
 تَعْلَمُونَ ﴿٤﴾ كَلَّا لَوْ تَعْلَمُونَ عِلْمَ الْيَقِينِ ﴿٥﴾ لَتَرَوُنَّ الْجَحِيمَ ﴿٦﴾ ثُمَّ لَتَرَوُنَّهَا  
 عَيْنَ الْيَقِينِ ﴿٧﴾ ثُمَّ لَتَسْأَلَنَّ يَوْمَئِذٍ عَنِ النَّعِيمِ ﴿٨﴾

Artinya : (1) Bermegah-megahan telah melalaikan kamu, (2) Sampai kamu masuk ke dalam kubur, (3) Janganlah begitu, kelak kamu akan mengetahui (akibat perbuatanmu itu), (4) dan janganlah begitu, kelak kamu akan mengetahui, (5) janganlah begitu, jika kamu mengetahui dengan pengetahuan yang yakin, (6) niscaya kamu benar-benar akan melihat neraka Jahiim, (7) dan Sesungguhnya kamu benar-benar akan melihatnya dengan 'ainul yaqin, (8) kemudian kamu pasti akan ditanyai pada hari itu tentang kenikmatan (yang kamu megah-megahkan di dunia itu).

Ayat diatas menjabarkan perihal manusia yang lalai dan lupa terhadap ibadah dan mengagungkan Allah SWT. Sedangkan tujuan dari penciptaan hamba hanyalah untuk beribadah kepadaNya. Ibadah yang kita lakukan hanya bertujuan kepada allah semata dan tidak melakukan ibadah yang dilarang kepada selain allah.

Fasilitas yang diberikan dalam menggunakan pelayanan akan terlihat semu tanpa adanya *reability* (kehandalan) dari pelaku bisnis. Kehandalan dalam suatu bisnis dapat kita lihat dari ketepatan dalam memenuhi janji secara akurat dan terpercaya. Allah sangat menganjurkan kepada umatnya untuk selalu menjadi orang yang tepat janji, sehingga apa yang dirasakan oleh pengguna jasa sangat sesuai dengan kualitas pelayanan. Hal tersebut sesuai dengan ayat Al-Qur'an surat An-Nahl ayat 91, yaitu :<sup>13</sup>

وَأَوْفُوا بِعَهْدِ اللَّهِ إِذَا عَاهَدْتُمْ وَلَا تَنْقُضُوا الْأَيْمَانَ بَعْدَ تَوْكِيدِهَا وَقَدْ جَعَلْتُمُ اللَّهَ  
 عَلَيْكُمْ كَفِيلًا ۚ إِنَّ اللَّهَ يَعْلَمُ مَا تَفْعَلُونَ ﴿٩١﴾

<sup>13</sup> Q.S An-Nahl (16) : 91.



Artinya : “Dan tepatilah Perjanjian dengan Allah apabila kamu berjanji dan janganlah kamu membatalkan sumpah-sumpah(mu) itu, sesudah meneguhkannya, sedang kamu telah menjadikan Allah sebagai saksimu (terhadap sumpah-sumpahmu itu). Sesungguhnya Allah mengetahui apa yang kamu perbuat”.

### 3. Indikator Kualitas Pelayanan

Terdapat indikator-indikator yang menyatakan hubungan kualitas pelayanan, dimana dapat dijadikan acuan sebuah kualitas pelayanan dapat dikatakan baik atau sebaliknya. Adapun indikator kualitas pelayanan yaitu :<sup>14</sup>

- a. Keandalan (*Reliability*), terkait dengan mumpuninya suatu *company* dalam upaya pemenuhan services penuh akurasi dalam tahap awal pelaksanaannya tanpa melakukan suatu kesalahan yang dimana sesuai dengan kesepakatan dan nilai kontrak waktu
- b. Daya Tanggap (*Responsiveness*), berkaitan hal tentang bersedia dan adaptif seluruh staff perusahaan dalam memenuhi dan menuruti kemauan dan kebutuhan nasabah atau pelanggan secara tepat dan cepat
- c. Penjaminan (*Assurance*), yakni sikap dan perilaku seluruh staff perusahaan yang dapat merangsang tumbuh rasa percaya ke pelanggan sehingga, para pelanggan merasa aman. Penjaminan ini memiliki makna seluruh karyawan selalu bertingkah laku baik dan ramah, sehingga ketika terjadi permasalahan mereka akan tanggap dalam menyelesaikannya.
- d. Empati (*Empathy*), bermakna bahwaanya *company* secara aktif harus dapat paham dan secara tegas paham akan permasalahan yang terjadi pada nasabah secara profesional, serta memberikan kenyamanan bagi para nasabah atau pengguna, namun sewajarnya saja
- e. Bukti Fisik (*Tangibles*), berhubungan dengan nilai fisik atau hal yang dapat dilihat dan dirasakan secara langsung sebagai daya tarik perusahaan dalam kegiatan operasinya.

---

<sup>14</sup> Kumpulan Artikel Hasil Penelitian Bisnis dari Jurnal Strategic, *Manajemen Bisnis* (Berbasis Hasil Penelitian), Cetakan Satu tahun 2007, (Bandung: Alfabeta, 2006), h. 198

## **D. Kepercayaan Nasabah**

### **1. Definisi Kepercayaan Nasabah**

Berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia, kepercayaan yaitu sesuatu yang kita yakini atau asumsi terhadap sesuatu yang kita memiliki nilai kepercayaan itu benar akan keberadaannya dan nyata.<sup>15</sup> Bahwasanya kita sebagai manusia yang merasakan sesuatu hal dapat dilihat, didengar dengan wujudnya membuat kita percaya terhadap hal tersebut. Kepercayaan adalah suatu membenaran atau memang benar adanya pada objek yang kita percaya, yakin akan nilai kejujuran dan benar apa adanya, nilai moral, dan lainnya terhadap orang yang kita mempunyai nilai kepercayaan.<sup>16</sup>

Dari pengertian di atas dapat penulis simpulkan bahwasanya kepercayaan nasabah adalah sesuatu hal yang dipercayai oleh nasabah atau pengguna jasa suatu perusahaan dengan cara mereka merasakan layanan yang baik, produk, dan hal yang dirasakan guna mencapai tujuan perusahaan, yaitu memuaskan nasabah atau konsumen.

### **2. Membangun Kepercayaan Nasabah**

Kepercayaan yaitu satu dari sumber atau modal dari nilai utama atau tameng utama bagi seluruh perusahaan dengan beraneka macam kegiatan operasionalnya, dapat dikatakan juga, perusahaan asuransi dan dana pensiun bisa mempunyai nilai jual dipasaran dan *branding* yang baik sehingga maju dikarenakan tingkat kepercayaan dari pengguna yang mempercayai mereka melalui jasa layanan dan produk yang diberikan.<sup>17</sup> Kepercayaan merupakan nilai utama bagi perkembangan atau mundurnya suatu bank syariah, yang artinya dimana tanpa ada rasa kepercayaan pada nasabah, bank syariah tidak dapat

---

<sup>15</sup> Tim Penyusun Kamus. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Edisi 3. Cetakan kedua. (Jakarta: Balai Pustaka, 1989), h. 856.

<sup>16</sup> Salim, Peter dan Yani Salim. *Kamus Bahasa Indonesia Kontemporer*. (Jakarta: Graha Persada, 1991), h. 1573

<sup>17</sup> Chatra, Emeraldy dan Rulli Nasrullah. *Public Relations Strategi Kehumasan Dalam Menghadapi Krisis*. (Bandung: PT Salamadani Pustaka Semesta, 2008), h. 26

menjalankan kegiatan usahanya untuk mendukung kinerja perusahaan.<sup>18</sup> Hal ini menurut penulis berlaku juga pada bidang jasa layanan keuangan lainnya, seperti asuransi dan dana pensiun, karena mengutamakan kepercayaan nasabah dalam prinsip operasinya.

Kepercayaan memiliki kedudukan yang sangat penting dalam mempengaruhi loyalitas pada nasabah. Oleh sebab itu, dalam rangka upaya untuk membuat nasabah percaya terhadap bank syariah atau jasa keuangan lainnya, maka nasabah harus merasakan sendiri kualitas layanan yang diberikan bank syariah dan jasa keuangan lainnya. Dengan pada akhirnya, kepercayaan yang diciptakan akan menjadi ujung tombak sehingga menjadi awal mula terjadinya rasa kepercayaan sehingga nasabah pun akan loyal pada bank syariah atau jasa keuangan lainnya tersebut, begitu pula dengan layanan jasa keuangan non bank lainnya, nasabah harus merasakan kualitas layanan yang diberikan oleh perusahaan.<sup>19</sup>

Berikut akan dijelaskan tentang tiga faktor penting dalam membangun rasa kepercayaan pada konsumen atau nasabah yang bersumber dari indera pendengaran, yaitu sebagai berikut:<sup>20</sup>

- a. Individu yang memperlihatkan perasaan hormat pada apa yang diucapkan oleh pengguna atau nasabah, maka akan terjadi hubungan timbal balik kepercayaan
- b. Perusahaan akan dipercaya, apabila dalam pemenuhan mendengar dan memberikan bantuan pada upaya masalah dan penyelesaiannya pada nasabah atau pelanggan dan itu akan memiliki nilai tambah bagi perusahaan

---

<sup>18</sup>Hermansyah. *Hukum Perbankan Nasional Indonesia. Edisi 2.* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013), h. 19

<sup>19</sup> Semuel, Hatane. *Customer Relationship Marketing Pengaruhnya Terhadap Kepercayaan dan Loyalitas Perbankan Nasional.* Universitas Kristem Petra Surabaya, dalam *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol. 7, No. 1, 33-41, 2012, h. 34

<sup>20</sup> Ellena, Frieda. *Analisis Pengaruh Kepercayaan, Komitmen, Komunikasi dan Penanganan Keluhan Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Pada Nasabah PT. BRI (Persero) Tbk. Cabang Pemalang).* Skripsi. Semarang : Universitas Diponegoro, 2011, h. 21

- c. Keterbukaan informasi yang dimiliki oleh perusahaan namun dengan konsep yang jelas dan informasi hal apa yang diperlukan, hal tersebut dapat mendukung meningkatnya nilai kepercayaan dan semakin maksimal

Disamping hal sudah disampaikan diatas, menurut penelitian Banner pada tahun 2003, ada empat point penting terkait kepercayaan, yaitu: <sup>21</sup>

- a. Kepercayaan yaitu hasil dari adanya pengembangan masa silam dan kejadian atau hal yang terjad di masa lampau
- b. Mudah dipercaya dan dapat diandalkan, hal tersebut tersebut hal diharapkan dari mitra perusahaan
- c. Kepercayaan yaitu, melibatkan bagaimana kesediaan kita bagaimana jika dihadapan pada sebuah resiko
- d. Perasaan aman dan percaya diri perlu dilibatkan yang bertujuan untuk memperkuat rasa percaya antar sesama karyawan dan perusahaan

Faktor-faktor yang memberikan kontribusi bagi terbentuknya kepercayaan adalah sebagai berikut :<sup>22</sup>

- a. *Shared Value*

Yang dimaksud dengan nilai yaitu suatu nilai yang menjadi fundamental yang bertujuan membangun rasa kepercayaan. Orang yang terlibat dan saling mengadakan interaksi, tujuan dan visi yang sama akan berpengaruh terhadap pola perilaku yang sama untuk

---

<sup>21</sup> Setyawan, Bagus Dwi. *Pengaruh Kualitas Produk Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening*. Skripsi. Semarang : Universitas Negeri Semarang, 2013, h. 28

<sup>22</sup> Khotimah, Khusnul. *Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Menabung Pada Kantor Cabang Utama PT. Bank Pembangunan Daerah Papua Di Jayapura* dalam Jurnal FuturE , Vol. 1, No. 1, 2013, h. 28

membangun rasa kepercayaan, akan tetapi nilai konsistensi yang di pegang harus dipertahankan.

b. *Interdependence*

Untuk mengurangi resiko, salah satu rekan yang nilai kepercayaannya kurang akan membina dan menjalin hubungan yang rekan yang ia percayai, dalam hal ini, tidak adanya intervensi dan bersifat bebas.

c. *Quality Communication*

Kualitas dari informasi yang teratur, yang terdiri dari informasi formal dan informasi yang dapat meningkatkan ekspektasi terhadap sesuatu, pemecahan masalah, dan meredakan ketidakpastian. Hubungan pembicaraan dan pembagian informasi yang dilaksanakan untuk mencapai hasil tujuan adanya rasa percaya, harus dilaksanakan dengan ketentuan yang berlaku dan berkualitas, efektif, tepat waktu. Komunikasi yang positif akan menimbulkan kepercayaan dan akan menjadi komunikasi yang baik dimasa yang akan datang dalam memberikan pelayanan yang baik kepada nasabah.

d. *Nonopportunistic Behavior*

Perusahaan dilarang dalam bersikap oportunistis, yaitu hanya mementingkan diri sendiri tanpa memperdulikan nasabah, karena akan menghambat terbentuknya kepercayaan bagi nasabah. Untuk menghasilkan hubungan yang jangka panjang, diperlukan keterlibatan semua aspek dan sumber daya dalam tindakan guna adanya peningkatan terhadap pembagian benefit dalam rentang tertentu

### **3. Indikator Kepercayaan Nasabah**

Tolak ukur atau indikator pada kepercayaan nasabah yaitu adalah untuk mengukur hal-hal apa saja yang menjadikan acuan agar nasabah tetap percaya

pada jasa layanan atau produk pada perusahaan atau organisasi yang kita lakukan. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Mayer pada tahun 1995, adapun yang termasuk dalam indikator kepercayaan nasabah adalah, sebagai berikut:<sup>23</sup>

a. Kemampuan (*Ability*)

Kemampuan yaitu sekumpulan keterampilan, keahlian dan ciri khas yang dimiliki oleh seorang individu yang memungkinkan seorang pihak *skills* yang spesifik. Keahlian bukan hanya berbicara tentang memberikan pelayanan kepada individu, tetapi lebih menekankan pada hal tentang kemampuan dalam melakukan kegiatan bisnis, sehingga nasabah merasa puas dan percaya. Dalam hal ini, kemampuan jenis pelayanan keuangan atau perbankan harus mampu dalam menyediakan, melayani, sampai menjaga keamanan transaksi dari gangguan pihak lain, sehingga konsumen merasa puas setelah menggunakan layanan tersebut. Hal tersebut dapat kita lihat pada kondisi, dimana karyawan pada perusahaan jasa keuangan atau non keuangan lainnya memberikan jasa yang mereka inginkan dengan efektif dan efisien serta memiliki nilai kualitas sehingga tercipta ilai kepercayaan yang tinggi

b. Kebaikan Hati (*Benevolence*)

Kebaikan Hati (*benevolence*) adalah seberapa jauh jasa perusahaan keuangan atau non keuangan lainnya dalam pemenuhan kualitas yang baik bagi nasabahnya. Kebaikan hati akan berdampak pada hubungan komunikasi yang baik antar individu. Hal ini diikuti dengan keinginan pihak penyelenggara jasa keuangan atau non keuangan dalam memberikan kepuasan yang saling memberikan manfaat diantara kedua belah pihak. Contohnya, pada karyawan yang secara profesional, membelakangkan kepentingannya dibanding kepentingan pelanggan, satpam yang memberikan salam hangat

---

<sup>23</sup>Susanti, Vivi dan Cholichul Hadi. *Kepercayaan Konsumen dalam Melakukan Pembelian Gadget Secara Online*. Universitas Airlangga Surabaya dalam Jurnal Psikologi Industri dan Organisasi, Vol. 02. No. 1, 1-7, 2013.

kepada nasabah, dan pemberian masa durasi rentang waktu pada peminjaman dana kredit

c. Integritas (*Integrity*)

Integritas adalah persepsi nasabah bahwa jasa keuangan atau non keuangan yang memiliki hubungan pada serangkaian prinsip yang nobatkan kepada nasabah, artinya yaitu tentang hal yang sudah dikatakan sesuai perjanjian oleh perusahaan pada nasabah harus sesuai dengan jasa pelayanan yang diberikan dan didapatkan. Hal ini memiliki ciri keadaan atau perilaku kondisi yang dirasakan oleh nasabah atau pelanggan sesuai dengan fakta dilapangan

### **E. Konsep Efektivitas**

Kata Efektif berasal dari istilah bahasa asing “*effective*” dimana artinya berhasil, sebuah hal dilakukan dan tujuannya mendapatkan hasil yang baik. Kata efektivitas pada awalnya berasal dari kata “efek” yang penggunaannya untuk menggambarkan sebuah korelasi sebab dan akibat yang terjadi. Efektivitas dapat dikatakan sebagai sebuah indikator dari dampaknya suatu penyebab dari indikator lainnya. Efektivitas dapat dikatakan pada apa yang telah ditentukan terlebih dahulu bisa tercapai tujuan yang dimaksud, dengan sebutan lainnya visi dan misi mencapai tujuannya karena berkat proses operasional yang baik dan dukungan lainnya.<sup>24</sup> Pentingnya suatu efektivitas dalam pencapaian tujuan organisasi dan efektivitas merupakan kunci dari kesuksesan dalam suatu organisasi.<sup>25</sup> Dalam sebuah organisasi perusahaan, untuk mencapai tujuan, efektivitas ini sangat dibutuhkan karena dalam pelaksanaannya diperlukan perencanaan dan eksekusi yang baik, agar konsep dari sebuah perusahaan yang direncanakan berdampak baik bagi kinerja perusahaan, begitu pula pada kepuasan nasabah yang menggunakan layanan tersebut.

Dari berbagai pandangan terhadap definisi efektivitas maka suatu yang menjadi penekanan dari pengertian efektivitas adalah visi dan misi dan sasaran

---

<sup>24</sup> Pasolong, Harbani. *Teori Administrasi Publik*. (Bandung: Alfabeta, 2010), h. 3

<sup>25</sup> Kuniawan, Agung. *Transformasi Pelayanan Publik*. (Jakarta: Alfabeta, 2005), h. 106

yang akan dicapai, terkait dengan proses untuk upaya mencapai tujuan perusahaan atau organisasi, sudah berjalan dengan efektif atau sebaliknya. Kegiatan yang berhubungan dengan operasional perusahaan sangat penting untuk ditinjau dan diteliti, agar pengguna jasa layanan dan produk perusahaan merasa puas. Terdapat delapan indikator atau kriteria yang dapat berguna untuk mengukur efektivitas organisasi, yaitu sebagai berikut :<sup>26</sup>

1. Kejelasan tujuan yang akan dicapai
2. Kejelasan strategi pencapaian dalam suatu tujuan
3. Proses analisa serta perumusan kebijakan
4. Perencanaan yang matang
5. Sarana serta prasarana
6. Penyusunan program yang tepat
7. Pelaksanaan secara efektif dan efisien
8. Sistem pengawasan serta pengendalian bersifat mendidik

## **F. Kepuasan Nasabah**

### **1. Pengertian Kepuasan Nasabah**

Menjelaskan tentang Teori Kepuasan bahwasanya sikap kepuasan dan tidak puas pada pelanggan atau konsumen merupakan suatu akibat dari sistem produk yang dibeli yang sebenarnya.<sup>27</sup> Secara Bahasa, kepuasan berasal dari bahasa Inggris, yaitu "*satisfaction*", berasal dari bahasa Latin yaitu "*satis*" yang berarti cukup, dan "*fecere*" yang berarti melakukan atau membuat. Berdasarkan hal tersebut, bahwa kepuasan dapat diartikan sebagai produk atau jasa pelayanan yang didapatkan oleh nasabah dan mampu memenuhi dan memberikan apa yang diharapkan oleh konsumen.

Kepuasan adalah suatu tingkatan perasaan individu yang mendefinisikan tentang kalkulasi dari adanya nilai perbandingan antara ekspektasi dari proses pembelian dengan apa yang ia belanjakan pada produk

---

<sup>26</sup> Tangkilisan, Hessel Nogi. *Manajemen Publik*. (Jakarta: PT Grasindo Persada, 2005), h. 141

<sup>27</sup> Sangadji, et.al., *Perilaku Konsumen*. (Yogyakarta : Andi Office, 2013), h. 183



atau jasa. Disamping itu, menurut Engel, Kepuasan adalah sebuah evaluasi atau proses setelah melakukan kegiatan pembelian yang dimana adanya suatu pilihan alternatif lain secara minimal memberikan dampak atau semaksimal mungkin oleh pembeli, sedangkan ketidakpuasan timbul jika ekspektasi terhadap produk yang dikonsumsi tidak terpenuhi.<sup>28</sup>

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwasanya kepuasan nasabah adalah sesuatu hal dapat dirasakan oleh nasabah, peserta atau pelanggan yang melakukan transaksi di sebuah lembaga atau perusahaan dan dapat memberikan hasil yang baik dan menguntungkan.

## 2. Indikator Kepuasan Nasabah

Menurut Hawkins dan Lonney atribut pembentuk kepuasan terdiri dari:<sup>29</sup>

- a. Kesesuaian Harapan, yaitu tingkat kecocokan yang didapatkan dan kesesuaian antara kinerja produk dan layanan yang diharapkan oleh pelanggan atau nasabah dengan hal yang dirasakan oleh pelanggan atau nasabah, meliputi:
  - 1) Produk yang didapatkan sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan guna mencapai kepuasan.
  - 2) Pelayanan dalam hal operasional perusahaan yang dilakukan oleh karyawan yang didapatkan dan dirasakan cocok dan nyaman atau berlebih dengan apa yang diharapkan.
  - 3) Fasilitas dalam mendukung kepuasan layanan yang dirasakan dan didapatkan sesuai dengan kehendak pelanggan atau nasabah
- b. Minat untuk melakukan kunjungan kembali, merupakan kesediaan pelanggan atau nasabah dalam rangka melakukan kunjungan atau melakukan transaksi kembali atau melakukan pembelian ulang terhadap produk terkait yang diinginkan pelanggan sesuai dengan hal yang diinginkan, meliputi :

---

<sup>28</sup> M Nur Rianto Al Arif. *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*. (Bandung : ALFABETA CV, 2012), h. 192

<sup>29</sup> Fandy Tjiptono. *Strategi Pemasaran*. Edisi ke 5. (Yogyakarta: Penerbit Andi Offset, 2004) h. 101

- 1) Berminat untuk melakukan kunjungan kembali karena pelayanan yang diberikan oleh karyawan sangat memuaskan dan sesuai dengan harapan
  - 2) Berminat untuk melakukan kunjungan kembali karena nilai dan manfaat yang diperoleh setelah melakukan pembelian atau transaksi sangat baik dan menguntungkan
  - 3) Berminat untuk melakukan kunjungan kembali karena fasilitas sarana dan prasarana pada perusahaan yang digunakan oleh pengunjung atau pelanggan yang disediakan oleh perusahaan sangat bagus dan memadai.
- c. Bersedia untuk melakukan rekomendasi, yaitu kesediaan pelanggan dalam upaya untuk merekomendasikan jasa atau produk yang telah dirasakannya kepada keluarga dan teman, sebagai berikut:
- 1) Memberikan rekomendasi kepada orang terdekat atau keluarga dalam upaya pembelian produk atau jasa yang dijual oleh perusahaan terkait pada *services* yang baik dan menyenangkan
  - 2) Memberikan rekomendasi pada orang terdekat atau saudara dalam upaya pembelian barang terkait pada sarana dan prasarana yang mendukung sehingga menciptakan rasa nyaman
  - 3) Memberikan saran dan masukan terhadap orang terdekat atau saudara dalam upaya pembelian barang dan jasa dikarenakan barang tersebut bernilai dan bermanfaat setelah dikonsumsi

### **3. Methods Pengukuran Kepuasan Nasabah**

Tujuan dari metode ini yaitu untuk mengetahui bahwa nasabah merasa terpuaskan atau sebaliknya pada pelayanan yang diberikan unit usaha atau perusahaan, dikarenakan adanya cara pengukuran kepuasan nasabah. Berdasarkan pendapat Kotler, ada empat hal mendasar dalam upaya pengukuran customer satisfy, sebagai berikut :

- a. Komplain atau rekomendasi, yang berarti jumlah berapa banyak komplain atau keluhan yang dilaporkan oleh pengguna layanan jasa dalam rentang waktu tertentu, semakin besar jumlah pelaporan tersebut, maka semakin kurang maksimal pelayanan yang dirasakan

oleh nasabah atau pengguna, hal tersebut berlaku juga sebaliknya. Sarana yang dipergunakan yaitu, kotak saran yang lokasinya tidak jauh dari lokasi pelayanan, sehingga dapat diisi secara manual ataupun proses pengiriman keluhan atau kritik tersebut dapat disampaikan lewat pos. Hasil yang didapatkan dari kegiatan ini merupakan cara yang efektif dalam upaya membangun terobosan dan inovasi, sehingga adanya perubahan atau transformasi dalam memecahkan permasalahan.

- b. Melakukan Survei Customer Satisfy, hal ini berkaitan dengan pelaksanaannya dilakukan secara berkala melalui survei wawancara secara eksklusif atau kuesioner terkait hal yang memiliki korelasi dengan perusahaan keuangan atau jasa lainnya saat melakukan transaksi.
- c. Konsumen Samaran, proses ini yaitu dengan gambaran skema, bank dengan sengaja mengutus pekerjanya dalam upaya berpura-pura menjadikan diri sebagai seorang pelanggan yang bertujuan bagaimana cara perusahaan tersebut melakukan kegiatan operasionalnya untuk secara detail melayani dengan sungguh-sungguh, apakah sudah sesuai dengan standar. Metode ini berguna mencari solusi sebagai alasan dan akibat mengapa bekas nasabah atau pelanggan memutuskan berpindah.
- d. Pendekatan Mantan Pelanggan, yaitu perusahaan meneliti dan menganalisis track record pelanggan yang dulunya pernah menjadi mitra perusahaan dan berguna mengetahui penyebab mereka memutuskan kontrak dan tidak tercatat sebagai pelanggan.<sup>30</sup>

#### **4. Kepuasan Nasabah dalam Perspektif Islam**

Kepuasan dalam islam merupakan sebuah sikap yang tercermin secara fisik dan mental. Islam memandang kepuasan untuk memberikan dorongan bahwasanya dalam hal konsumsi barang harus secara adil. Sangat erat

---

<sup>30</sup> Kasmir. *Pemasaran Bank*. (Jakarta : Kencana. 2010), h. 162.

korelasi antara iman yang berdampak pada rasa bersyukur. Dapat disimpulkan, andai umat muslim mengaplikasikan hal diatas secara baik dan maksimal, maka dapat dipastikan umat muslim lah yang sangat menjunjung nilai profesional kinerja dan pelayanan secara utama. Islam sangat menganjurkan jika dalam berbisnis harus menghasilkan usaha yang maksimal dapat berupa produk atau jasa.<sup>31</sup>

Hal yang sangat dianjurkan pada umat muslim adalah, menjaga dua relasi *Hablum Minallah* (hubungan baik kepada allah) dan *Hablum Minannas* (hubungan baik dengan sesama manusia). Berkaitan dengan *customer satisfy*, komunikasi antara pembeli dan penjual, Allah SWT tuangkan dalam firmannya Surah Ali-Imran ayat 159 yang memiliki makna agar bertingkah lemah dan santun pada pembeli atau pengguna jasa.<sup>32</sup>

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ ۗ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ ۗ فَاعْفُ  
عَنَّهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ ۗ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ ۚ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ

الْمُتَوَكِّلِينَ ﴿١٥٩﴾

Artinya : “Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu Berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. karena itu ma'afkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu, kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, Maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya”<sup>33</sup>

<sup>31</sup> Fitria Solahika Salma, Ririn Tri Ratnasari. *Pengaruh Kualitas Jasa Perspektif Islam Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Hotel Grand Kalimas Surabaya*. (Surabaya: Jurnal Ekonomi Islam Vol 2. No. 4, April 2015. Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Airlangga). h. 6

<sup>32</sup> *Ibid*, h. 9

<sup>33</sup> Q.S. Al-Imran (3) : 159

### G. Penelitian Terdahulu

Berdasarkan pendapat Iksan, tinjauan pustaka yang baik hendaknya memuat dan memaparkan korelasi penelitian berdasarkan fenomena yang terjadi, yaitu : memuat teori yang digunakan, konsep penelitian, analisis penelitian, *summary*, kekurangan dan kelebihan pada kajian sebelumnya dengan perbandingan penelitian yang lain. Peneliti harus belajar dari peneliti lain, untuk menghindari duplikasi dan pengulangan penelitian atau kesalahan yang sama seperti yang dibuat oleh peneliti sebelumnya.<sup>34</sup> Beberapa peneliti sebelumnya sudah melakukan penelitian mengenai pengaruh kebijakan digitalisasi pembayaran terhadap kepuasan nasabah, yaitu sebagai berikut :

**Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu**

<b>Nama Peneliti</b>	<b>Judul Penelitian</b>	<b>Metode Penelitian</b>	<b>Hasil Penelitian</b>
1.Andika Ardi Pura (2019)	Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Risiko Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Menggunakan Aplikasi Otentikasi Taspen (Studi Pada Nasabah Pensiunan PT Taspen (Persero) KCU Semarang)	Pendekatan yang dilakukan yaitu dalam kegiatan penelitian ini adalah kuantitatif dengan jenis pengolahan pada regresi linier berganda dengan pengambilan sample secara <i>purposive sampling</i> sebanyak 100 responden.	Hasil penelitian ini menunjukkan hasil dimana variabel kepercayaan memiliki nilai pengaruh yang positif tetapi tidak hasil yang signifikansi terhadap kepuasan konsumen, variabel persepsi risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, variabel kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen
2.Doli Indra	Pengaruh Kualitas	Pendekatan pada	Dilakukannya uji T didapati

<sup>34</sup> Masyhuri dan M. Zainuddin, *Metodologi Penelitian (Pendekatan Praktis dan Aplikatif)*, (Bandung: PT Refika Aditama, 2008), cet. Ke-1, h. 100

Nasution (2019)	Pelayanan Dan Proses Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT Taspen (Persero) Kantor Cabang Utama Medan	penelitian ini adalah kuantitatif asosiatif dengan penetapan pada sampel dan kemudian menggunakan kuesioner dan pengolahan data SPSS	hasil yaitu kualitas pelayanan bernilai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT Taspen Medan, dan juga secara simultan pada kualitas pelayanan dan proses memiliki pengaruh signifikan dan positif..
3.Dita Destia Anggraini (2016)	Efektivitas Penggunaan Aplikasi Taspen Otentikasi Di PT Taspen (Persero) Kantor Cabang Palembang	Penulis dalam hal ini memakai penelitian kualitatif dengan metode penelitian deskriptif kualitatif melalui observasi, wawancara mendalam, studi pustaka dan dokumentasi dengan informan yang berasal dari internal perusahaan PT. Taspen (Persero) Kantor Cabang Palembang dan peserta taspen.	Hasil penelitiannya adalah menunjukkan penggunaan aplikasi Taspen Otentikasi di PT. Taspen (Persero) Kantor Cabang Palembang adalah efektif. Saran yang diberikan adalah server yang awalnya bersifat sentralistik dibuat desentralistik, penyediaan tempat khusus dan petugas khusus untuk melayani otentikasi.
4.Soraya Lestari dan Devia Rani (2020)	Pengaruh Kualitas Jasa Layanan Dan Efektivitas Penggunaan Aplikasi Taspen Otentikasi Terhadap Kepuasan	Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan kuesioner dengan sampel 35 nasabah. Penelitian ini menggunakan uji	Secara parsial diketahui bahwa kualitas jasa layanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah PT.Taspen (Persero) Kantor Cabang Banda Aceh, secara parsial

	Nasabah (Studi Kasus PT Taspen Banda Aceh)	asumsi klasik, proses pengolahan data dilakukan secara statistik menggunakan SPSS Versi 22.0	diketahui bahwa penggunaan aplikasi Taspen otentikasi memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan nasabah PT.Taspen (Persero) Kantor Cabang Banda Aceh. Hal ini dapat dibuktikan dengan adanya aplikasi taspen otentikasi nasabah dapat dengan mudah menikmati layanan secara online, secara simultan diketahui kualitas jasa layanan dan penggunaan aplikasi Taspen Otentikasi secara bersama sama memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan nasabah PT.TASPEN (pesero) Kantor Cabang Banda Aceh.
5.Zahra Nuriah Jahan (2017)	Analisis Kepuasan Nasabah Terhadap Pelayanan Pembayaran Program Pensiun Pegawai Negeri Sipil (PNS) di PT Taspen (Persero) Cabang Yogyakarta	Jenis penelitian yang dilakukan adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif, dengan populasi adalah nasabah pensiunan dengan jumlah responden 100 dengan menggunakan teknik <i>accidental sampling</i> . Teknik pengumpulan data adalah observasi,	Yang diperoleh dari hasil penelitian ini yaitu menunjukkan indeks kepuasan nasabah terhadap pelayanan pembayaran program pensiun PNS di PT TASPEN (Persero) Cabang Yogyakarta sebesar 78,325 dan berada pada nilai interval konversi IKM antara 62,51-81,25 dan dikategorikan dalam mutu pelayanan “Baik”.

		kuesioner dan dokumentasi. Teknik analisis data dilakukan dengan rumus Indeks Kepuasan Masyarakat (IKM) berdasarkan KEPMENAN Nomor 25 Tahun 2004.	
6.Zainatun Mastura (2018)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Nasabah Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada PT. Bank Aceh Syariah KPO Banda Aceh)	Jenis Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan sumber populasi pada penelitian adalah seluruh nasabah Bank Aceh Syariah KPO Banda Aceh, penggunaan sampelnya adalah <i>accidental sampling</i> . Proses pengolahan angka dengan acuan pada skala linkert.	Hal yang didapatkan dari penelitian ini adalah (1) kualitas pelayanan dan kepercayaan nasabah secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah, (2) Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah, (3) Kepercayaan nasabah berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah

Adapun yang menjadi pembeda berdasarkan penelitian yang dilakukan penulis dengan penelitian terdahulu, yaitu sebagai berikut :

1. Andika Ardi Pura (2019). Penelitian ini menjelaskan tentang pengaruh kepercayaan, persepsi resiko, dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen atau nasabah yang bertransaksi di Kantor PT Taspen Persero Semarang, sedangkan pada jenis penelitian penulis, perbedaan pada lokasi penelitian dan studi kasus, dimana ada perbedaan karakteristik perusahaan dengan melihat beberapa indikator yang telah ditentukan.



2. Doli Indra Nasution, (2019). Kegiatan penelitian mengulas hal permasalahan seberapa besar kualitas pelayanan dan proses yang memengaruhi nilai pada saat nasabah melakukan kegiatan pelayanan terhadap kepuasan nasabah di PT Taspen Persero Cabang Utama Medan, sedangkan pada jenis penelitian penulis, pada layanan digital pembayaran otentikasi yang terdiri dari beberapa variabel yang telah ditetapkan dengan mencari apakah nasabah merasa puas atau tidak
3. Dita Destia Anggraini (2016). Pada penelitian ini membahas suatu masalah efektivitas penggunaan Aplikasi Otentikasi pada pembayaran dana pensiun nasabah di Kantor PT Taspen Persero Cabang Palembang, sedangkan pada jenis penelitian penulis dengan menggunakan metode kuantitatif dekriptif dengan adanya beberapa indikator dalam penelitian untuk mencari kepuasan nasabah berdasarkan variabel yang telah ditentukan.
4. Soraya Lestari dan Devia Rani (2020). Pada penelitian ini membahas tentang pengaruh kualitas jasa layanan dan penggunaan Aplikasi Otentikasi terhadap kepuasan nasabah, sedangkan pada penelitian penulis hasil dari penelitian terdahulu ini sebagai bahan referensi dan pembandingan terhadap objek penelitian pada penelitian penulis, namun dengan latar belakang dan fenomena yang berbeda.
5. Zahra Nuria Jahan (2017). Pada penelitian ini penulisnya membahas tentang analisis kepuasan nasabah yang dilihat dari indikator dari pelayanan pada pembayaran dana pensiun Kantor PT Taspen Persero Cabang Yogyakarta dengan menggunakan metode kuantitatif deskriptif, pada perhitungan kepuasan dikonversikan dengan nilai IKM, sedangkan pada penelitian penulis variabel yang digunakan beraneka ragam dan pada jenis metode yang digunakan.
6. Zainatun Mastura (2018). Penelitian tersebut menjelaskan tentang pengaruh kualitas layanan dan kepercayaan terhadap kepuasan nasabah pada Bank Bukopin Aceh, sedangkan pada penelitian penulis meneliti tentang kepuasan pada jenis layanan dana pensiun, namun memiliki

persamaannya yaitu pada jenis layanan keuangan yang diberikan, perbedaan hanya pada layanan yang digunakan.

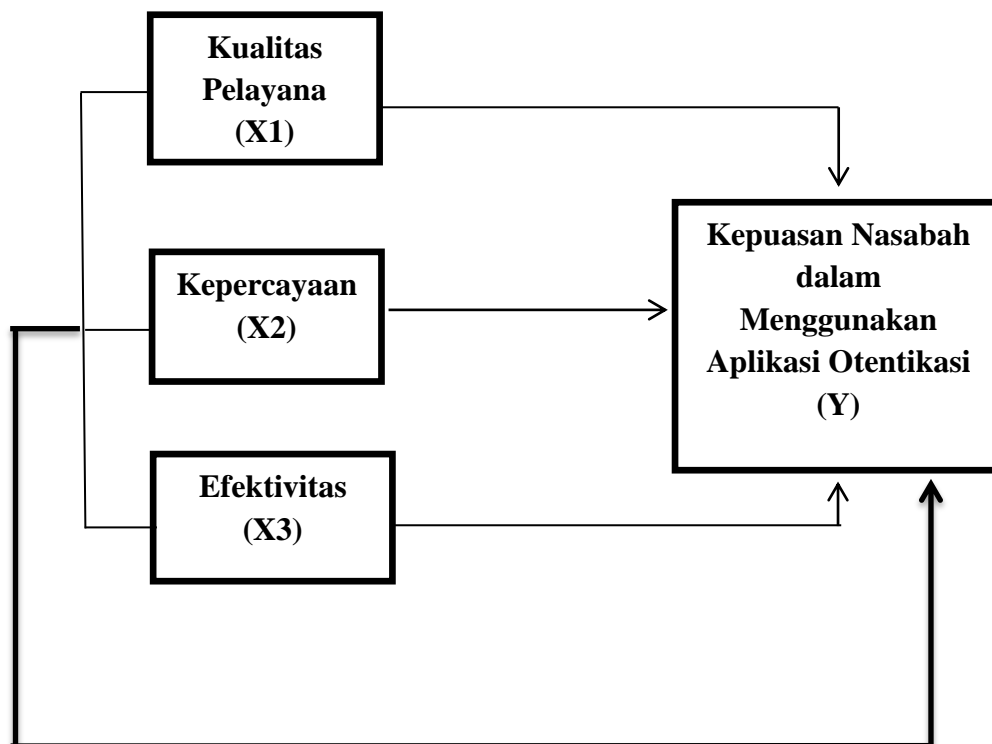
## **H. Kerangka Teoritis**

Dalam upaya menjelaskan alur dan kerangka penelitian yang hendak dilakukan, penulis sangat direkomendasikan membuat susunan kerangka konseptual yang berhubungan dengan alur penelitian secara mendukung teori yang ada. Alur konseptual memuat gambar dan skema semenarik mungkin dimana adanya visualisasi dan pemahaman yang disampaikan oleh penulis.

Kerangka teoritis yang akan diulas dan ditujukan dalam mengarahkan penulis agar menemukan hasil data dan sejumlah informasi dalam proses penelitian ini yang berguna untuk memecahkan masalah yang telah dipaparkan sebelumnya.<sup>35</sup> Kerangka konseptual yang dijelaskan dalam penelitian ini adalah mengenai pengaruh digitalisasi pembayaran otentikasi dengan variabel penentu kualitas pelayanan, kepercayaan nasabah, dan efektivitas penggunaan Aplikasi Otentikasi terhadap kepuasan nasabah dalam pembayaran dana pensiun

---

<sup>35</sup> Riduwan, *Belajar Mudah Penelitian Untuk Guru, Karyawan dan Peneliti Pemula*, (Bandung: Alfabeta, 2009), h. 30



**Gambar 2.1 Kerangka Teoritis**

**Keterangan Bagan :**

Kerangka konseptual berisi tentang alur penelitian terhadap masalah yang akan dikaji dan diteliti, yaitu dimulai pada gambaran pada latar belakang masalah yang ada pada perusahaan yaitu PT Taspen Persero Cabang Utama Medan, kemudian menganalisis pada pembayaran digitalisasi pembayaran otentikasi dengan variabel kualitas pelayanan (X1), kepercayaan (X2), dan efektivitas (X3), terhadap kepuasan nasabah yang bertransaksi dan menghasilkan keputusan akhir nantinya.

**I. Hipotesis Penelitian**

Hipotesis pada proses kegiatan penelitian adalah merupakan sebuah hasil yang diperoleh akan fenomena permasalahan yang ada dan akan diteliti oleh penulis. Hal demikian memiliki arti bahwasanya kesimpulan sementara atau hipotesis yang sudah diduga sebelumnya, ini artinya belum berarti kesimpulan akhir, namun kesimpulan hipotesa yang dimaksud harus dilakukan uji coba dengan fakta dan informasi yang memiliki korelasi atau hubungan yang sesuai

dan jelas yang terjadi di lapangan.<sup>36</sup> Hipotesis merupakan kesimpulan sementara yang didukung oleh teori yang ada dan kesimpulan antara satu variabel atau lebih yang saling berhubungan (asosiasi), yaitu :

1. Variabel Kualitas Layanan (X1)

H<sub>01</sub> : Kualitas Layanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan Aplikasi Otentikasi dalam bertransaksi

H<sub>a1</sub> : Kualitas Layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan Aplikasi Otentikasi dalam bertransaksi

2. Variabel Kepercayaan (X2)

H<sub>02</sub> : Tingkat Kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan Aplikasi Otentikasi dalam bertransaksi

H<sub>a2</sub> : Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan Aplikasi Otentikasi dalam bertransaksi

3. Variabel Efektivitas (X3)

H<sub>03</sub> : Efektivitas tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan Aplikasi Otentikasi dalam bertransaksi

H<sub>a3</sub> : Efektivitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan Aplikasi Otentikasi dalam bertransaksi

4. Variabel kualitas pelayanan, kepercayaan nasabah, dan efektivitas terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan Aplikasi Otentikasi dalam bertransaksi.

H<sub>05</sub> : Diduga tidak terjadi adanya pengaruh antara Kecepatan, keamanan, akurasi, dan kepercayaan terhadap kepuasan nasabah dalam bertransaksi dengan digitalisasi pembayaran otentikasi.

H<sub>a5</sub> : Diduga terjadi adanya pengaruh antara Kecepatan, keamanan, akurasi, dan kepercayaan terhadap kepuasan nasabah dalam bertransaksi dengan digitalisasi pembayaran otentikasi.

---

<sup>36</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian (Kuantitatif, Kualitatif, R & D)*, Bandung: Alfabeta, 2008, h. 64.

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Pendekatan Penelitian

Untuk mendukung dalam kegiatan penelitian, metode yang diimplementasikan yaitu dengan penggunaan pendekatan kuantitatif, karena penelitian kuantitatif menyajikan berupa angka-angka yang kemudian diolah dengan menggunakan aplikasi. Sebelumnya, penulis mengumpulkan data dan informasi di lapangan yang setelah itu, dilakukan pengolahan data dan analisis guna mendapatkan sebuah informasi. Kepenulisan yang secara jelas dan tersusun secara teratur yang digunakan pada metode pemecahan masalah, sehingga kemampuan *trial test* di uji instrumen pada angka dan data serta adanya penarikan kesimpulan. Secara definisi, yang dimaksud dengan *quantitative research* yaitu penelitian yang berlandaskan atau secara dominan menggunakan perhitungan secara obyektif dan melihat kejadian seputar sosial. Dalam upaya terwujudnya eksistensi dari pengukuran yang dimaksud, beberapa kejadian atau peristiwa yang ada akan dipaparkan menjadi beberapa kategori, yang terdiri dari substansi masalah, indikator, variabel atau acuan penelitian. Bagi tiap-tiap pada jenis indikator atau variabel yang telah diklasifikasikan akan dilaksanakan uji pengukuran, yaitu dengan cara pemberian simbol-simbol nomor yang berbeda, menyesuaikan dengan jenis hal saling memiliki korelasi satu sama lainnya.<sup>1</sup>

Dalam hal ini, pendekatan pada proses penelitian yang dilakukan, penulis menggunakan metode pendekatan penelitian deksriptif, yang dimana penulis secara langsung dan jelas memaparkan terkait objek yang hendak diteliti dan dikaji dan proses akhir penelitian yang hendak dicapai. Disamping itu, penulis melakukan wawancara kepada pihak perusahaan PT Taspen Persero Cabang Utama Medan, yaitu pada salah satu staff pelayanan dan manfaat dan juga mewawancarai para nasabah untuk mengetahui kendala yang dihadapi dalam

---

<sup>1</sup> Nur Ahmadi Bi Rahmani, *Metodologi Penelitian Ekonomi*, Medan: FEBI Press, 2016, h. 7

penggunaan digitalisasi pembayaran otentikasi ini, serta menyebarkan kuesioner/ angket untuk memenuhi penelitian ini, kemudian data yang didapatkan dilapangan kemudian diolah dengan *software* SPSS 23.

Jenis Penelitian deskriptif yaitu sebuah metode penelitian yang mempunyai fungsi untuk mendeskripsikan fenomena terhadap objek penelitian yang akan diteliti dengan sumber saluran melalui data berupa angka atau sampel yang sudah dikumpulkan sebelumnya, tanpa dilakukannya penganalisisan dan memberikan gambaran hipotesa yang secara universal diakui.<sup>2</sup>

## **B. Lokasi dan Waktu Penelitian**

### **1. Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian pada penelitian ini diinformasikan berguna untuk menunjukkan ruang lingkup cakupa wilayah penelitian yang dilaksanakan oleh penulis. Lokasi penelitian menjadi sebuah fenomena tersendiri bagi penulis yang mencerminkan secara alamiah dengan konteks dan latar belakang secara garis besar akan mempengaruhi hasil pada penelitian tersebut. Pada jenis penelitian kuantitatif lokasi yang diharuskan dengan mutlak dan secara jelas menggambarkan kejadian atau fenomena tersebut berlangsung dimana.<sup>3</sup> Terkiat dengan hal tersebut, penulis memperoleh lokasi penelitian, yaitu pada Perusahaan PT Taspen Persero Medan di Jalan Adam Malik No. 64 Medan Barat, dengan penyebaran kuesioner/ angket pada pensiunan di Kabupaten Serdang Bedagai.

### **2. Waktu Penelitian**

Estimasi waktu dan proses penelitian dan pengkajian yang dibutuhkan untuk mengumpulkan data dan informasi, maka dari itu, penulis memperkirakan rentang waktu, yaitu dimulai dari Bulan September sampai dengan sekarang dan masih dalam proses penulisan dan penelitian.

---

<sup>2</sup> Bambang Prasetyo dan Lina Miftahul Jannah, *Metode Penelitian Kuantitatif Teori & Aplikasi*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007), h. 137.

<sup>3</sup> *Ibid*, h. 168

### C. Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi merupakan bagian dari bagian populasi atau hal yang cenderung mengenai fenomena atau sampel yang akan dilakukan uji penelitian. Disamping itu, sampel juga merupakan suatu bagian dari populasi yang akan diteliti. Oleh sebab itu, sampel harus disajikan sebagai sebuah pendugaan terhadap populasi pada penelitian dan bukan merupakan bagian terbesar itu sendiri.<sup>4</sup>

#### 1. *Population*

*Population* yaitu keseluruhan pada objek penelitian yang akan diteliti oleh penulis, atau bisa juga disandingkan dengan sebuah bagian yang bersifat general, hal tersebut yang termasuk pada objek atau subjek yang memiliki *quality* dan ciri yang khas serta termasuk hal yang sudah ditetapkan dan diacukan oleh penulis untuk dianalisis dan kemudian adanya ikhtisar atau rangkuman dari proses yang dimaksud. *Population* pada penelitian ini adalah subjek yang termasuk dalam kriteria, yaitu nasabah pensiunan, karena nasabah yang sudah pensiun dalam dana pensiunnya menggunakan aplikasi digitalisasi pembayaran otentikasi ini, dengan data pensiunan di Kabupaten Serdang Bedagai pada tahun 2018 sebanyak 136.000 orang.

#### 2. *Sample*

*Sample* secara definitif, dapat diartikan sebagai satu-kesatuan substansi dari akumulasi dan yang memiliki ciri dengan pengklasifikasian yang dimiliki oleh *population* dalam sebuah penelitian. Proses penentuan *sample* penelitian yang dilakukan penulis pada penelitian ini yaitu, *judgement sampling*, yang dimana penulis melakukan pemilihan sampel yang didasarkan pada karakteristik dan memiliki ciri yang anggota yang sesuai dengan penelitian.<sup>5</sup> Untuk mendukung lancarnya suatu kegiatan penelitian, maka dilakukannya pengambilan sampel yang sesuai dengan ketentuan, penulis disini menggunakan teknik *purposive sampling*, dimana artinya *population* yang terdapat pada substansi dan kriteria yang membedakan tidak dapat diberikan kesempatan yang serupa untuk dijadikan

---

<sup>4</sup> Bambang Prasetyo dan Lina Miftahul Jannah, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2012), h. 119

<sup>5</sup> Mudrajad Kuncoro, *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonom*, (Jakarta: Glora Aksara Pertama, 2007), h. 139

*sample*. Alasan penulis menggunakan, pengambilan sample dengan cara tersebut, yaitu sesuai kriteria yang telah ditentukan dan sesuai dengan fungsi pada kebutuhan penulis. Sebutan lain untuk mendeskripsikan *purposive sampling* yaitu *judgement sampling*, dimana secara bahasa, informasi terkait dengan sample yang akan digunakan berlandaskan pada pemilihan yang sesuai dengan kebutuhan dan penyeleksian, contohnya yaitu pada pensiunan yang merupakan nasabah atau peserta yang bertransaksi menggunakan layanan Aplikasi Otentikasi pembayaran. Berdasarkan ketentuan dari perhitungan yang sudah dilakukan oleh penulis dengan menggunakan rumus *sample*, perolehan total *sample* yang digunakan untuk mendapatkan hasil yaitu berjumlah 100 responden. Gambaran dari rumus tersebut, sebagai berikut:<sup>6</sup>

$$\begin{aligned} N &= \frac{N}{1 + N e^2} \\ &= \frac{89.191}{(1 + 89.191(0,1^2))} \\ &= 100 \end{aligned}$$

#### **D. Sumber dan Jenis Data Penelitian**

Data penelitian yaitu hasil akumulasi dari pengamatan dan pengukuran yang bersifat empiris yang dimana adanya pengungkapan informasi dan eksistensi dari fenomena atau gejala yang didapatkan dengan melakukan kegiatan mengamati akan hal fenomena yang terjadi.<sup>7</sup> Penelitian ini nantinya, akan diolah oleh penulis melalui pengisian nilai dan angka, hal tersebut sesuai dengan jenis data yang digunakan, yaitu data kuantitatif. Untuk cara yang digunakan dalam kolektifitas data, yaitu dengan menggunakan cara penyebaran kuesioner secara langsung dan ada beberapa yang melalui *dokumen google*. Para calon responden melalui angket yang diberikan, mereka akan mengisi setiap pertanyaan yang tertera pada lembar

---

<sup>6</sup> Umi Narimawati dan Dadang Munandar, *Teknik Sampling: Teori dan Praktik dengan menggunakan SPSS 15*, (Gava Media:Yogyakarta, 2008), h. 29

<sup>7</sup> Muhammad, *Metode Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*, (Jakarta:Rajawali Pers, 2008), h. 204



pertanyaan. Uji kuesioner pada proses penelitian ini, menggunakan sistem tertutup, sedangkan skala atau indikator dari setiap butir pertanyaan memakai skala interval, dimana melibatkan kriteria dan variasi sesuai hierarki.<sup>8</sup>

Referensi dari penggunaan data pada proses kegiatan penelitian ini yaitu pada subyek penelitian yang didapatkan dari penginterpretasian data. Sumber data yang didapatkan sangat akan mempengaruhi dan menjadi penentu pada jenis keanekaragaman data yang didapatkan. Adapun sumber dari data yang diperoleh yaitu sebagai berikut :

1. Data Primer, yaitu data yang didapatkan dengan cara terjun langsung di lapangan bertatap muka dengan obyek penelitian, yaitu peserta/nasabah yang menggunakan layanan digitalisasi pembayaran melalui kuesioner yang disebarakan atau wawancara langsung

2. Data Sekunder, yaitu data yang cara memperolehnya secara tidak langsung turun ke lapangan, seperti melalui sumber utama, misalnya pada buku, jurnal ilmiah, internet dan referensi lainnya yang berkaitan dengan penelitian yang relevan.

### **E. Definisi Operasional Variabel Penelitian**

Definisi operasional variabel penelitian atau dapat juga dikatakan operasionalisasi variabel yaitu salah satu alur atau pelaksanaan yang dimana penulis fokus pada jumlah pengurangan dan penurunan ekstraksi konsep penelitian sehingga konsep pada proses penelitian tersebut dapat terukur dan teruji hasilnya.<sup>9</sup>

#### 1. Variabel Independen atau Variabel Bebas (X)

Variabel Bebas yaitu sebuah variabel yang sifatnya dapat memberikan pengaruh terhadap variabel yang bersifat terikat, pengaruh yang sifatnya positif atau sebaliknya<sup>10</sup>. Dalam hal penelitian ini ada tiga jenis variabel bebas yang

---

<sup>8</sup> Muchammad Fauzi, *Metode Penelitian Kuantitatif: Sebuah Pengantar*, (Semarang: Walisongo Press, 2009), h. 167.

<sup>9</sup> Zulganef, *Metode Penelitian Bisnis dan Manajemen*, (Bandung: Refika Aditama, 2018), h. 85.

<sup>10</sup> Ferdinand Augusty, *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Skripsi, Thesis dan Disertai Ilmu Manajemen*, h. 12.

dilambangkan dengan kualitas pelayanan (X1), kepercayaan (X2), efektivitas (X3).

## 2. Variabel Dependen atau Variabel Terikat (Y)

Adalah variabel yang dimana sifatnya tidak akan dapat dipengaruhi oleh variabel bebas, bersifat mandiri. Dalam penelitian ini variabel bebasnya yaitu Kepuasan Nasabah (Y).

Penggunaan operasional variabel disini bertujuan untuk mengetahui berapa tingkat korelasi pengaruh penggunaan aplikasi otentikasi dalam upaya memenuhi kepuasan terhadap nasabah dalam bertransaksi, sebagai berikut :

**Tabel 3.1 Definisi Variabel Operasional Penelitian**

Variabel	Definisi Variabel	Indikator
Kualitas Pelayanan (X1)	<i>Quality of Service</i> yaitu indikator atau acuan sebagaimana yang bertujuan melihat dan menganalisis tingkat <i>quality of service</i> sesuai dengan ekspekstasi nasabah atau sebaliknya <sup>11</sup> .	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pelayanan sudah baik</li> <li>2. Karyawan memiliki pengetahuan tentang produk</li> <li>3. Menjamin keamanan pada saat transaksi</li> <li>4. Bersikap sopan pada saat pelayanan</li> <li>5. Memberikan informasi dengan jelas</li> <li>6. Pelayanan tidak memandang status sosial</li> </ol>
Kepercayaan (X2)	Pada jenis ucapan atau informasi yang telah diungkapkan oleh Karyawan perusahaan, saling mendukung dan bersinergi dalam merealisasikannya. <sup>12</sup>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tidak sembarangan dalam penggunaannya</li> <li>2. Memberikan bukti transaksi</li> <li>3. Produk yang dijanjikan sesuai dengan yang</li> </ol>

<sup>11</sup> Tjiptono, *et.al.*, (2005). *Service, Quality & Satisfaction*. (Yogyakarta: Andi, 2005), h. 157

<sup>12</sup> *Ibid*,

		<p>didapatkan</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>4. Yakin pada data yang diinput</li> <li>5. Tidak mengandung unsur penipuan</li> <li>6. Keamanan data yang ditransaksi.</li> </ol>
Efektivitas(X3)	<p>Suatu hal yang sudah direncanakan dengan baik dan drencana tersebut sudah tercapai sesuai dengan yang diharapkans.<sup>13</sup></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Penggunaannya dilakukan pada lokasi sesuai keberadaan dan waktu yang diinginkan</li> <li>2. Aplikasi berjalan dengan lancar dan cepat</li> <li>3. Tidak mengalami gangguan pada saat menggunakannya</li> <li>4. Mudah digunakan</li> <li>5. Keandalan dan kualitas informasi yang dibutuhkan</li> <li>6. Konsep aplikasi sudah berjalan dengan efektif dan efisien</li> </ol>
Kepuasan Nasabah (Y)	<p>Kepuasan yaitu rasa yang timbul karena ekspektasi kita terhadap apa yang kita lakukan dengan yang kita pikirkan berjalan sesuai dengan yang kita inginkan,</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Puas dengan pelayanan perusahaan</li> <li>2. Diuntungkan dengan menggunakan Aplikasi Otentikasi</li> <li>3. Keinginan akan</li> </ol>

<sup>13</sup> Kuniawan, Agung. *Transformasi Pelayanan Publik*. (Jakarta: Alfabeta, 2005), h. 106

	dengan adanya suatu komparasi. <sup>14</sup>	informasi yang tersaji pas dengan individu yang membutuhkan 4. Data tidak akan disalahgunakan 5. Informasi jelas dan transparan 6. Aplikasi ini sangat penting untuk dikembangkan
--	--	--

## F. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data

Dalam usaha untuk kolektifitas data yang akurat, teknik dan cara kolektifitas data pada proses penelitian yaitu sebuah teknik atau hal yang digunakan dalam mendapatkan dan pengumpulan informasi dan data. Instrumen merujuk pada suatu cara yang bernilai efisien sehingga kolektifitas hal yang diinginkan pada data sehingga dapat diinterpretasikan pada tujuan dan fungsi, seperti kumpulan pertanyaan/daftar kuesioner, proses kegiatan wawancara, proses pengamatan, tes, dokumentasi, dan sebagainya<sup>15</sup>. Berdasarkan jenis penelitian ini, maka teknik pengumpulan data adalah dengan menggunakan metode langsung, yaitu kuesioner dan wawancara.

### 1. Kuesioner

Yang dimaksud dengan kuesioner, yaitu salah satu metode yang diaplikasikan dalam memperoleh data yang dilaksanakan dengan pemberian kepada penjawab pertanyaan pada butir-butir pertanyaan kemudian adanya pengisian pertanyaan tersebut. Butir pertanyaan tersebut sebelumnya dilakukan uji sampling. Untuk menunjang keefektifan dan efisiensi waktu yang dihabiskan, peneliti melakukan visitasi pada penjawab pertanyaan secara tatap muka atau

<sup>14</sup> Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Kedua belas jilid 1, h. 177

<sup>15</sup> Sukiati, *Metodologi Penelitian*, (Medan, Perdana Publishing, 2016), h. 172

dengan bantuan jasa ekspedisi pada proses pengiriman pertanyaan, cara inilah yang paling dominan penggunaannya menurut penulis.<sup>16</sup>

Acuan pada skala linkert yang digunakan dalam bentuk jawaban atas pertanyaan yang dilontarkan kepada penjawab, yaitu sebagai berikut : huruf S, yang berarti penjawab setuju dengan pertanyaan yang diberikan, SS, yang artinya sangat setuju, penjawab sangat setuju dengan pertanyaan yang diberikan kepada penjawab, RR yaitu ragu-ragu atas jawaban yang ada pada lembar jawaban, TS yang kepanjangannya tidak setuju, dengan tujuan penjawab tidak setuju dengan pertanyaan yang ada pada lembar penelitian tersebut, dan yang terakhir, STS, sangat tidak setuju, jika penjawab merasa keberatan dan sangat tidak setuju pada pertanyaan yang di maksud.

**Tabel 3.2 Rentang Nilai pada Skala Linkert**

NO	Description	Score
1	SS	5
2	S	4
3	R	3
4	TS	2
5	STS	1

## 2. Observation

Pengamatan atau yang disebut *observation* yaitu kegiatan dalam upaya pengkolektifitasan data secara tatap muka, keterlibatan pada partisipan dalam proses penelitian, dan melihat suatu hal yang tersirat melalui fenomena yang dialami dan pengobeservasian yang sudah dilaksanakan..<sup>17</sup>

<sup>16</sup> Soeratno, *Metode Penelitian Untuk Ekonomi Bisnis* (Yogyakarta:Unit Penerbit dan Percetakan Sekoah Tinggi Ilmu Mnajemen YKPN, 2001), h. 91.

<sup>17</sup> Nur Ahmadi Bi Rahmadi, *Metodologi Penelitian Ekonomi* (Medan : FEBI UIN-SU PRESS, 2016), h. 54

### 3. Wawancara

Wawancara adalah jenis perolehan data dimana peneliti mewawancarai narasumber guna dijadikan informan dan mendapatkan data yang diinginkan yang berguna untuk mendapatkan data dan fakta fenomena secara langsung dan mendalam. Dalam penelitian ini narasumber terkait adalah Manajer Pelayanan dan Manfaat PT Taspen Persero Medan, dan juga peserta/nasabah. Wawancara dalam penelitian dengan menggunakan pertanyaan yang diajukan secara langsung kepada narasumber guna mendapatkan sumber informasi yang jelas dan beberapa paparan yang kemudian dituliskan dalam penelitian.

## G. Uji Statistik Data

Setelah data didapatkan, kemudian diolah dan uji sesuai dengan uji statistik penelitian yang digunakan, yaitu SPSS. Adapun dilakukannya uji statistik pada pengolahan angka yang dilakukan dalam proses penelitian ini adalah :

### 1. Uji Validitas dan Realibilitas

#### a. Uji Validitas

*Validity* yaitu sebuah instrumen yang bertujuan pada akses pada pengukuran terhadap apa yang telah ditentukan, sesuai dengan acuan yang berlaku. Instrumen yang berfungsi dalam pengukuran pada objek pun sama hal tujuannya, namun *validity* instrumen hanya dapat diberlakukan pada uji yang khusus. Sebuah pernyataan pada pengolahan data harus diimbangi oleh kejelasan dan alasan yang logis, seperti bertujuan untuk pengukuran apa. Dapat disimpulkan, dengan contoh, hal tersebut dapat dideskripsikan “hasil pengujian yang dilakukan oleh pegawai PT. Cucok Rowo divisi produksi adalah valid”. Dari permasalahan dan pernyataan tersebut, kita paham bawasannya secara jelas dan ringkas, hal tersebut sudah tepat, karena jika dilakukan pengujian pada bidang lain, misalnya pada bagian keuangan dan divisi lainnya hasilnya tidak akan mengalami kesamaan.

Dapat diketahui pada akhirnya, melihat sebuah instrumen dalam pengukuran disebut valid atau memenuhi standar dari apa yang telah ditentukan sebelumnya yang bertujuan *making decision* dan justru dapat menghasilkan hal yang sebaliknya.<sup>18</sup>

#### b. *Reability Test*

Yang dimaksud dengan uji reliabilitas adalah pengujian yang bertujuan diadakannya untuk mencari tahu terhadap eksistensi konsistensi atau sebaliknya pada instrumen ukur (kuesioner) yang digunakan pada penelitian, proses pengukuran yang diaplikasikan bisa diandalkan dan bernilai tetap atau sama jika pengukuran dilakukan berulang kali hasilnya tetap konsisten sehingga menghasilkan pengujian yang baik.<sup>19</sup>

Tujuan diadakannya uji reliabilitas ini merupakan untuk menilai dan memberikan skor pada jenis keseimbangan pengukuran takaran dan tingkat kestabilan pada partisipan yang telah ikut andil mengisi butir pertanyaan, maka dari itu saat dilakukan pengulangan uji akan mendapatkan hasil yang sama dengan sebelumnya. Alat yang digunakan pada Uji reliabilitas yaitu program SPSS.

## 2. Uji Asumsi Klasik

### a. *Normality Test*

*Normality test* adalah sebuah metode yang penggunaannya dalam menguji sebuah model regresi dalam pengolahan data, dalam pengujian terhadap variabel X yang bersifat tidak terikat dan variabel Y yang sifatnya terikat diuji hasilnya data tersalurkan dengan sewajarnya, secara normal atau sebaliknya. *Normality test* dilaksanakan untuk mencari tahu dan penentuan pada data yang telah disebar, terdistribusi dengan normal dan diambil dari jumlah keseluruhan. Para ahli statistik berpendapat, uji yang menghasilkan dengan jumlah lebih dari 30, maka dapat disimpulkan pendistribusiannya baik atau normal.

---

<sup>18</sup> Sulianto, *Metode Riset Bisnis* (Yogyakarta: C.V Andi Offest, 2001), h. 146-147

<sup>19</sup> Ahmad Effendi, *Biostatistika*, (Malang: UB Press, 2017), h. 189.

### **b. Uji Heteroskedastisitas**

Ghozali berpendapat pengujian ini memiliki tujuan dan mencari tahu eksistensi dari model regresi yang mengalami diferensiasi *variance* pada penelitian ke penelitian lainnya. Jika hal pengamatan yang dilakukan memberikan hasil yang konstan, fenomena tersebut disebut homokedastisitas, sedangkan pada fenomena lainnya disebut heterokedastisitas. Pengujian regresi dikatakan baik, yaitu tidak adanya gejala atau ciri yang menunjukkan heterokedastisitas. Pada penelitian ini pengujian memakai uji glejser, dengan ketentuan dan catatan, perolehan pada nilai uji signifikansi yang ada pembatas antara variabel bebas dengan nilai residual harus melebihi 0,05, hal tersebut disebut tidak mengalami gejala heteroskedastisitas.<sup>20</sup>

### **c. Uji Multikolinieritas**

Berdasarkan pendapat Ghozali, tujuan dari diadakannya pengujian multikolinieritas yaitu, untuk melihat dan mencari penemuan adanya hubungan diantara *independent variabel*. Pengujian model yang baik, tidak adanya hubungan dengan *independent variabel*. Jika ditemui variabel bebas adanya gejala berhubungan, maka variabel disebut tidak ortogonal. Yang dimaksud dengan ortogonal yaitu variabel bebas yang nilainya nol berhubungan sesama dengan variabel bebas lainnya. Maka dari hal tersebut, untuk mencegah dari gejala itu, acuan dan indikator yang digunakan yaitu nilai VIF atau disingkat Variance Infaltion Factor, dengan ketentuan, jika didapati nilai VIF kurang dari 0,10 atau nilai VIF kurang dari 10 dapat dikatakan penelitian atau data tersebut mengalami gejala multikolinieritas.<sup>21</sup>

### **d. Autocorelation Test**

Pengujian autokorelasi yang diaplikasikan dalam proses penelitian ini dengan tujuan dalam upaya pencarian apakah mengalami gejala korelasi antara kesalahan pengganggu pada rentang waktu yang simbolkan dengan huruf t dengan

<sup>20</sup> Romie Priyastama, *Buku Sakti SPSS*, h.125.

<sup>21</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro), 2013, h. 105.



kesalahan pada periode t-1 (sebelumnya). Jika mengalami dan adanya hubungan corelation, maka kejadian atau gejala ini disebut autokorelasi. Penelitian dapat dikatakan relevan dan berlaku secara umum, yaitu bebas dan tidak mengandung autokorelasi dari pengujian yang dilaksanakan. Pada proses pengidentifikasian sesuai dengan prosedur dan analisis, gejala autokorelasi dapat dilihat dengan menggunakan metode ukuran *Durbin-Watson*. Untuk pengecekan terhadap nilai yang terkandung pada pengujian autokorelasi, dengan ketentuan uji *Durbin-Watson* yang berlaku yaitu :<sup>22</sup>

- 1) Jika hasil nilai perolehan Durbin-Watson dibawah -2 yang memiliki arti bahwasanya mengandung hasil autokorelasi positif
- 2) Jika hasil nilai perolehan Durbin-Watson diantara -2 dan +2 yang memiliki arti bahwasanya mengandung tidak ada autokorelasi
- 3) Jika hasil perolehan Durbin-Watson di atas +2 yang memiliki arti bahwasanya mengandung autokorelasi negatif.
- 4) Jika hasil perolehan Durbin-Watson terletak antara nilai batas atas (du) dan batas bawah (dl) atau nilai DW terletak di antara nilai 4-du dan 4-dl yang memiliki arti bahwasanya mengandung tidak dapat disimpulkan ( *inconclusive* ).

### 3. Uji Regresi Linier Berganda

Pengujian analisis regresi dilakukan yang bertujuan pada pengukuran seberapa kuat korelasi diantara variabel yang diuji pada penelitian dan bertujuan untuk memperlihatkan bagaimana arah korelasi dan interaksi variabel bebas dan variabel terikat. Disini, variabel terikat dideskripsikan sebagai variabel yang acak dan memiliki nilai pendistribusian yang memungkinkan dan berpeluang, sedangkan variabel bebas digambarkan sebagai variabel yang memiliki nilai konstan (dengan pengujian pada sampel yang dilakukan dengan sistem

---

<sup>22</sup> Singgih Santoso. *Analisis SPSS Pada Statistik Parametik* ( Jakarta: Pt. Elek Media Komputindo, 2012), h. 242

pengulangan), uji regresi linier berganda dapat digambarkan seperti dibawah ini<sup>23</sup>.

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + e$$

Keterangan :

Y = Kepuasan Nasabah

a = Koefisien Konstanta

$b_1 b_2 b_3$  = Koefisien Regresi

$X_1$  = Kecepatan

$X_2$  = Keamanan

$X_3$  = Akurasi data

$X_4$  = Kepercayaan

e = *error*, adanya variabel gangguan

#### 4. Uji Hipotesis

Uji Hipotesis dalam penelitian digunakan untuk pengujian pada variabel-variabel yang sifatnya independen dengan pengujian dilakukan secara tersendiri dan bersamaan untuk melihat keterikan dan nilai signifikansi yang mempengaruhi pada variabel terikat yang diuji. Yang termasuk dalam uji hipotesis ini yaitu, Uji t, Uji F dan uji Koefisien Determinan ( $R^2$ ).

##### a. Uji t (Uji Parsial)

Tujuan dari Uji t dalam sebuah penelitian yaitu untuk melihat dan mencari tahu secara terpisah variabel bebas dan terikat mempunyai pengaruh atau tidak. Dalam penelitian ini, nilai signifikansi yang pakai adalah sebesar lima persen. Jika dalam sebuah penelitian nilai signifikansi yang diperoleh < daripada derajat kepercayaan, dapat disimpulkan hipotesa sementara keputusan alternatif variabel bebas secara terpisah berpengaruh terhadap variabel terikat. Ketentuan dari nilai uji secara terpisah yaitu, sebagai berikut :

- 1)  $H_0$  dapat diterima apabila nilai t hitung lebih besar daripada nilai t tabel atau nilai signifikansi lebih dari 5%

---

<sup>23</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro), 2013, h. 96

- 2)  $H_a$  dapat diterima apabila nilai  $t$  hitung lebih kecil dari nilai  $t$  tabel atau jumlah nilai signifikansi kurang dari 5%

#### **b. Uji f (Uji Simultan)**

Tujuan dari adanya Uji F yaitu dalam upaya melihat pengujian variabel dependen dan variabel independen secara keseluruhan yang memiliki korelasi dan nilai pengaruh yang signifikan pada kedua jenis variabel secara bersamaan. Nilai derajat kepercayaan pada pengujian ini yaitu sebesar 5%. Dengan ketentuan, jika didapati nilai  $F >$  dari pada nilai  $F$  tabel dengan acuan tabel  $F$ , maka hipotesa secara alternatif yang mendeskripsikan keseluruhan semua variabel bebas secara simultan memiliki nilai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat

Nilai  $\alpha = 0,05$  sebagai acuan pada penentuan taraf nyata atau nilai signifikansi kriteria kualitas produk, meliputi :

- 1)  $H_0$  dapat diterima jika nilai  $f$  hitung lebih kecil daripada nilai  $f$  tabel dengan tingkat signifikansi lebih dari lima persen
- 2)  $H_a$  dapat diterima jika nilai  $f$  hitung lebih besar daripada  $f$  tabel dengan tingkat signifikansi kurang dari lima persen

#### **c. Koefisien Determinasi ( $R^2$ /R-Square)**

Pada pengujian nilai Koefisien determinan ( $R^2$ ) bertujuan untuk mengetahui secara jelas, besaran kekuatan dan pendorongan variabel terikat yang akan diuji. Dengan nilai koefisien tersebut rentang antara 0 dan 1. Nilai  $R^2$  yang kecil mengandung pengertian aman dan memiliki limit pada pengujian variabel bebas. Bila jumlah nilai koefisien determinasi hasilnya 0, maka dapat dikatakan variabel bebas tidak memiliki pengaruh terhadap variabel terikat. Bila didapati hasil koefisien determinasi hasilnya hampir bernilai jumlah angka 1, maka dapat dikatakan variabel bebas memiliki pengaruh yang sempurna pada variabel terikat. Penggunaan model ini bertujuan untuk mengetahui koefisien determinasi, maka kesalahan pengganggu diusahakan minimum atau nilai yang sekecil-kecilnya, sehingga koefisien determinasi didapati hasil hampir bernilai 1, maka dari itu

perkiraan nilai regresi mendapatkan hasil yang sesuai dan benar dengan fenomena yang terjadi.<sup>24</sup>

---

<sup>24</sup> Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi Pendekatan Kuantitatif*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2018), h. 142

## **BAB IV**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Gambaran Umum Obyek Penelitian**

##### **1. Sejarah Perusahaan PT Taspen Persero**

PT Taspen Persero merupakan sebuah perusahaan yang tidak akan bisa dipisahkan dari sepanjang sejarah dalam memberikan perhatian pada pensiunan di Indonesia, penyelenggaraan dan bukti kontribusi negara turut menyejahterakan pensiunan abdi negara melalui program pensiunan PNS dan Tabungan yang dapat dinikmati di hari tua atau disingkat THT yang memiliki tujuan dalam upaya mensejahterakan PNS dan pejabat negara pada saat mereka menginjak usia purnabkati. Melihat sejarah kebelakang, ditandai dengan adanya Konferensi Kesejahteraan Pegawai Neger dengan tanggal penyelenggaraan pada 25-26 Juli 1960 di Ibukota dengan keputusan hasil yang diperoleh tertuang dalam Keputusan yang menghasilkan Keputusan Menteri Permen RI Nomor 388/MP/1960 tanggal 25 Agustus 1960. Dimana tertuang, dalam hasil yang diperoleh, negara dan pemerintah memutuskan akan peran yang secara krusial dibentuknya lembaga penjaminan sosial sebagai modal PNS yang sudah pensiun. Setelah itu, tepat ditanggal 17 April 1963, secara sah dan deklaratif PN Taspen berdiri dengan ketentuan PP No. 15 Tahun 1963. Perkembangan dan kenaikan jumlah pegawai yang memperluas koneksi serta pelayanan yang ada, dengan adanya peningkatan jumlah Pegawai Negeri dan bervariasinya jenis pelayanan, tepat ditanggal 18 November 1970 melalui Keputusan Menteri Keuangan RI Nomor Kep.749/MK/IV/11/1970 PN TASPEN berevolusi sebagai perusahaan yang tergolong umum. Adanya kenaikan jenis usaha yang ada dari Perusahaan Umum menjadi jenis Perseroan dalam hal konsep mendasarkan dan berpegang payung hukum dilaksanakan atas landasan PP RI Nomor 26 Tahun 1981 dan secara sah diarsipkan pada Akta Notaris Imas Fatimah Nomor: 4 tanggal 4 Januari 1982

dengan nama PT TASPEN (PERSERO) yang konsep utama berkaitan dengan Program THT dan Program Pensiun.

Sebagai tindak lanjut amanat Peraturan Pemerintah RI Nomor 25 Tahun 1981, pada tanggal 22 September 1986 berdasarkan Keputusan Menteri Keuangan Nomor: 822/KMK.03/1986 tanggal 22 September 1986 dan Keputusan Menteri Dalam Negeri nomor: 842.1-841 tanggal 13 Oktober 1986 tentang penugasan pembayaran pensiun di wilayah Bali, Nusa Tenggara Barat, Nusa Tenggara Timur terhitung 1 Januari 1987. Sesuai dengan PP Republik Indonesia No. 25 Tahun 1981, berdasarkan keputusan MenKeu No. 822.KMK.03/1986 tertanggal 22 September 1986 dan keputusan Kemendagri dengan nomor 842.1-841 tertanggal 13 Oktober 1986 yang tentang pembahasan pada pembagian tugas pembayaran dana pensiun pada wilayah yang mencakup Bali, Nusa Tenggara Barat, dan Nusa Tenggara Timur. Kemudian menyusul pada bagian Sumatera pada tanggal 1 Januari 1988. Pada tanggal 1 Januari 1989 diselenggarakannya pembayaran dana pensiun pada bagian Jawa dan Madura, sedangkan pada bagian Kalimantan, Sulawesi, Maluku dan bagian Timur lainnya, pembayaran dana pensiun ini diadakan tanggal 1 April 1990 hingga sampai saat ini. Dalam upaya memberikan perhatian yang lebih pada pelayanan akan jaminan sosial, pemerintah menerbitkan Undang-undang jaminan sosial pada perusahaan, sesuai dengan pasal 92 ayat 4 dan pasal 107 Undang-Undang No. 5 tahun 2014 tentang ASN. Melalui peraturan pemerintah Nomor 70 Tahun 2015 tanggal 16 September 2015 yang membahas tentang Jaminan Kecelakaan Kerja dan Jaminan Kematian bagi ASN. Maka dari hal tersebut, PT. Taspen (Persero) diberikan sebuah kepercayaan dalam pengelolaan program JKK dan JKM dengan perhitungan pada tanggal 1 Juli 2015. Jumlah dari akantor cabang perusahaan dana pensiun ini berjumlah 6 kantor cabang utama, 7 kantor dengan spesifikasi kantor cabang tipe A, 14 jumlah kantor cabang bertipe nilai B, dan jumlah lainnya asda 19 Kantor yang berstatus Kantor Cabang bertipe C serta jumlah Kantor Cabang bertipe D adalah sebanyak 14 buah. Sebagai instansi yang dimiliki oleh pemerintah dalam hal memberikan layanan untuk masyarakat luas, perusahaan dana pensiun ini berkeinginan dalam upaya

meningkatkan *service* bagi ASN dan pejabat tinggi, dengan cara adanya sebuah inovasi yang bersifat digital, kegiatan klim yang sifatnya otomatisasi, serta dengan diperolehnya sertifikasi ISO 9001:2015 dalam hal kunjungan dan kesetiaan pelanggan, latar belakang tersebutlah yang akan membuat perusahaan menjadi berkembang dan upaya pada adanya peningkatan *sustainability service quality* agar pelanggan menjadi nyaman dan sejahtera dengan layanan yang dirasakan

Tanggal 31 Desember 2018 menjadi tanggal yang penting dalam sejarah perusahaan tersebut, karena terdapat lima lembaga pemerintahan yang menjalin kerjasama dalam pengelolaan data dan sistem informasi Aparatur Sipil Negara tertanggal 31 Desember 2018, adapun nama lembaga yang menjalin hubungan yang saling menguntungkan, yaitu sebagai berikut, Badan Pertimbangan Tabungan Perumahan Pegawai Negeri Sipil yang disingkat dengan BAPERTARUM, Asuransi Sosial Angkatan Bersenjata RI atau yang biasa dikenal dengan ASABRI, Kementerian Perhubungan yang disingkat KEMENHUB, Badan Kepegawaian Negara (BKN) dan Direktorat Jenderal Dukcapil Kemendagri. Penandatanganan nota perjanjian PT Taspen (Persero) dengan Mahkamah Agung RI mengenai pelayanan dan akselerasi *electronic service assist* bagi ASN yang menjabat di lingkungan Mahkamah Agung, Kemenhub, Kemen PAN dan RB, Kemensekneg, dan Kemenkumham.<sup>1</sup>

## **2. Regulasi Perusahaan**

- a. Peraturan Pemerintah dengan No. 26 tahun 1981 tentang Perubahan dan Transformasi bentuk Perusahaan Umum Dana Tabungan dan Asuransi Pegawai Negeri menjadi Perusahaan Perseroan (PERSERO)
- b. Peraturan Pemerintah dengan No. 20 tahun 2013 tentang pengubahan atas yang awalnya peraturan Pemerintah Nomor 25 Tahun 1981 mengenai Asuransi Sosial Pegawai Negeri Sipil
- c. Peraturan Pemerintah dengan No. 70 tahun 2015 mengenai JKK dan JKM bagi ASN

---

<sup>1</sup> [www.taspen.co.id](http://www.taspen.co.id), diunduh tanggal 12 november 2020

### 3. Core Values of Corporation

- a. A : Amanah, memegang teguh kepercayaan yang diberikan
- b. K : Kompeten, terus belajar dan mengembangkan kapabilitas
- c. H : Harmonis, saling peduli dan menghargai perbedaan
- d. L : Loyal, berdedikasi dan mengutamakan kepentingan Bangsa dan Negara
- e. A : Adaptif, terus berinovasi dan antusias dalam menggerakkan ataupun menghadapi perubahan
- f. K : Kolaboratif, membangun kerjasama yang sinergis

### 4. Visi, Misi Perusahaan dan Logo Perusahaan

- a. Visi  
Perusahaan yang bertujuan dalam upaya menjadikan dalam *Social Insurance* dan Dana Pensiun yang utama dan dapat dipercaya oleh masyarakat demi terwujudnya kesejahteraan pada pensiunan atau nasabah dalam upaya menaikkan perekonomian
- b. Mewujudkan *best services* dan *reliability invest* dan pemastian pada pimpinan yang mempunyai inovasi pada bisnis dan Digital Transformation yang dimana didukung oleh sumber daya manusia yang mumpuni dan menjunjung nilai-nilai utama perusahaan.
- c. Logo Perusahaan

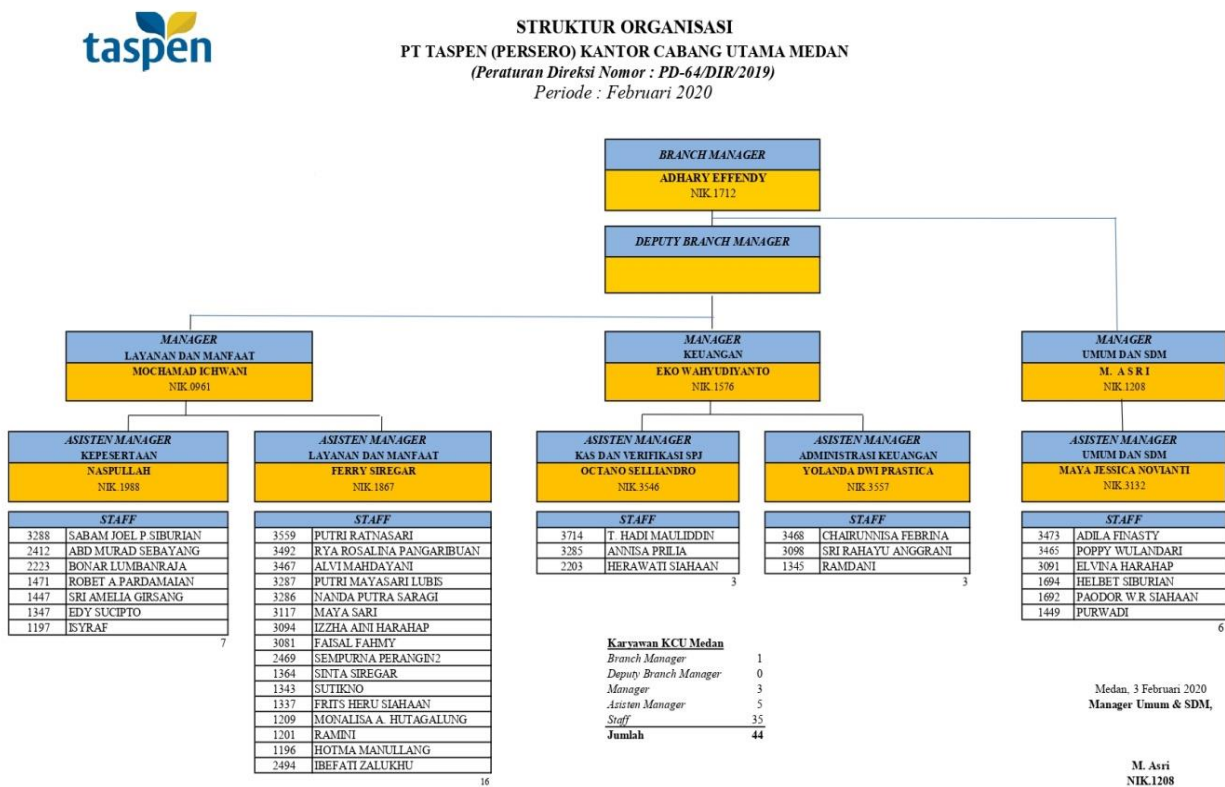


**Gambar 4.1**  
**Logo PT Taspen Persero**



Makna logo PT Taspen (Persero) diatas, yaitu mendiskripsikan sebuah tunas yang terus tumbuh dan berkembang menjadi pohon yang kuat dan kokoh, dimana perusahaan menyatu dengan bumi melalui akar, daun yang berbentuk mengarah keatas, yang artinya dimana tujuan yang ingin dicapai adalah terus bertumbuh dan naik. *Lake Blue* menggambarkan nilai kreatif, *nighttime blue* mendiskripsikan nilai dasar kompeten yang dimiliki oleh insan perusahaan, *butterscotch yellow*, melambangkan jaminan/kepastian, *medallion yellow* melambangkan akuntabel, dan *logotype* huruf kecil yang memiliki makna dalam perusahaan untuk selalu menjadi sahabat dan membumi.<sup>2</sup>

## 5. Struktur Perusahaan



Gambar 4.2

<sup>2</sup> Media Taspen 118, h.7

## **Struktur Organisasi Perusahaan PT Taspen Persero Cabang Utama Medan**

(Sumber : Bagian SDM dan Umum PT Taspen Persero Cabang Utama Medan)

### **6. Produk-produk Perusahaan**

Dalam menjalankan unit usahanya PT Taspen (Persero) memiliki tiga program atau produk utama, yaitu Program Tabungan Hari Tua (THT), Program Pembayaran Pensiun serta Program Jaminan Kecelakaan Kerja (JKK) dan Jaminan Kematian (JKM)

- a. Program Asuransi Pegawai Negeri Sipil dan Tabungan Hari Tua (THT). Berdasarkan PP No. 25 Tahun 1981, yang termasuk dalam THT ini yaitu asuransi dwiguna dan asuransi kematian. Yang dimaksud dengan dwiguna yaitu jenis asuransi yang manfaatnya ada suatu penjaminan pada *financial* bagi para tertanggung jika memasuki usia pensiun sesuai dengan ketentuan yang berlaku dan juga bagi keluarga atau ahli waris. Sedangkan asuransi kematian yaitu salah satu asuransi dimana pemberian pada financial warrant terhadap tertanggung dengan ketentuan apabila istri/suami dari peserta aktif wafat atau anak dari peserta aktif meninggal dunia (usainya sebelum mencapai 21 tahun atau yang berusia 25 tahun pada usai menempuh pendidikan dan tidak berkeluarga).

- b. Program Pembayaran Pensiun

Yang dimaksud dengan Program pensiun yaitu, program pada penjaminan yang diperoleh oleh pensiunan berupa sejumlah dana tunai setiap bulannya dengan ketentuan yang telah diatur oleh PT Taspen (Persero), individu yang terlibat dalam program ini yaitu anggota abdi negara, TNI/POLRI, pahlawan perintis kemerdekaan, veteran dan juga pejabat tinggi negara. Tujuan dari adanya program ini yaitu dalam upaya pemberian penjaminan kehidupan di masa tua oleh PT Taspen (Persero)

atas dasar perjuangan dan dedikasi selama berkontribusi bagi negeri dan perusahaan dimana ia bekerja, yang menjadi peserta atau bagian dari perusahaan dana pensiun ini memiliki hak dan kewajiban, dengan kataeori pada diri pribadi, ahli waris, salah satu pasangan yang ditinggal atau pensiunan janda/duda dan lainnya

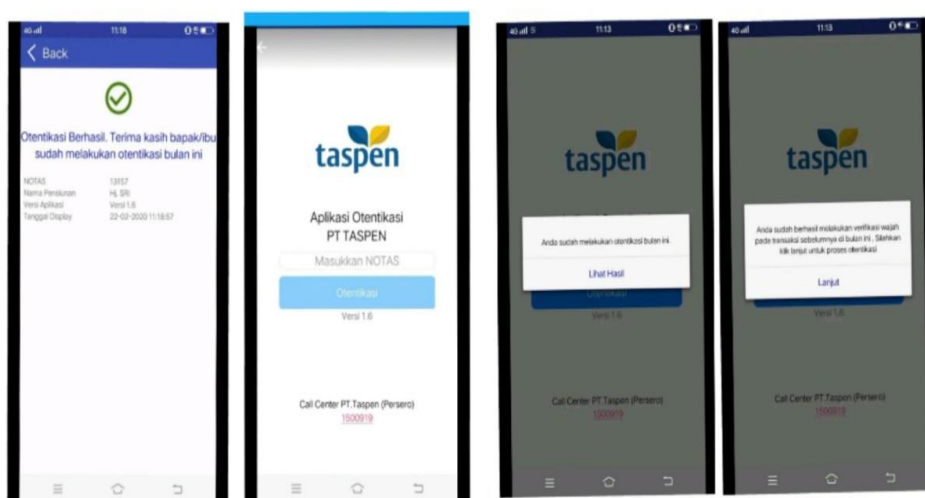
- c. Jaminan Kecelakaan Kerja (JKK) dan Jaminan Kematian (JKM), yaitu dapat singkat dengan JKK yaitu upaya proteksi pada resiko yang dihadapi selama melaksanakan tugas pekerjaan di perusahaan atau suatu gejala penyakit berupa rawat inap, pemberian tali asih dan bantuan yang mengalami kecacatan pada fisik. Jumlah dana yang dihitung pada JKK ini adalah sebesar  $0,24\% \times$  pendapatan yang diterima dalam sebulan. Sedangkan JKM yaitu upaya proteksi atas dasar potensi kematian namun bukan pada insiden pekerjaan. Kisaran jumlah iuran program Jaminan Kematian ini sebesar  $0,72\% \times$  pendapatan yang diterima peserta perbulannya.

## 7. Pelayanan Otentikasi

Tahapan selanjutnya adalah melakukan otentikasi. Yang dimaksud dengan Aplikasi “Taspen Otentikasi” yaitu *platform* dalam upaya pemberian informasi tentang *update* terbaru tentang pensiunan yang menjadi dan tercatat dalam perusahaan pensiunan, dan mencari tahu survei kelayakan untuk diberikan dana hak pensiunan pembayaran. Dengan hadirnya aplikasi ini, merupakan sebagai media yang sifatnya inovatif dan bernilai ekonomis dan efisien dalam hal absensi, dimana pensiunan tidak harus repot mendatangi kantor mitra pembayaran dana pensiun. Dimana pensiunan atau yang menjadi nasabah/peserta secara langsung setelah melakukan proses Otentikasi melalui aplikasi “Taspen Otentikasi”, setelah itu peserta dapat langsung mengambil hak nya pada Anjungan Tunai Mandiri terdekat. Pada Mulanya, sebelum hadinya inovasi ini, proses pengotentikasian atau “absensi diri” dapat dilaksanakan secara manual

dengan mengunjungi bank mitra pembayaran, seperti Bank dan Kantor Pos. Akan tetapi, melihat antrian di Bank dan Kantor Pos yang selalu membludak setiap awal bulan, nampaknya cara tersebut sudah tidak efektif dan menyulitkan peserta pensiun. Munculnya permasalahan tersebut, perusahaan menjawab permasalahan yang ada dimana berusaha memberikan suatu hal baru yang bersifat solutif dan inovatif sebagai solusi yang dapat memberikan kenyamanan pada nasabah/peserta dalam mengambil uang pensiun. Hadirnya solusi dari permasalahan yang ada, ini merupakan dalam upaya proses mendukung perkembangan zaman di era digital 4.0. Adapun tata cara penggunaan aplikasi “Taspen Otentikasi”, di antaranya:

- a. Membuka Aplikasi Google Play pada pengguna Android atau App Store pada pengguna Iphone di Gadget masing-masing
- b. Pilih menu pencarian dan carilah dengan kata kunci “Taspen Otentikasi” setelah itu lanjutkan pilihan menu “install”
- c. Saat aplikasi sudah terpasang dan aman, lanjutkan dengan proses pembukaan pada aplikasi tersebut
- d. Masukkan nomor serial digit yang dimiliki yang pada kartu KARIP
- e. Perhatikan instruksi yang ada dan prosedur



**Gambar 4.3**  
**Tampilan Aplikasi Taspen Otentikasi**

(Sumber : *playstore/otentikasi*)

## B. Karakteristik Responden

Proses penelitian yang dilakukan oleh penulis, dalam perolehan data dan informasi serta pengolahannya dijadikan dalam bentuk butir-butir pertanyaan dengan ketentuan tiga variabel independen (X), dengan X1 (kualitas pelayanan), X2 (kepercayaan), X3 (efektivitas) masing-masing pada setiap pernyataan terdiri dari 6 pernyataan, dan 1 variabel dependen Y (kepuasan nasabah) dengan 6 pernyataan. Angket ini kemudian disebar pada 100 sampel yang merupakan pensiunan ASN yang merupakan nasabah PT Taspen Persero Cabang Utama Medan yang dimana dalam pengisian angket atau kuesioner ini dengan pengujian pada skala linkert rentang nilai antara 1 sampai dengan 5.

### 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Deskripsi karakteristik yang dijadikan acuan dalam proses pengolahan data ini adalah salah satunya berdasarkan jenis kelamin untuk menguraikan dan menggambarkan jumlah responden antara laki-laki dan perempuan yang berpartisipasi dalam mengisi angket pada penelitian ini. Adapun dekripsi profil penjawab pertanyaan pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel 4.1.

**Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

		Jenis_Kelamin			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	44	44,0	44,0	44,0
	Perempuan	56	56,0	56,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

(Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS V.23)

Berdasarkan tabel tersebut, dapat disimpulkan bahwa adanya perbandingan akumulasi berdasarkan jenis kelamin laki-laki dengan

perempuan dimana jumlah penjawab pertanyaan yang berjenis kelamin perempuan lebih mendominasi.

## 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Penetapan responden dengan kriteria usia sangatlah perlu dipertimbangkan, mengingat usia pensiunan minimal adalah 58 tahun, maka dari hal tersebut dalam pemilihan responden haruslah dilakukan dengan teliti dan dengan tujuan yang jelas dan responden yang pastinya sudah pernah melakukan perekaman data pensiun. Usia juga dapat mempengaruhi proses berpikir yang rasional dan tindakan atau aktivitas yang dilakukan oleh responden tersebut. Adapun banyaknya jumlah responden berdasarkan usia dapat disajikan dalam tabel 4.2 berikut ini.

**Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

		Usia			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	58-68	88	88,0	88,0	88,0
	69-78	10	10,0	10,0	98,0
	79-88	2	2,0	2,0	100,0
Total		100	100,0	100,0	

(Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS V.23)

Berdasarkan tabel 4.2 dapat disimpulkan bahwa usia yang mendominasi pada pengisian angket adalah usia rentang 58 – 68 tahun dengan jumlah responden sebanyak 88 orang, kemudian disusul dengan usia 69 – 78 tahun yang dimana berjumlah 10 orang, dan sebanyak 2 orang pada 79 – 88 tahun.

## 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Agama

Analisis terhadap pemilihan responden berdasarkan agama, yaitu karena peneliti ingin melihat sejauh mana partisipasi responden dalam mengisi angket atau kuesioner, dalam hal ini ada 2 agama yang turut berpartisipasi, yaitu islam dan kristen. Analisis tabel tersebut dapat dilihat pada tabel 4. 3 berikut ini.

**Tabel 4.3 Karakteristik Responden Menurut Agama**

		Agama			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ISLAM	55	55,0	55,0	55,0
	KRISTEN	45	45,0	45,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

(Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS V.23)

Dari pemaparan tabel 4.3, dapat ditarik kesimpulan bahwasanya responden yang beragama islam paling mendominasi dalam pengisian angket atau kuesioner ini, dikarenakan peneliti melakukan penelitian dan mencari responden tidak hanya terfokus pada satu daerah, maka dari hal tersebut, peneliti mencari lokasi yang berpotensi.

#### 4. Karakteristik Responden Menurut Pendidikan Terakhir

Tingkat pendidikan terakhir pada responden berpengaruh terhadap kapasitas responden tersebut dalam menggunakan digitalisasi pembayaran otentikasi tersebut, maka dari hal tersebut, perusahaan harus melakukan langkah yang efektif dalam mensukseskan program layanan ini. Tingkat pendidikan juga akan berpengaruh terhadap kinerja dan perilaku responden terhadap kehidupan sehari-hari. Jumlah tingkat pendidikan terakhir pada responden dapat dilihat pada tabel 4.4 berikut ini.

**Tabel 4.4 Karakteristik Responden Menurut Tingkat Pendidikan Terakhir**

		Pendidikan_Terakhir			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SD/SMP/SMA	12	12,0	12,0	12,0
	D3/S1	86	86,0	86,0	98,0
	S2/S3	2	2,0	2,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

(Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS V.23)

Dari tabel 4.4 diatas, dapat diketahui bahwasanya jumlah responden yang paling mendominasi adalah dengan pendidikan terakhir D3/S1 sebanyak 86 responden, kemudian disusul dengan responden yang menempuh pendidikan terakhir SD/SMP/SMA sebanyak 12 responden dan yang terakhir adalah responden dengan jumlah sebanyak 2 responden.

### C. Teknik Analisis Data

Teknik penganalisisan pada perolehan data data dengan melakukan *validity and reability test* yang digunakan dalam penelitian ini awalnya harus dilakukan uji kevalidan dan reabilitasnya sebelum diimplementasikan dan interpretasikan menjadi alat pengumpul dan penghimpun data. Instrumen penelitian yang bagus dan relevan adalah instrumen yang *valid* dan *reliable*, sehingga datanya dapat diandalkan. Alat bantu atau instrumen yang digunakan untuk memperoleh data adalah dengan bantuan penyebaran butir-butir pertanyaan yang dijadikan dalam satu kelompok yang terdiri dari 4 variabel yang masing-masing terdiri dari 3 variabel independent (X), dengan masing-masing 6 pernyataan pada setiap X1(kualitas pelayanan), X2 (kepercayaan), dan X3 (efektivitas) dan 1 variabel dependent Y (Kepuasan Nasabah) dengan 6 buah pernyataan. Peneliti berhasil melakukan perhitungan data yang diperoleh dengan menggunakan program SPSS V23. Pengujian validitas angket dengan menggunakan rumus Alpha Cronbach. Angket penelitian ini dikatakan valid jika  $r_{hitung} > r^{tabel}$  pada taraf  $\alpha = 0,05$ .

Maka dari hal tersebut, untuk membuktikan valid atau tidaknya instrumen tersebut, diberikan dan disebarkan instrumen tersebut kepada 100 orang sebagai sampel penelitian dengan bantuan korelasi *product moment*. Dalam upaya mencari tahu kevalidan penyebaran angket, yaitu dengan proses perbandingan  $r_{tabel}$  dengan  $r^{hitung}$ . Nilai  $r_{tabel}$  yang tertera dengan jumlah tingkat signifikansinya dengan taraf signifikansinya  $\alpha = 0,05$  dan  $df - 2 = 100 - 2 = 98$  sebesar 0,195 (dilihat pada  $r_{tabel}$ ).



## 1. Uji Validitas

Pengujian validitas dengan metode penyebaran angket atau kuesioner untuk variabel kualitas pelayanan terhadap 100 orang responden dengan hasil uji validitas dapat dilihat pada tabel berikut :

**Tabel 4.5**  
**Hasil Uji Validitas Persepsi Kualitas Pelayanan (X1)**

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	50,1100	15,271	,452	,694
X1.2	50,0500	14,917	,482	,687
X1.3	49,8900	14,947	,543	,682
X1.4	50,0400	14,887	,523	,682
X1.5	50,0500	15,563	,370	,705
X1.6	50,0500	15,381	,324	,710
X1_Kualitas_Pelayanan	27,2900	4,430	1,000	,560

(Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS v.23)

Pada tabel 4.5 dapat dijelaskan bahwasanya dengan ketentuan jika nilai  $r_{hitung} > r^{tabel}$ , maka dapat dikatakan kuesioner atau angket tersebut yang dibagikan kepada responden hasilnya adalah valid, akan tetapi jika  $r_{hitung} < r^{tabel}$ , maka angket tersebut hasilnya adalah sebaliknya. Jika dilihat dari tabel diatas, ternyata nilai  $r_{hitung} > r^{tabel}$  ( $1,000 > 0,195$ ). Berdasarkan hasil validitas diatas, maka dapat disimpulkan semua angket yang disebar kepada responden dapat dinyatakan valid dengan  $r^{tabel}$  sebesar 0,195.

**Tabel 4.6**  
**Hasil Uji Validitas Persepsi Kepercayaan (X2)**

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	49,7400	11,932	,306	,646
X2.2	49,6000	11,616	,460	,621
X2.3	49,4700	11,726	,508	,619
X2.4	49,5100	12,252	,331	,646
X2.5	50,2500	11,361	,280	,653
X2.6	49,7500	12,412	,197	,668
X2_Kepercayaan	27,1200	3,440	1,000	,328

(Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS v.23)

Pada tabel 4.6 dapat dijelaskan bahwasanya jika nilai  $r_{hitung} > r^{tabel}$ , maka kuesioner atau angket tersebut yang disebar valid kepada 100 orang respondedn, akan tetapi jika  $r_{hitung} < r^{tabel}$ , maka angket tersebut hasilnya adalah tidak valid. Jika dilihat dan diperhatikan dengan seksama tabel diatas, ternyata nilai  $r_{hitung} > r^{tabel}$  ( $1,000 > 0,195$ ). Berdasarkan hasil validitas diatas, maka dapat disimpulkan semua angket yang disebar dapat dinyatakan valid dengan  $r^{tabel}$  sebesar 0,195

**Tabel 4.7**

**Hasil Uji Validitas Efektivitas (X3)**

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	54,7400	10,558	,436	,661
X3.1	54,6100	10,766	,422	,666
X3.2	54,5000	10,980	,354	,676
X3.3	54,3700	11,650	,321	,687
X3.4	54,5500	11,078	,327	,680
X3.5	54,6200	11,410	,281	,688
X3.6	55,2400	10,204	,344	,676
X3_Efektivitas	31,8400	3,833	,962	,470

(Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS v.23)

Pada tabel 4.7 dapat dijelaskan dan dipaparkan bahwasanya jika nilai  $r_{hitung} > r^{tabel}$ , maka kuesioner atau angket tersebut yang disebar kepada 100 orang responden adalah valid, akan tetapi jika  $r_{hitung} < r^{tabel}$ , maka angket tersebut tidak valid. Jika dilihat dari tabel diatas, ternyata nilai  $r_{hitung} > r^{tabel}$  ( $1,000 > 0,195$ ). Berdasarkan hasil validitas diatas, maka dapat disimpulkan semua angket dapat dinyatakan valid dengan  $r^{tabel}$  sebesar 0,195.

**Tabel 4.8**  
**Hasil Uji Validitas Kepuasan Nasabah (Y)**

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1	48,2400	13,639	,299	,654
Y2	48,4100	12,527	,396	,629
Y3	48,2200	13,527	,244	,661
Y4	48,1200	13,420	,358	,644
Y5	48,3500	13,058	,334	,644
Y6	48,9500	12,472	,372	,633
Y_Kepuasan_Nasabah	26,3900	3,796	1,000	,338

(Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS v.23)

Pada tabel 4.9 dapat dipehatikan bahwasanya jika nilai  $r_{hitung} > r^{tabel}$ , maka kuesioner atau angket tersebut yang disebar bersifat valid, akan tetapi jika  $r_{hitung} < r^{tabel}$ , maka angket tersebut mendapatkan hasil sebaliknya. Jika dilihat dari tabel diatas dan dicermati dengan baik dan seksama, ternyata nilai  $r_{hitung} > r^{tabel}$  ( $1,000 > 0,195$ ). Berdasarkan hasil uji validitas diatas, maka dapat disimpulkan semua angket dapat dinyatakan valid dengan  $r^{tabel}$  sebesar 0,195.

## 2. *Reliability Test*

Tujuan dari diadakannya reability test, yaitu untuk pengujain pada jumlah data yang dihitung pada waktu dan periode tertentu dalam hal kekonsistensiannya, sehingga dapat diandalkan. Nilai *rebiability test* dengan hasil uji *Cronbach's Alpha* > 0,70, sudah dapat dikatakan berhasil terhadap data yang akan diuji. Dibawah ini yaitu hasil perolehan pada *reliability test* pada variabel kualitas pelayanan, kepercayaan, efektivitas dan kepuasan nasabah kepada 100 responden. Hasil uji reliabilitas dapat dilihat sebagai berikut.

**Tabel 4.9**  
**Hasil Uji Reliabilitas Persepsi Kualitas Pelayanan (X1)**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,719	7

(Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS v.23)

Berdasarkan tabel 4.10, dapat dijelaskan bahwasanya nilai koefisien reliabilitasnya adalah sebesar 0,719 dalam hal ini variabel X1 uji reliabilitasnya mencukupi dan memuaskan, maka data variabel dalam penelitian dapat diterima dan kuesionernya dinyatakan reliabel.

**Tabel 4.10**  
**Hasil Uji Reliabilitas Persepsi Kepercayaan (X2)**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,663	7

(Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS v.23)

Berdasarkan tabel 4.11, didapatkan hasil bahwasanya nilai koefisien reliabilitas dari uji coba adalah sebesar 0,663 dalam hal ini variabel X2 uji reliabilitasnya mencukupi dan memuaskan, maka data variabel dalam penelitian dapat diandalkan dan kuesionernya dinyatakan reliabel.

**Tabel 4.11**  
**Hasil Uji Reliabilitas Efektivitas (X3)**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,696	8

(Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS v.23)

Berdasarkan tabel 4.12, dapat diketahui bahwasanya jumlah nilai koefisien reliabilitasnya adalah sebesar 0,696 dalam hal ini variabel X3 uji reliabilitasnya mencukupi dan memuaskan, maka data variabel dalam penelitian dapat diterima dan kuesionernya dinyatakan reliabel.

**Tabel 4.12**  
**Hasil Uji Reliabilitas Kepuasan Nasabah (Y)**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,666	7

(Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS v.23)

Berdasarkan tabel 4.14, dapat dijelaskan bahwasanya nilai koefisien reliabilitasnya adalah sebesar 0,666 dalam hal ini variabel Y uji reliabilitasnya mencukupi dan memuaskan, maka data variabel dalam penelitian dapat diterima dan kuesionernya dinyatakan reliabel.

## **D. Uji Asumsi Klasik**

### **1. Uji Normalitas**

Tujuan dari dilakukannya normality test yaitu, untuk mengetahui dan adanya pengujian pada model regresi, variabel pengganggu atau residual apakah adanya gejala pendistribusian yang normal. Yang pada umumnya, yang termasuk dalam uji parsial dan uji simultan dengan anggapan, yaitu nilai yang ditemukan pada hasil residual akan mengikuti nilai perolehan pada distribusi normal. Jika anggapan tersebut tidak diikuti berdasarkan ketentuan yang ada, akan terjadi pada hasil uji statistik hasilnya menjadi tidak valid juga dalam ukuran sampel yang kecil. Dalam pendeteksian, ada

dua cara dalam upaya mengetahui nilai residual yang ada untuk melihat apakah pengujian berhasil dan uji normal atau sebaliknya, yaitu dengan menggunakan analisis statistik dan analisis grafik

Penggambaran dari analisis grafik, yaitu pengukuran pada data yang terdistribusi dan hasil residualnya normal, dengan hasil titik potong pada garis tergambar pada hasil pengujian data akan terpola dan mengikuti hasil garis yang berpotong atau berdiagonal. Selanjutnya, pembahasan pada uji normalitas residual yang lain, yaitu dengan menggunakan uji statistik KolmogorovSmirnov (K-S) dengan ketentuan alpha yang bernilai 5%. Sesuai dengan ketentuan yang berlaku, pada hasil yang didapatkan pada pengujian kolmogorov-smirnov  $> 5\%$  atau  $0,05$ , itu tandanya data yang diuji hasilnya normal, dan apabila hasil yang didapati tidak demikian, itu berarti pendistribusian data tidak normal

**Tabel 4.13**  
**Hasil Uji Normalitas**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,52376382
Most Extreme Differences	Absolute	,032
	Positive	,028
	Negative	-,032
Test Statistic		,032
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 <sup>c,d</sup>

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 Pengolahan Data SPSS v.23)

Berdasarkan tabel 4.13 menunjukkan hasil bahwa pengujian Asymp. Sig. (2 tailed) sebesar 0,200 sedangkan disamping itu, nilai taraf signifikansi yang telah ditetapkan adalah 0,05. Dalam hal ini, dapat dikatakan bahwasanya nilai kemungkina  $>$  tingkat signifikansi  $\alpha = 0,05$  atau  $0,200 > 0.05$ , maka dapat ditarik kesimpulan bahwa distribusi data pada variabel penelitian terdistribusi secara normal dan baik.

## 2. Uji Multikolinearitas

Pengujian multikolinearitas dengan tujuan dalam upaya mencari tahu bagaimana suatu gejala dan fenomena terhadap eksistensi dari hubungan antar variabel independen yang digunakan. Dalam upaya untuk mengetahui sebuah model terdapat keberadaan dari gejala multikolinearitas atau sebaliknya, dengan memperhatikan ketentuan dari *tolerance value* dan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) yaitu, sebagai berikut :

- a. Jika didapati hasil *tolerance value* lebih besar dari 0,1 dan nilai VIF yang diperoleh kurang dari 10, maka disimpulkan eksistensi dari gejala multikoliniearitas diantara variabel bebas dalam upaya pengujian regresi
- b. Jika didapati hasil *tolerance value* lebih kecil dari 0,1 dan nilai VIF yang diperoleh VIF lebih dari 10, maka disimpulkan eksistensi dari gejala multikolinearitas antar diantara variabel bebas ada. Hasil uji yang dilakukan penulisan pada uji multikolinieritas, yaitu sebagai berikut :

**Tabel 4. 14**  
**Hasil Uji Multikolinearitas**

		Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	4,960	3,095		1,602	,112		
	X1_Kualitas_Pelayanan	,285	,094	,308	3,023	,003	,614	1,628
	X2_Kepercayaan	,007	,097	,007	,075	,940	,743	1,345
	X3_Efektivitas	,492	,109	,410	4,497	,000	,767	1,304

a. Dependent Variable: Y\_Kepuasan\_Nasabah

(Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS v.23)

Hasil perolehan yang ada dapat ditarik kesimpulan, yaitu pada variabel kualitas pelayanan, kepercayaan, dan efektivitas diperoleh hasil *tolerance value* > 0,1 dan nilai VIF < 10. Ini berarti, dalam hal tersebut eksistensi dari gejala multikolinearitas terhadap pengujian variabel bebas

### 3. Uji Heteroskedastisitas

Yang dimaksud dengan uji heterokedastisitas, yaitu pengujian yang dilakukan dengan tujuan mencari tahu dalam sebuah model regresi yang diuji, apakah ada varian yang tidak sama pada residualnya. Jika didapati hasil varian dengan hasil yang konstan atau konsisten, dalam hal ini gejalanya disebut homokedastisitas. Hal tersebut berlaku sebaliknya dengan pengujian pada model regresi, dinamakan heterokedastisitas. Dalam pengujian yang baik dan layak, jika dalam sebuah penelitian, tidak ada eksistensi dari heterokedastisitasnya.<sup>3</sup>

Uji Glejser merupakan uji yang dilaksanakan untuk mencari tahu terhadap pendeteksian gejala tersebut. Ketentuan dari hasil yang dapat disebut hasil yang signifikan dengan perolehan pada probabilitasnya diatas

<sup>3</sup> Fajri Ismail, Statistika: Untuk Penelitian Pendidikan dan Ilmu-Ilmu Sosial, Jakarta: Prenadamedia Group, 2018, 220.



tingkat kepercayaan  $> 5\%$ . Dengan menggunakan ketentuan dari Uji Glejser, hasil pengolahan data, maka diperoleh sebagai berikut :

**Tabel 4.15**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4,125	1,805		2,285	,025
	X1_Kualitas_Pelayanan	,013	,055	,031	,239	,811
	X2_Kepercayaan	-,017	,057	-,035	-,302	,764
	X3_Efektivitas	-,102	,064	-,184	-1,604	,112

a. Dependent Variable: RESUC

(Sumber : Hasil olahan SPSS v.23)

Hasil perolehan diatas dapat diketahui bahwasanya dari tabel Coefficients di atas nilai Sig. dari variabel kualitas pelayanan = 0,811  $> 0,05$  , variabel kepercayaan = 0,764  $> 0,05$ , dan variabel efektivitas = 0,112  $> 0,05$ . Dapat disimpulkan, secara keseluruhan variabel independen yang diujikan menunjukkan eksistensi dari gejala heterokedastisitas tidak ada, dengan ketentuan nilai Sig. yang diperoleh adalah  $> 5\% = 0,05$ .

### E. Uji Regresi Linier Berganda

Model regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda dimana untuk mengetahui seberapa besar pengaruh antar variabel, yaitu variabel bebas (kualitas pelayanan, kepercayaan, dan efektivitas) dengan variabel terikat (kepuasan nasabah) pada perusahaan PT Taspen Persero Cabang Utama Medan.

**Tabel 4.16**  
**Hasil Uji Regresi Linier Berganda**

Model	Coefficients <sup>a</sup>							
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations		
	B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part
(Constant)	4,960	3,095		1,602	,112			
X1_Kualitas_Pelayanan	,285	,094	,308	3,023	,003	,509	,295	,241
X2_Kepercayaan	,007	,097	,007	,075	,940	,272	,008	,006
X3_Efektivitas	,492	,109	,410	4,497	,000	,560	,417	,359

a. Dependent Variable: Y\_Kepuasan\_Nasabah

(Sumber : Hasil olahan SPSS v.23)

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel 4.16 maka diperoleh hasil persamaan regresi linier berganda sebagai berikut :

$$Y = 4,960 + 0,285X_1 + 0,007X_2 + 0,492X_3 + e$$

Dari hasil persamaan regresi linier berganda yang diperoleh, maka dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

- 1) Nilai Konstanta adalah sebesar 4,960 yang menyatakan bahwa jika variabel kualitas pelayanan, kepercayaan, dan efektivitas memiliki nilai tetap atau sama dengan nol, maka variabel kepuasan nasabah adalah sebesar 4,960
- 2) Nilai koefisien variabel kualitas pelayanan adalah sebesar 0,285 yang artinya menunjukkan bahwasanya kualitas pelayanan memiliki hubungan searah dengan kepuasan nasabah dalam penggunaan aplikasi otentikasi, apabila kualitas pelayanan meningkat 1 satuan maka akan meningkatkan kepuasan nasabah sebesar 0,285 dengan catatan faktor lain konstan

- 3) Nilai koefisien variabel tingkat kepercayaan adalah sebesar 0,007 ini menunjukkan bahwa setiap peningkatan variabel keamanan menyatakan 1 satuan, maka akan mempengaruhi kepuasan nasabah dalam bertransaksi sebesar 0,007 dengan asumsi faktor lain konstan
- 4) Nilai koefisien variabel efektivitas data adalah sebesar 0,492, ini berarti bahwa setiap peningkatan variabel efektivitas memiliki 1 satuan, maka akan mempengaruhi kepuasan nasabah dalam bertransaksi sebesar 0,492 dengan catatan faktor lain konstan

## F. Uji Hipotesis

### 1. Uji Parsial (t)

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas / independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Apabila nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dengan tingkat signifikannya ( $p-value$ )  $< 5\%$  (0,05), maka hal ini menunjukkan  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Hasil uji t (pengujian secara parsial) sebagai berikut :

**Tabel 4.17**  
**Hasil Uji Parsial (t)**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations		
	B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part
	(Constant)	4,960	3,095				1,602	,112
X1_Kualitas_Pelayanan	,285	,094	,308	3,023	,003	,509	,295	,241
X2_Kepercayaan	,007	,097	,007	,075	,940	,272	,008	,006
X3_Efektivitas	,492	,109	,410	4,497	,000	,560	,417	,359

a. Dependent Variable: Y\_Kepuasan\_Nasabah

(Sumber : Hasil olahan SPSS v.23)

Berdasarkan data pada tabel 4.17 diatas, dapat diketahui apakah masing-masing variabel bebas (independen) yang digunakan dalam penelitian ini berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dalam bertransaksi secara terpisah. Nilai  $t_{tabel}$  diperoleh dengan menentukan df terlebih dahulu,  $df = n - k = 100 - 4 = 96$ , sehingga diperoleh  $t_{tabel} = 1,98498$ . Dapat disimpulkan masing-masing variabel sebagai berikut :

- a. Nilai  $t_{hitung}$  untuk variabel kualitas pelayanan sebesar 3,023. Tingkat signifikansi yang diperoleh sebesar 0,0083. Jika dilihat dari nilai  $t_{hitung}$  ternyata lebih besar dari nilai  $t_{table}$  ( $3,023 > 1,98498$ ) dan nilai sig  $0,003 < 0,05$ . Maka dapat disimpulkan bahwa  $H_{01}$  ditolak dan  $H_{a1}$  diterima yang berarti kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.
- b. Nilai  $t_{hitung}$  untuk variabel kepercayaan sebesar 0,075. Tingkat signifikansi yang diperoleh sebesar 0,940. Jika dilihat dari nilai  $t_{hitung}$  ternyata lebih kecil dari nilai  $t_{table}$  ( $0,075 < 1,66105$ ) dan nilai sig  $0,940 > 0,05$ . Maka dapat disimpulkan bahwa  $H_{02}$  diterima dan  $H_{a2}$  ditolak yang berarti kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah, hal ini berarti persepsi responden terhadap kepuasan nasabah tidak terlalu berdampak karena pada proses penginputan data pada aplikasi otentikasi tidak mengandung informasi dan menginput data yang terlalu khawatir yang dapat disalahgunakan sehingga pengaruh yang ditimbulkan tidak signifikan.
- c. Nilai  $t_{hitung}$  untuk variabel efektivitas sebesar 4,497. Tingkat signifikansi yang diperoleh sebesar 0,000. Jika dilihat dari nilai  $t_{hitung}$  ternyata lebih besar dari nilai  $t_{table}$  ( $4,497 > 1,66105$ ) dan nilai sig  $0,000 < 0,05$ . Maka dapat disimpulkan bahwa  $H_{03}$  ditolak dan  $H_{a3}$  diterima yang berarti efektivitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

## 2. Uji Simultan (F)

Uji statistik F bertujuan menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Apabila nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  dengan

tingkat signifikannya  $< 5\%$  (0,05), maka hal ini menunjukkan  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

**Tabel 4.18**  
**Hasil Uji Simultan (Uji F)**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	145,926	3	48,642	20,315	,000 <sup>b</sup>
	Residual	229,864	96	2,394		
	Total	375,790	99			

a. Dependent Variable: Y\_Kepuasan\_Nasabah

b. Predictors: (Constant), X3\_Efektivitas, X2\_Kepercayaan, X1\_Kualitas\_Pelayanan  
(Sumber : Hasil olahan SPSS v.23)

Berdasarkan hasil dari tabel diatas, dapat diketahui pada uji simultan ini menghasilkan nilai  $F_{hitung}$  sebesar 20,315 dengan tingkat signifikansi 0,000. Hasil analisis kemudian diperkuat dengan nilai  $F_{tabel}$  yang diperoleh dari  $k = 4$ ,  $n = 100$ ,  $df(n1) = k - 1 = 4 - 1 = 3$ ,  $df(n2) = n - k = 100 - 4 = 96$  serta taraf signifikansi sebesar 0,05 sehingga diperoleh nilai  $F_{tabel} = 2,47$ . Nilai  $F_{hitung}$  lebih besar dari nilai  $F_{tabel}$  ( $20,315 > 2,47$ ) dari nilai sigma ( $0,000 < 0,05$ ). Maka  $H_{01}$  ditolak dan  $H_{a1}$  diterima yang berarti secara bersama-sama kualitas pelayanan, kepercayaan, dan efektivitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

### 3. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Hasil uji pada Koefisien determinasi ( $R^2$ ) disini bertujuan untuk pengukuran terhadap bagaimana korelasi antara kehandalan model dalam menjelaskan dan melihat pengaruh dari peragaman pada variabel terikat. Ketentuan dari nilai  $R^2$  yaitu antara 0 dan 1. Jika didapati hasil kecil, hal tersebut dapat diartikan korelasi dalam menjelaskan variabel bebas terhadap pada variabel terikat sifatnya mempunyai limitasi. Behitu juga, dengan hasil yang diperoleh, jika hasil yang ada bernilai 1, itu artinya secara keseluruhan pada variabel bebas mendekati dan mendominasi pada variabel terikat.

**Tabel 4.19**  
**Hasil Uji Determinasi (R Square)**

Model Summary									
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	,623 <sup>a</sup>	,388	,369	1,54739	,388	20,315	3	96	,000

a. Predictors: (Constant), X3\_Efektivitas, X2\_Kepercayaan, X1\_Kualitas\_Pelayanan

(Sumber : Hasil olahan SPSS v.23)

Berdasarkan tabel 4.19 diatas, diperoleh angka R Square sebesar 0,388 atau 38,8 %. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas kepercayaan, kepercayaan, dan efektivitas menjelaskan pengaruh terhadap variabel kepuasan nasabah sebesar 38,8% sedangkan sisanya 61,2% dipengaruhi oleh variabe atau faktor lain diluar penelitian. *Std Error of the Estimate* (SEE) sebesar 1,74227. Semakin kecil nilai SEE akan membuat model regresi semakin tepat dalam memprediksi variabel independent.

## G. Pembahasan Hasil Penelitian

### 1. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah

Pada dasarnya semua perusahaan atau organisasi melakukan jenis usahanya untuk mencapai keuntungan dan tujuan dari perusahaan, maka dari hal tersebut ada keanekaragaman pada indikatorn yang akan dipenuhi dimana, satu dari seluruhnya, yaitu kualitas pelayanan, dimana kualitas pelayanan yang prima akan menjadikan dan menghadirkan *branding* yang prima pula bagi perusahaan dan puas dengan layanan yang ada, nasabah merasa mendapatkan apa yang diinginkan. Dalam hal ini, penggunaan Aplikasi Otentikasi yang dilakukan dengan handphone, kendala yang dihadapi termasuk dalam keandalan pelayanan yang diberikan perusahaan. Terkait dengan pengurusan hal yang berhubungan dengan layanan manual juga sangat mempengaruhi kepuasan nasabah dalam bertransaksi.

Dari pengujian yang dilakukan terbukti bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap kepuasan nasabah dalam hal ini penggunaan aplikasi otentikasi ini bersifat *self service technology*, dimana teknologi yang digunakan adalah memungkinkan konsumen menghasilkan pelayanan tanpa tergantung dari karyawan perusahaan tersebut. Sebagai bahan indikator dan perbandingan, penulis mengambil pada jenis pelayanan manual yang dilakukan karyawan demi mencapai kenyamanan dan kepuasan nasabah.

Dari pemaparan diatas, penulis mendapati hasil korelasi yang sama pada penelitian Soraya Lestari (2020) dengan masalah Pengaruh Kualitas Jasa Layanan dan Efektivitas Penggunaan Aplikasi Taspen Otentikasi Terhadap Kepuasan Nasabah yang menyatakan variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Dengan demikian pada penelitian ini, semakin tinggi nilai variabel kualitas layanan dan berpengaruh positif dan signifikan, maka nasabah akan merasa semakin puas dengan penggunaan aplikasi otentikasi dengan studi kasus pada PT Taspen Persero Cabang Utama Medan.

## **2. Pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan nasabah**

Yang dimaksud dengan kepercayaan adalah rasa percaya atau asumsi terhadap hal yang bersifat abstrak atau konkrit sesuatu dimana individu tersebut memiliki kepercayaan dan menurutnya benar dan *real* eksistensinya.<sup>4</sup> Kesimpulan yang diperoleh yaitu, rasa kepercayaan pada nasabah atau pelanggan, individu tersebut membenarkan pada apa yang ia dengar, lihat dan ia rasakan pada informasi yang didapatinya terhadap produk atau jasa. Dalam hal ini, kepercayaan nasabah adalah jika tingkat nilai persepsi kepercayaan nasabah meningkat, maka kepuasan nasabah juga akan meningkat.

---

<sup>4</sup> Fajri, *et al*, (2008). *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia* . Difa Publisher : Semarang

Kepercayaan tercipta tidak begitu saja, dan dapat diakui oleh pihak lain, melainkan harus dibangun sejak awal dan dibuktikan dengan pelayanan atau hal mendukung. Jika konsumen percaya akan kinerja sebuah sistem yang baik, maka nasabah akan menganggap sistem tersebut dari penggunaan layanan berjalan dengan baik dan menghasilkan hal yang positif bagi penggunanya.

Hasil pada penelitian ini menunjukkan, variabel atas persepsi kepercayaan tidak signifikan dan berpengaruh positif. Hal ini sesuai dengan penelitian Andhika Ardi Pura (2021) bahwa kepercayaan tidak berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan aplikasi otentikasi.

Rendahnya nilai kepercayaan pada seseorang adalah kepercayaan merupakan hal tidak dapat diteliti dan dilihat secara langsung, namun dapat kita lihat pada seberapa sering nasabah tersebut menggunakan layanan dan juga loyalitas terhadap layanan digitalisasi pembayaran otentikasi atau aplikasi berbasis digital lainnya, sehingga akan meningkatkan loyalitas terhadap penggunaan aplikasi tersebut dan nasabah tetap merasa puas.

### **3. Pengaruh Efektivitas Terhadap Kepuasan Nasabah**

Efektivitas adalah sebuah konsep yang sudah direncanakan agar sebuah produk atau konsep berjalan dengan baik dan lancar, dengan perencanaan yang matang, perusahaan akan mencapai tujuannya dengan jelas, motif dan alasan seorang nasabah atau individu menggunakan sebuah sistem adalah karena adanya tujuan yang akan dicapai atau yang dibutuhkan, oleh karena itu, efektifitas dari sebuah sistem akan membuat penggunanya merasa puas dan terlayani.

Dari hasil penelitian yang dilakukan penulis, variabel efektifitas berpengaruh positif dan signifikan, hasil yang diperoleh sama dengan penelitian yang dilakukan oleh Dita Destia Anggraini (2020) dengan judul Efektivitas Penggunaan Aplikasi Otentikasi di PT Taspen (Persero) Kantor Cabang Palembang.



Dengan demikian, pada penelitian ini, semakin tinggi nilai variabel efektivitas yang berpengaruh signifikan dan bernilai positif, maka nasabah akan merasa semakin puas bertransaksi dengan Aplikasi Otentikasi.

#### **4. Pengaruh Kualitas Layanan, kepercayaan, dan Efektivitas Terhadap Kepuasan Nasabah.**

Teknologi yang kita gunakan dalam kehidupan sehari-hari sudah semakin maju dan kompleks, dimana sudah menjurus kedalam segala aspek, termasuk dalam jasa ekonomi dan keuangan, dalam hal ini salah satunya pada proses tahapan pembayaran klaim dana pensiun. Untuk mengukur kepuasan nasabah diperlukan beberapa indikator yang diperhatikan, salah satunya pada penelitian ini, dimana variabel yang digunakan dalam kualitas pelayanan, kepercayaan, dan efektivitas.

Sesuai dengan hasil penelitian dan penyebaran kuesioner kepada 100 responden yang merupakan nasabah pensiunan PT Taspen Persero Cabang Utama Medan, hasil yang didapatkan cukup baik dan beragam. Hasil penelitiannya adalah bahwasanya variabel kualitas pelayanan, kepercayaan, dan efektivitas hanya berpengaruh 38,8% terhadap variabel kepuasan nasabah sedangkan 61,2% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini dan unsur layanan dalam digitalisasi pembayaran yang beraneka ragam. Dalam hal ini, untuk uji R Square atau uji yang dilakukan untuk melihat uji model berpengaruh terhadap variabel dependen tidak memiliki acuan nilai maksimal atau minimum dalam mencapai hasil yang memuaskan dalam penelitian dan hal tersebut termasuk dalam keterbatasan dan kekurangan dari peneliti



## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Dalam upaya penyajian rangkuman dan proses pengkajian yang panjang serta penelitian mendalam pada permasalahan dan fenomena, maka sebagai hasil yang diperoleh penulis, yaitu :

1. Variabel kualitas pelayanan yang dilakukan uji T atau uji terpisah diperoleh hasil dimana variabel berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah PT Taspen Persero Cabang Utama Medan. Melalui hasil perhitungan yang telah dilakukan dan diperoleh nilai  $t_{hitung}$  ternyata lebih besar dari nilai  $t_{table}$  ( $3,023 > 1,98498$ ) dan nilai sig  $0,003 < 0,05$ . Terkait hal tersebut, dapat diperoleh kesimpulan pada uji  $H_{01}$  ditolak dan  $H_{a1}$  diterima yang memiliki makna kualitas pelayanan berpengaruh secara nilai signifikansi terhadap kepuasan nasabah.
2. Variabel Kepercayaan tidak adanya pengaruh terhadap kepuasan nasabah dalam bertransaksi di PT Taspen Persero Cabang Utama Medan. Hasil perolehan dari proses pengkajian terhadap permasalahan yang ada, dimana dilakukan penulis mendapati hasil akhir bahwa variabel kepercayaan memiliki arah hubungan yang bernilai positif dan perolehan terhadap uji signifikansi tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam bertransaksi di PT Taspen Persero Cabang Utama Medan.
3. Pada Variabel Efektivitas, dimana penulis melakukan Uji T atau uji yang dilakukan secara terpisah secara mendapati hasil yang bernilai positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah PT Taspen Persero Cabang Utama Medan. Melalui hasil perhitungan yang telah dilakukan dan diperoleh nilai  $t_{hitung}$  ternyata lebih besar dari nilai  $t_{table}$  ( $4,497 > 1,98498$ ) dan nilai sig  $0,000 < 0,05$ . Maka dapat disimpulkan bahwa  $H_{01}$  ditolak dan  $H_{a1}$  diterima yang berarti efektivitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

4. Secara Simultan variabel kualitas pelayanan, kepercayaan, dan efektivitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam bertransaksi di PT Taspen Persero Cabang Utama Medan.

## **B. Saran**

Saran yaitu berupa masukan yang dapat kita berikan kepada perusahaan atau dimana lokasi pada penelitian yang kita tuju terhadap fenomena dan pengkajian yang mendalam. Maka dari hal tersebut, disini penulis memiliki beberapa masukan atau saran dengan mempertimbangkan instrumen, data, serta informasi yang diperoleh untuk memberikan dampak manfaat, yaitu sebagai berikut :

1. Bagi PT Taspen Persero Cabang Utama Medan, untuk lebih memprioritaskan dalam hal sosialisasi dan mendukung program dari perusahaan tersebut terkait Aplikasi Otentikasi ini dan melakukan proses otentikasi secara mandiri, karena masih ada beberapa calon responden yang peneliti temukan belum melakukan otentikasi, dan harus ditindak tegas apabila dalam tiga kali berturut-turut tidak melakukan otentikasi.
2. Untuk kegiatan penelitian dikemudian hari yang menggunakan objek penelitian yang sama, penulis sangat menyarankan dalam proses pelaksanaan penelitian, melakukan dengan penggunaan peragaman atau variasi pada variabel untuk menjelaskan secara detail variabel dan indikator yang bagaimana yang dapat memiliki nilai pengaruh terhadap kepuasan nasabah dalam bertransaksi. Kemudian dengan menggunakan data penelitian yang jangka waktunya lebih lama pada periode tertentu agar memungkinkan mendapatkan hasil yang lebih baik dan optimal
3. Untuk mempermudah dan mendukung program dan mendukung zaman yang serba digital, diharapkan pihak keluarga atau pendamping para pensiunan untuk membantu proses otentikasi ini dan melakukan secara mandiri agar teknologi dan inovasi yang dilakukan PT Taspen Persero lebih berkembang dan maju dalam hal pelayanan dan digitalisasi perusahaan

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Ahmad, Zafrullah dan Lucia E Wuryaningsih. *Perkembangan Ekonomi Digital di Indonesia*, Fakultas Bisnis dan Ekonomi, Universitas Surabaya
- Al Arif, M Nur Rianto. *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung : ALFABETA CV, 2012
- Augusty, Ferdinand *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Skripsi, Thesis dan Disertai Ilmu Manajemen*, h. 12.
- Chatra, Emeraldy dan Rulli Nasrullah. *Public Relations Strategi Kehumasan Dalam Menghadapi Krisis*. Bandung: PT Salamadani Pustaka Semesta, 2008
- Effendi, Ahmad. *Biostatistika*, Malang: UB Press, 2017
- Fajri, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia* . Bandung : Difa Publisher, 2008
- Fauzi, Muhammad. *Metode Penelitian Kuantitatif: Sebuah Pengantar*, Semarang: Walisongo Press, 2009
- Ghozali, Imam, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2013
- Hermansyah. *Hukum Perbankan Nasional Indonesia. Edisi 2*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013
- Kasmir. *Pemasaran Bank*. Jakarta : Kencana, 2010
- \_\_\_\_\_. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2013
- Kuncoro, Mudrajad, *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*, Jakarta: Glora Aksara Pertama, 2007
- Kuniawan, Agung. *Transformasi Pelayanan Publik*. Jakarta: Alfabeta, 2005

- Masyhuri dan M. Zainuddin, *Metodologi Penelitian (Pendekatan Praktis dan Aplikatif)*, Cetakan Ke-1 , Bandung: PT Refika Aditama, 2008
- Muhammad, *Metode Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*, Jakarta:Rajawali Pers, 2008
- Narimawati, Umi dan Dadang Munandar, *Teknik Sampling: Teori dan Praktik dengan menggunakan SPSS 15*, Gava Media:Yogyakarta, 2008
- Rahmani, Nur Ahmadi Bi, *Metodologi Penelitian Ekonomi*, Medan : FEBI UIN-SU PRESS, 2016
- Riduwan, *Belajar Mudah Penelitian Untuk Guru, Karyawan dan Peneliti Pemula*, Bandung : Alfabeta, 2009
- Salim, Peter dan Yani Salim. *Kamus Bahasa Indonesia Kontemporer*. Jakarta: Graha Persada, 1991
- Sangadji. *Perilaku Konsumen*, Yogyakarta : Andi Office, 2013
- Santoso, Singgih. *Analisis SPSS Pada Statistik Parametrik* , Jakarta: Pt. Elek Media Komputindo, 2012
- Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & Q*, Bandung: Alvabeta, 2012
- Sujarweni, Wiratna, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi Pendekatan Kuantitatif*, Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2018
- Sukiati. *Metodologi Penelitian*, Medan, Perdana Publishing, 2016
- Sulianto. *Metode Riset Bisnis*, Yogyakarta: C.V Andi Offest, 2001
- Soemitra, Andri. *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, Edisi Kedua, Depok : Penerbit Kencana, 2009
- Soehartono, Irawan. *“Metode Penelitian Sosial”*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2004

Soeratno, *Metode Penelitian Untuk Ekonomi Bisnis*, Yogyakarta:Unit Penerbit dan Percetakan Sekoah Tinggi Ilmu Mnajemen YKPN, 2001

Tangkilisan, Hessel Nogi. *Manajemen Publik*. Jakarta: PT Grasindo Persada, 2005

Tim Penyusun Kamus. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Edisi 3. Cetakan kedua. Jakarta: Balai Pustaka, 1989

Tjiptono, *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: Andi, 2005

Tjiptono, Fandy. *Strategi Pemasaran*. Edisi ke 5. Yogyakarta: Penerbit Andi Offset, 2004

Pasolong, Harbani. *Teori Administrasi Publik*. Bandung: Alfabeta, 2010

Prasetyo, Bambang dan Lina Miftahul Jannah. *Metode Penelitian Kuantitatif Teori & Aplikasi*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2012

Priyastama, Romie. *Buku Sakti SPSS*

Walker, Boyd L. *Manajemen Pemasaran*, Jilid I, Ahli Bahasa oleh Imam Nurmawan , Jakarta: Erlangga, 1997

Wibowo, Sukarno dan Dedi Supriadi, *Ekonomi Mikro Islam*, Bandung: CV. Pustaka Setia, 2013

Zulganef, *Metode Penelitian Bisnis dan Manajemen*, Bandung: Refika Aditama, 2018

### **Jurnal dan Skripsi**

Adhitya, Immanuel dan Wulanata Chrismastianto. *Analisis SWOT Implementasi Teknologi Finansial Terhadap Kualitas Layanan Perbankan Di Indonesia*, Fakultas Ilmu Pendidikan, Universitas Pelita Harapan Tangerang, Jurnal Ekonomi dan Bisnis, Volume 20 No. 1, 2007

- Aji, Rustam, *Digitalisasi, Era Tantangan Media (Analisis Kritik Kesiapan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Memyongsong Era Digital)*, dalam *Islamic Communication Journal*, Vol 01, No. 01, 2016
- Ellena, Frieda. *Analisis Pengaruh Kepercayaan, Komitmen, Komunikasi dan Penanganan Keluhan Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Pada Nasabah PT. BRI (Persero) Tbk. Cabang Pemalang)*. Skripsi. Semarang : Universitas Diponegoro, 2011
- Hatane , Samuel, *Perilaku dan Keputusan Pembelian Konsumen Restoran Melalui Stimulus 50% Discoun di Surabaya*, *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol 2 No. 2, 2000
- Hiroshi, Fujii, dkk, *E-Aggregation: The present and Future of Online Financial Service in Asia-Pacific*. Working Paper, Composite Information System Laboratory, 2002
- Khotimah, Khusnul. *Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Menabung Pada Kantor Cabang Utama PT. Bank Pembangunan Daerah Papua Di Jayapura* dalam *Jurnal FuturE* , Vol. 1, No. 1, 2011
- Kumpulan Artikel Hasil Penelitian Bisnis dari *Jurnal Strategic, Manajemen Bisnis* (Berbasis Hasil Penelitian), Cetakan Satu tahun 2007, Bandung: Alfabeta, 2006
- Lev Manovich is Professor of Visual Arts, *His book The Language of New Media*. University of California, San Diego. MIT Press, 2001
- Lubis, Fauzi Arif, *Aplikasi Sistem Keuangan Perbankan Syariah*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, *Jurnal HUMAN FALAH: Volume 5. No. 2 Juli – Desember 2018*
- Lydia Geonadhi, *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Mobil Toyota Aavanza Di Kota Banjarmasin*, *Jurnal Manajemen dan Akuntansi*, Vol. 12 No. 2, 2011



- Manik, Tumpal. *Analisis Pengaruh Transaksi Digitalisasi Uang Elektronik Terhadap Cashless Society Dan Infrastruktur Uang Elektronik Sebagai Variabel Pemoderasi*, dalam Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Finansial Indonesia, Vol 2, No. 2, 2019
- Nasution, Rafika Sari, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pensiun Pegawai Negeri Sipil (PNS) pada PT Taspen (Persero) Cabang PematangSiantar”* dalam Jurnal SULTANIST, Volume 2, Nomor 2, 2014
- Rakhma, Vieqi Wulan, *Financial Technology (Fintech) A New Transaction In Future*, Management of Economy Department of PGRI Adi Buana Surabaya University, Journal of Electrical Engineering and Computer Science, Vol. 2, No.1, 2017
- Rosalina, et al. *Aplikasi Crowdfunding Sebagai Perantara Pengalngan Dana Berbasis Website dan Facebook Application* dalam Jurnal Infra Vol. 3 No. 2, 2015
- Semuel, Hatane. *Customer Relationship Marketing Pengaruhnya Terhadap Kepercayaan dan Loyalitas Perbankan Nasional*. Universitas Kristem Petra Surabaya, dalam Jurnal Manajemen Pemasaran, Vol. 7, No. 1, 33-41, 2012
- Setyawan, Bagus Dwi. *Pengaruh Kualitas Produk Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening*. Skripsi. Semarang : Universitas Negeri Semarang, 2013, h. 28
- Solahika, Salma Salma dan Ririn Tri Ratnasari. *Pengaruh Kualitas Jasa Perspektif Islam Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Hotel Grand Kalimas Surabaya*. Jurnal Ekonomi Islam Vol 2. No. 4, April 2015

- Supriyono, *Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Individu dan Psikologis terhadap Keputusan Konsumen Membeli di Indomaret*. Jurnal Kelola, Vol. 2 No. 3, 2015
- Solahika, Fitria Salma, Ririn Tri Ratnasari. *Pengaruh Kualitas Jasa Perspektif Islam Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Hotel Grand Kalimas Surabaya*. Jurnal Ekonomi Islam Vol 2. No. 4, April 2015
- Susanti, Vivi dan Cholichul Hadi. *Kepercayaan Konsumen dalam Melakukan Pembelian Gadget Secara Online*. Universitas Airlangga Surabaya dalam Jurnal Psikologi Industri dan Organisasi, Vol. 02. No. 1, 1-7, 2013.

### **Website**

Media Taspen, Edisi 118 Tahun 2019.

[www.bi.go.id](http://www.bi.go.id), diunduh pada tanggal 6 Juni 2020

[https://www.bi.go.id/id/ruang-media/siaran-pers/Pages/SP\\_214019.aspx](https://www.bi.go.id/id/ruang-media/siaran-pers/Pages/SP_214019.aspx),  
diunduh tanggal 25 agustus 2020

<https://www.bi.go.id/id/sistem-pembayaran>, diunduh tanggal 25 agustus 2020

[www.taspen.co.id](http://www.taspen.co.id), diunduh pada tanggal 10 Juni 2020

### **Wawancara**

Hadi Wicaksana, Staff Sistem Teknologi Informasi Otentikasi PT Taspen Persero Cabang Utama Medan, wawancara di Medan, Tanggal 16 Desember 2020.

## LAMPIRAN

### A. Lampiran 1 : Kuesioner Pertanyaan

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh,

Selamat pagi Bapak/Ibu para responden,

Perkenalkan nama saya Muhammad Rozali, saya sedang berkuliah pada semester akhir di jurusan Asuransi Syariah, fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara, kali ini saya memohon bantuan Bapak/ibu dalam mensukseskan pengisian angkat/ kuesioner saya untuk mendukung dan membantu pada penelitian tugas akhir saya yang berjudul *“Pengaruh Penggunaan Aplikasi Otentikasi Terhadap Kepuasan Nasabah dalam Betransaksi (Studi Kasus PT Taspen Persero Cabang Utama Medan)”*

#### A. Petunjuk Pengisian Kuesioner

*“Isilah pertanyaan dibawah ini dengan menggunakan tanda centang/ ceklis (✓) pada salah jawaban yang menurut anda sesuai dan yang anda rasakan selama menggunakan layanan otentikasi pada pembayaran klim dana pensiun”*

Keterangan :

- SS** : Sangat Setuju  
**S** : Setuju  
**N** : Netral  
**TS** : Tidak Setuju  
**STS** : Sangat Tidak Setuju

## B. Identitas Responden

Nama	.....
Usia	..... Tahun
Jenis Kelamin	<u>Pria/ Wanita</u>
Agama	.....
Pendidikan Terakhir	.....

## C. Daftar Pertanyaan

### 1. Kualitas Pelayanan (X1)

NO	PERNYATAAN	TANGGAPAN				
		SS	S	N	TS	STS
1.	Perusahaan sudah menerapkan pelayanan dengan baik					
2.	Karyawan memiliki pengetahuan yang baik terhadap jenis layanan dan produk dan pensiun					
3.	Perusahaan menjamin keamanan nasabah saat bertransaksi					
4.	Karyawan bersikap sopan kepada nasabah ketika melakukan pelayanan					
5.	<i>Frontliner</i> dan satpam memberikan informasi yang dibutuhkan dengan jelas					
6.	Dalam melayani nasabah, perusahaan tidak memandang status sosial					

## 2. Kepercayaan (X2)

NO	PERNYATAAN	TANGGAPAN				
		SS	S	N	TS	STS
1.	Karyawan memberikan pelayanan yang cepat tanpa membuat nasabah menunggu lama					
2.	Karyawan memberikan bukti transaksi kepada nasabah					
3.	Jenis pelayanan dan produk pensiun yang dijanjikan sesuai dengan yang didapatkan					
4.	Nasabah yakin pada data yang diinput pada Aplikasi Otentikasi					
5.	Aplikasi Otentikasi tidak dapat digunakan oleh sembarang orang					
6.	Transaksi dan pelayanan yang didapatkan tidak mengandung unsur penipuan					

## 3. Efektivitas (X3)

NO	PERNYATAAN	TANGGAPAN				
		SS	S	N	TS	ST S
1.	Aplikasi Otentikasi dapat digunakan dimana dan kapan saja.					
2.	Proses Otentikasi berjalan dengan lancar dan cepat					
3.	Aplikasi Otentikasi tidak mengalami					

	gangguan pada saat menggunakannya					
4.	Aplikasi otentikasi mudah digunakan oleh nasabah					
5.	Aplikasi Otentikasi menyediakan keandalan dan kualitas informasi yang dibutuhkan oleh nasabah					
6	Konsep penggunaan Aplikasi Otentikasi sudah berjalan dengan efektif dan efisien					

#### 4. Kepuasan Nasabah (Y)

NO	PERNYATAAN	TANGGAPAN				
		SS	S	N	TS	STS
1.	Nasabah merasa puas dengan pelayanan yang ada di perusahaan					
2.	Nasabah merasa diuntungkan dengan menggunakan Aplikasi Otentikasi					
3.	Informasi yang didapatkan nasabah sesuai dengan yang diinginkan					
4.	Nasabah yakin dan percaya pada data yang diinput oleh perusahaan tidak akan disalah gunakan					
5.	Kejelasan informasi yang ditampilkan sangat baik dan transparan					
6.	Nasabah merasa inovasi layanan Aplikasi Otentikasi ini sangat penting untuk dikembangkan					

## B. Lampiran 2 : Hasil Penyebaran Data Kuesioner

### 1. Hasil Penyebaran Data Kuesioner Kualitas Pelayanan (X1)

	KUALITAS PELAYANAN (X1)						
No	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	TOTAL X1
1	4	3	5	3	5	4	24
2	4	4	3	4	4	3	22
3	4	3	4	5	5	3	24
4	4	3	3	4	3	5	22
5	4	5	3	4	3	4	23
6	4	4	3	4	5	5	25
7	4	5	4	4	3	3	23
8	5	4	3	3	5	5	25
9	4	4	5	4	3	5	25
10	4	3	4	4	5	5	25
11	4	3	5	3	4	5	24
12	3	3	4	5	5	5	25
5	4	4	4	4	5	5	26
14	4	4	5	4	5	4	26
15	5	5	4	3	5	5	27
16	5	5	5	4	5	5	29
17	5	5	5	5	4	4	28
18	5	3	5	5	5	4	27
19	4	5	5	4	5	5	28
20	5	5	5	5	5	5	30
21	5	4	4	5	5	5	28
22	5	4	5	4	5	5	28
23	4	4	5	4	4	5	26
24	4	4	5	4	5	4	26
25	5	5	5	5	5	5	30
26	5	5	5	5	5	5	30
27	5	4	5	5	4	5	28
28	4	4	5	4	5	4	26
29	4	5	5	4	4	5	27
30	5	5	5	5	4	4	28
31	5	5	5	4	4	4	27
32	5	5	5	5	5	5	30
33	5	5	5	5	5	5	30
34	5	5	5	5	5	4	29
35	5	4	4	4	4	5	26

36	5	5	5	5	5	4	29
37	5	5	4	5	4	4	27
38	5	5	5	5	5	5	30
39	4	5	5	5	4	4	27
40	5	5	5	5	5	4	29
41	5	5	5	5	5	5	30
42	5	5	5	5	5	5	30
43	5	5	4	5	5	5	29
44	5	5	5	5	5	5	30
45	4	4	5	5	4	5	27
46	4	5	5	5	5	5	29
47	4	5	5	5	5	5	29
48	5	5	5	5	5	4	29
49	5	5	5	5	5	5	30
50	5	5	5	5	5	5	30
51	5	5	5	4	4	5	28
52	5	5	5	5	5	5	30
53	5	5	5	4	5	5	29
54	5	5	5	5	5	5	30
55	4	5	5	5	4	5	28
56	4	5	5	5	5	5	29
57	5	5	5	5	4	4	28
58	4	5	5	5	4	5	28
59	4	5	5	5	5	5	29
60	5	5	5	5	4	5	29
61	4	4	5	5	4	5	27
62	4	4	5	5	5	5	28
63	4	4	5	4	4	4	25
64	4	4	5	5	4	5	27
65	4	5	5	5	5	4	28
66	4	5	5	5	4	4	27
67	5	5	5	5	4	3	27
68	5	4	5	4	5	3	26
69	5	5	5	5	5	5	30
70	5	5	5	5	5	3	28
71	5	4	4	4	4	3	24
72	5	5	5	4	4	3	26
73	5	4	4	5	5	4	27
74	5	5	5	5	4	5	29
75	5	5	5	5	5	5	30
76	5	5	5	5	4	5	29



77	4	4	5	5	5	5	28
78	4	5	4	4	5	4	26
79	5	5	5	5	5	5	30
80	4	5	5	4	4	5	27
81	4	5	5	5	5	5	29
82	5	4	5	5	5	5	29
83	5	5	5	5	5	5	30
84	4	4	5	4	4	5	26
85	4	5	5	5	5	5	29
86	5	5	5	4	5	5	29
87	4	5	5	3	4	5	26
88	5	5	4	5	4	3	26
89	3	4	5	5	4	5	26
90	3	5	4	4	3	5	24
91	3	3	4	4	5	5	24
92	4	5	3	4	5	3	24
93	4	4	5	4	4	3	24
94	4	5	4	5	4	5	27
95	5	4	4	3	5	3	24
96	4	5	4	5	4	3	25
97	5	4	5	4	5	5	28
98	4	4	5	5	3	5	26
99	3	4	5	4	5	5	26
100	5	4	5	5	4	5	28
	447	453	469	454	453	453	

## 2. Hasil Penyebaran Data Kuesioner Variabel Kepercayaan (X2)

PERSEPSI ATAS KEAMANAN (X2)							
No	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	TOTAL X2
1	4	4	4	4	4	5	25
2	5	4	3	4	4	4	24
3	4	3	3	3	3	5	21
4	4	4	5	5	4	3	25
5	4	4	3	3	2	5	21
6	5	5	5	4	4	4	27
7	4	4	5	5	4	5	27
8	5	5	5	5	4	5	29
9	5	4	5	5	4	5	28

10	4	3	4	5	5	3	24
11	4	5	5	5	5	4	28
12	5	4	5	5	5	5	29
13	5	4	4	5	4	5	27
14	5	4	5	5	3	2	24
15	4	5	4	5	3	5	26
16	5	5	5	5	2	5	27
17	5	5	5	5	4	4	28
18	5	3	5	5	4	3	25
19	4	5	5	4	5	5	28
20	5	5	5	5	5	5	30
21	5	4	4	5	5	4	27
22	3	4	5	4	4	5	25
23	4	4	5	4	5	4	26
24	4	4	5	4	5	5	27
25	5	5	5	5	4	5	29
26	5	5	5	5	4	4	28
27	3	4	5	5	5	4	26
28	4	4	5	5	4	5	27
29	4	5	5	5	3	4	26
30	5	5	5	5	3	4	27
31	3	5	5	4	3	4	24
32	5	5	5	5	2	3	25
33	5	5	5	5	4	5	29
34	3	5	5	5	4	4	26
35	5	4	4	4	4	4	25
36	5	5	5	5	4	5	29
37	5	5	4	5	5	3	27
38	3	5	5	5	5	4	27
39	4	5	5	5	4	4	27
40	5	5	5	5	4	5	29
41	5	5	5	5	4	5	29
42	5	5	5	5	5	5	30
43	5	5	4	5	4	5	28
44	5	5	5	5	4	5	29
45	4	4	5	5	5	4	27
46	4	5	5	5	5	5	29
47	4	5	5	5	4	5	28
48	5	5	5	5	4	5	29
49	5	5	5	5	5	5	30
50	5	5	5	5	5	5	30

51	5	5	5	4	5	4	28
52	5	5	5	5	5	5	30
53	5	5	5	4	4	5	28
54	5	5	5	5	3	5	28
55	5	5	5	5	3	4	27
56	4	5	5	5	2	5	26
57	5	5	5	5	2	4	26
58	5	5	5	5	4	4	28
59	4	5	5	5	4	5	28
60	5	5	5	5	4	4	28
61	5	5	5	5	4	4	28
62	4	5	5	5	5	5	29
63	4	5	5	4	5	4	27
64	5	5	5	5	5	4	29
65	5	5	5	5	4	5	29
66	4	5	5	5	3	4	26
67	5	5	5	5	3	4	27
68	5	5	5	4	5	5	29
69	5	5	5	5	4	3	27
70	5	5	5	5	3	5	28
71	5	4	4	4	3	4	24
72	5	5	5	4	5	4	28
73	5	4	4	5	5	5	28
74	5	5	5	5	5	5	30
75	5	5	5	5	5	5	30
76	5	5	5	5	4	4	28
77	4	4	5	5	4	5	27
78	4	5	4	4	3	5	25
79	5	5	5	5	4	5	29
80	4	5	5	4	3	4	25
81	4	5	5	5	3	5	27
82	4	5	5	5	2	5	26
83	4	5	5	5	2	5	26
84	3	5	5	5	4	4	26
85	3	5	5	5	4	5	27
86	5	5	5	5	4	5	29
87	5	5	5	5	4	4	28
88	5	5	5	4	4	5	28
89	5	5	5	5	4	4	28
90	4	5	5	5	5	5	29
91	5	4	5	5	4	5	28

92	5	4	5	5	4	4	27
93	5	4	5	5	4	5	28
94	3	4	4	5	3	5	24
95	3	3	4	5	4	5	24
96	5	4	3	4	5	4	25
97	4	5	4	3	5	5	26
98	4	4	5	5	3	5	26
99	5	3	4	5	4	4	25
100	4	5	5	3	5	5	27
	450	464	477	473	399	449	

### 3. Hasil Penyebaran Data Kuesioner Variabel Efektivitas (X3)

EFEKTIVITAS (X3)							
No	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	TOTAL X3
1	5	5	5	5	5	5	30
2	5	5	5	5	5	4	29
3	5	5	5	5	5	3	28
4	4	4	4	5	5	4	26
5	5	4	5	5	4	4	27
6	5	4	5	5	5	5	29
7	4	4	5	5	5	5	28
8	5	5	5	5	4	4	28
9	5	4	5	5	5	3	27
10	5	3	4	5	5	3	25
11	5	3	5	4	4	4	25
12	3	3	5	4	4	4	23
13	4	3	4	4	5	4	24
14	5	4	5	3	5	4	26
15	5	5	4	3	5	4	26
16	5	5	5	4	4	4	27
17	5	5	5	5	4	4	28
18	5	3	5	5	5	3	26
19	4	5	5	4	4	4	26
20	5	5	5	5	5	4	29
21	5	4	4	5	5	4	27
22	5	4	5	4	5	5	28
23	4	4	5	4	5	4	26
24	4	4	5	4	5	4	26
25	5	5	5	5	5	4	29

26	5	5	5	5	5	3	28
27	5	4	5	5	4	3	26
28	4	4	5	5	5	5	28
29	4	5	5	5	4	5	28
30	5	5	5	5	4	5	29
31	5	5	5	4	4	4	27
32	5	5	5	5	5	5	30
33	5	5	5	5	5	5	30
34	5	5	5	5	5	5	30
35	5	4	4	4	4	5	26
36	5	5	5	5	5	4	29
37	5	5	4	5	4	4	27
38	5	5	5	5	5	5	30
39	4	5	5	5	4	5	28
40	5	5	5	5	5	4	29
41	5	5	5	5	5	4	29
42	5	5	5	5	5	4	29
43	5	5	4	5	5	3	27
44	5	5	5	5	5	5	30
45	4	4	5	5	4	5	27
46	4	5	5	5	5	5	29
47	4	5	5	5	5	3	27
48	5	5	5	5	5	5	30
49	5	5	5	5	5	5	30
50	5	5	5	5	5	4	29
51	5	5	5	4	4	5	28
52	5	5	5	5	5	4	29
53	5	5	5	4	5	3	27
54	5	5	5	5	5	3	28
55	4	5	5	5	4	4	27
56	4	5	5	5	5	4	28
57	5	5	5	5	4	4	28
58	4	5	5	5	4	4	27
59	4	5	5	5	5	4	28
60	5	5	5	5	4	4	28
61	4	5	5	5	4	3	26
62	4	5	5	5	5	3	27
63	4	5	5	4	4	3	25
64	4	5	5	5	4	3	26
65	4	5	5	5	5	3	27
66	4	5	5	5	4	3	26

67	5	5	5	5	4	3	27
68	5	5	5	4	4	3	26
69	5	5	5	5	4	3	27
70	5	5	5	5	4	3	27
71	5	4	4	4	4	3	24
72	5	5	5	4	4	3	26
73	5	4	4	5	4	3	25
74	5	5	5	5	5	5	30
75	5	5	5	5	5	5	30
76	5	5	5	5	5	3	28
77	4	4	5	5	4	3	25
78	4	5	4	4	4	3	24
79	5	5	5	5	4	5	29
80	4	5	5	4	5	5	28
81	4	5	5	5	5	5	29
82	5	5	5	5	4	3	27
83	5	5	5	5	5	3	28
84	4	5	5	4	4	5	27
85	4	5	5	5	5	4	28
86	5	5	5	4	5	3	27
87	4	5	5	4	4	5	27
88	5	5	5	4	5	5	29
89	5	5	5	5	4	4	28
90	3	5	5	5	4	3	25
91	3	4	5	4	5	4	25
92	4	5	5	4	5	5	28
93	4	5	5	5	5	3	27
94	5	5	4	5	5	3	27
95	5	5	5	4	5	5	29
96	4	5	4	3	4	4	24
97	5	5	4	3	5	4	26
98	4	5	5	5	4	4	27
99	4	5	4	4	5	3	25
100	5	4	4	5	5	5	28
	460	471	484	466	459	397	

**4. Hasil Penyebaran Data Kuesioner Variabel Kepuasan Nasabah  
(Y)**

KEPUASAN NASABAH (Y)							
No	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	TOTAL Y
1	5	4	5	5	5	3	27
2	5	3	5	5	4	2	24
3	5	4	5	5	5	4	28
4	4	3	4	5	5	4	25
5	4	4	5	5	5	5	28
6	5	4	5	5	3	5	27
7	4	4	4	3	5	5	25
8	4	5	4	5	5	4	27
9	5	5	3	5	5	4	27
10	4	3	4	5	5	3	24
11	4	5	4	5	5	5	28
12	3	5	4	4	3	5	24
13	4	3	5	4	5	4	25
14	4	5	5	4	5	3	26
15	4	5	5	3	5	3	25
16	5	4	5	4	5	4	27
17	5	4	3	5	4	4	25
18	5	5	4	5	5	4	28
19	4	5	3	4	5	4	25
20	5	5	3	5	5	3	26
21	5	4	4	5	5	3	26
22	5	5	5	4	5	3	27
23	4	5	5	4	4	3	25
24	4	3	5	4	5	4	25
25	5	5	5	5	5	5	30
26	5	5	4	5	5	5	29
27	5	4	5	5	4	5	28
28	4	4	5	5	5	4	27
29	4	5	5	5	4	4	27
30	5	5	5	5	4	3	27
31	5	4	5	4	4	3	25
32	5	4	5	5	5	3	27
33	5	4	5	5	5	3	27
34	5	5	5	5	5	4	29
35	5	4	5	4	4	5	27

36	5	5	5	5	5	5	30
37	5	5	5	5	4	5	29
38	5	5	5	5	5	5	30
39	4	5	5	5	4	4	27
40	5	5	5	5	5	4	29
41	5	5	5	5	5	3	28
42	5	5	5	5	5	3	28
43	5	5	5	5	5	3	28
44	5	5	5	5	5	3	28
45	4	4	5	5	4	4	26
46	4	5	5	5	5	3	27
47	4	5	5	5	5	4	28
48	5	5	5	5	5	4	29
49	5	5	5	5	5	4	29
50	5	5	5	5	3	4	27
51	5	5	5	4	4	5	28
52	5	5	5	5	5	5	30
53	5	5	5	4	5	5	29
54	5	5	5	5	5	5	30
55	4	5	5	5	4	5	28
56	4	5	3	5	5	4	26
57	5	5	3	5	3	4	25
58	4	5	4	5	4	4	26
59	4	5	4	5	4	4	26
60	5	5	4	5	4	4	27
61	4	5	5	5	4	4	27
62	4	5	4	5	3	4	25
63	4	3	3	4	4	4	22
64	4	3	5	5	4	4	25
65	4	3	5	5	5	3	25
66	4	3	5	5	4	3	24
67	5	3	4	5	4	2	23
68	5	4	4	4	4	2	23
69	5	4	4	5	3	3	24
70	5	4	3	5	5	5	27
71	5	4	3	4	4	3	23
72	5	3	5	4	4	3	24
73	5	3	4	5	5	4	26
74	5	3	5	5	4	4	26
75	5	5	5	5	5	4	29
76	5	5	5	5	4	4	28



77	4	4	5	5	5	4	27
78	4	5	4	4	3	4	24
79	5	4	5	5	4	5	28
80	4	4	5	4	4	3	24
81	4	4	5	5	5	3	26
82	5	4	5	5	4	3	26
83	5	4	5	5	5	3	27
84	4	4	4	4	4	3	23
85	4	5	5	5	3	4	26
86	5	5	5	4	5	4	28
87	4	5	5	4	4	4	26
88	5	5	4	4	5	4	27
89	5	4	4	5	3	4	25
90	3	5	5	5	5	4	27
91	3	4	5	4	3	3	22
92	4	5	5	4	4	3	25
93	4	4	4	5	5	3	25
94	5	3	5	5	4	4	26
95	5	3	5	4	5	4	26
96	4	3	4	3	3	3	20
97	5	4	4	3	5	4	25
98	4	5	5	5	4	3	26
99	4	5	3	4	5	5	26
100	5	4	5	5	4	5	28
	454	437	456	466	443	383	

### C. Lampiran 3 : Hasil Uji Deskriptif

		Jenis_Kelamin			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	44	44,0	44,0	44,0
	Perempuan	56	56,0	56,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

**Usia**

		Freque ncy	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	58- 68	88	88,0	88,0	88,0
	69- 78	10	10,0	10,0	98,0
	79- 88	2	2,0	2,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

**Agama**

		Freque ncy	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ISLAM	55	55,0	55,0	55,0
	KRISTE N	45	45,0	45,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

**Pendidikan\_Terakhir**

		Freque ncy	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SD/SMP/SM A	12	12,0	12,0	12,0
	D3/S1	86	86,0	86,0	98,0
	S2/S3	2	2,0	2,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

#### D. Lampiran 4 : Hasil Uji Validitas

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	50,1100	15,271	,452	,694
X1.2	50,0500	14,917	,482	,687
X1.3	49,8900	14,947	,543	,682
X1.4	50,0400	14,887	,523	,682
X1.5	50,0500	15,563	,370	,705
X1.6	50,0500	15,381	,324	,710
X1_Kualitas_Pelayanan	27,2900	4,430	1,000	,560

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	49,7400	11,932	,306	,646
X2.2	49,6000	11,616	,460	,621
X2.3	49,4700	11,726	,508	,619
X2.4	49,5100	12,252	,331	,646
X2.5	50,2500	11,361	,280	,653
X2.6	49,7500	12,412	,197	,668
X2_Kepercayaan	27,1200	3,440	1,000	,328

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	54,7400	10,558	,436	,661
X3.1	54,6100	10,766	,422	,666
X3.2	54,5000	10,980	,354	,676
X3.3	54,3700	11,650	,321	,687
X3.4	54,5500	11,078	,327	,680
X3.5	54,6200	11,410	,281	,688
X3.6	55,2400	10,204	,344	,676

X3_Efektivitas	31,8400	3,833	,962	,470
----------------	---------	-------	------	------

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1	48,2400	13,639	,299	,654
Y2	48,4100	12,527	,396	,629
Y3	48,2200	13,527	,244	,661
Y4	48,1200	13,420	,358	,644
Y5	48,3500	13,058	,334	,644
Y6	48,9500	12,472	,372	,633
Y_Kepuasan_Nasabah	26,3900	3,796	1,000	,338

**E. Lampiran 5 : Hasil Uji Reliabilitas**

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,719	7

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,719	7

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,696	8

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,696	8

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,666	7

### F. Lampiran 6 : Hasil Uji Normalitas

#### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,52376382
Most Extreme Differences	Absolute	,032
	Positive	,028
	Negative	-,032
Test Statistic		,032
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 <sup>c,d</sup>

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

### G. Lampiran 7 : Hasil Uji Multikolinieritas

#### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	4,960	3,095		1,602	,112		
	X1_Kualitas_Pelayanan	,285	,094	,308	3,023	,003	,614	1,628
	X2_Kepercayaan	,007	,097	,007	,075	,940	,743	1,345
	X3_Efektivitas	,492	,109	,410	4,497	,000	,767	1,304

a. Dependent Variable: Y\_Kepuasan\_Nasabah

## H. Lampiran 8 : Hasil Uji Heterokedastisitas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4,125	1,805		2,285	,025
	X1_Kualitas_Pelayanan	,013	,055	,031	,239	,811
	X2_Kepercayaan	-,017	,057	-,035	-,302	,764
	X3_Efektivitas	-,102	,064	-,184	-1,604	,112

a. Dependent Variable: RESUC

## I. Lampiran 9 : Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations		
	B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part
	(Constant)	4,960	3,095		1,602			
	X1_Kualitas_Pelayanan	,285	,094	,308	3,023	,003	,509	,295
	X2_Kepercayaan	,007	,097	,007	,075	,940	,272	,008
	X3_Efektivitas	,492	,109	,410	4,497	,000	,560	,417

a. Dependent Variable: Y\_Kepuasan\_Nasabah

### J. Lampiran 10 : Hasil Uji Parsial (Uji t)

Coefficients <sup>a</sup>								
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations		
	B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part
(Constant)	4,960	3,095		1,602	,112			
X1_Kualitas_Pelayanan	,285	,094	,308	3,023	,003	,509	,295	,241
X2_Kepercayaan	,007	,097	,007	,075	,940	,272	,008	,006
X3_Efektivitas	,492	,109	,410	4,497	,000	,560	,417	,359

a. Dependent Variable: Y\_Kepuasan\_Nasabah

### K. Lampiran 11 : Hasil Uji Simultan (Uji F)

Coefficients <sup>a</sup>								
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations		
	B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part
(Constant)	4,960	3,095		1,602	,112			
X1_Kualitas_Pelayanan	,285	,094	,308	3,023	,003	,509	,295	,241
X2_Kepercayaan	,007	,097	,007	,075	,940	,272	,008	,006
X3_Efektivitas	,492	,109	,410	4,497	,000	,560	,417	,359

a. Dependent Variable: Y\_Kepuasan\_Nasabah

## L. Lampiran 12 : Hasil Uji Determinasi ( $R^2$ )

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	,623 <sup>a</sup>	,388	,369	1,54739	,388	20,315	3	96	,000

a. Predictors: (Constant), X3\_Efektivitas, X2\_Kepercayaan, X1\_Kualitas\_Pelayanan



M. Lampiran 13 : Tabel F

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
91	3.95	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
92	3.94	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
93	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
94	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.77
95	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.82	1.80	1.77
96	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
97	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
98	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
99	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
100	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
101	3.94	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
102	3.93	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
103	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
104	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
105	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.81	1.79	1.76
106	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
107	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
108	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
109	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
110	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
111	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
112	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
113	3.93	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.87	1.84	1.81	1.78	1.76
114	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
115	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
116	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
117	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
118	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
119	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
120	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
121	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
122	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
123	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
124	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
125	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
126	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
127	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75
128	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75
129	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
130	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
131	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
132	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
133	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
134	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
135	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.77	1.74

## N. Lampiran 14 : Tabel R

**Tabel Durbin-Watson (DW),  $\alpha = 5\%$**

n	k=1		k=2		k=3		k=4		k=5	
	dL	dU	dL	dU	dL	dU	dL	dU	dL	dU
71	1.5865	1.6435	1.5577	1.6733	1.5284	1.7041	1.4987	1.7358	1.4685	1.7685
72	1.5895	1.6457	1.5611	1.6751	1.5323	1.7054	1.5029	1.7366	1.4732	1.7688
73	1.5924	1.6479	1.5645	1.6768	1.5360	1.7067	1.5071	1.7375	1.4778	1.7691
74	1.5953	1.6500	1.5677	1.6785	1.5397	1.7079	1.5112	1.7383	1.4822	1.7694
75	1.5981	1.6521	1.5709	1.6802	1.5432	1.7092	1.5151	1.7390	1.4866	1.7698
76	1.6009	1.6541	1.5740	1.6819	1.5467	1.7104	1.5190	1.7399	1.4909	1.7701
77	1.6036	1.6561	1.5771	1.6835	1.5502	1.7117	1.5228	1.7407	1.4950	1.7704
78	1.6063	1.6581	1.5801	1.6851	1.5535	1.7129	1.5265	1.7415	1.4991	1.7708
79	1.6089	1.6601	1.5830	1.6867	1.5568	1.7141	1.5302	1.7423	1.5031	1.7712
80	1.6114	1.6620	1.5859	1.6882	1.5600	1.7153	1.5337	1.7430	1.5070	1.7716
81	1.6139	1.6639	1.5888	1.6898	1.5632	1.7164	1.5372	1.7438	1.5109	1.7720
82	1.6164	1.6657	1.5915	1.6913	1.5663	1.7176	1.5406	1.7446	1.5146	1.7724
83	1.6188	1.6675	1.5942	1.6928	1.5693	1.7187	1.5440	1.7454	1.5183	1.7728
84	1.6212	1.6693	1.5969	1.6942	1.5723	1.7199	1.5472	1.7462	1.5219	1.7732
85	1.6235	1.6711	1.5995	1.6957	1.5752	1.7210	1.5505	1.7470	1.5254	1.7736
86	1.6258	1.6728	1.6021	1.6971	1.5780	1.7221	1.5536	1.7478	1.5289	1.7740
87	1.6280	1.6745	1.6046	1.6985	1.5808	1.7232	1.5567	1.7485	1.5322	1.7745
88	1.6302	1.6762	1.6071	1.6999	1.5836	1.7243	1.5597	1.7493	1.5356	1.7749
89	1.6324	1.6778	1.6095	1.7013	1.5863	1.7254	1.5627	1.7501	1.5388	1.7754
90	1.6345	1.6794	1.6119	1.7026	1.5889	1.7264	1.5656	1.7508	1.5420	1.7758
91	1.6366	1.6810	1.6143	1.7040	1.5915	1.7275	1.5685	1.7516	1.5452	1.7763
92	1.6387	1.6826	1.6166	1.7053	1.5941	1.7285	1.5713	1.7523	1.5482	1.7767
93	1.6407	1.6841	1.6188	1.7066	1.5966	1.7295	1.5741	1.7531	1.5513	1.7772
94	1.6427	1.6857	1.6211	1.7078	1.5991	1.7306	1.5768	1.7538	1.5542	1.7776
95	1.6447	1.6872	1.6233	1.7091	1.6015	1.7316	1.5795	1.7546	1.5572	1.7781
96	1.6466	1.6887	1.6254	1.7103	1.6039	1.7326	1.5821	1.7553	1.5600	1.7785
97	1.6485	1.6901	1.6275	1.7116	1.6063	1.7335	1.5847	1.7560	1.5628	1.7790
98	1.6504	1.6916	1.6296	1.7128	1.6086	1.7345	1.5872	1.7567	1.5656	1.7795
99	1.6522	1.6930	1.6317	1.7140	1.6108	1.7355	1.5897	1.7575	1.5683	1.7799
100	1.6540	1.6944	1.6337	1.7152	1.6131	1.7364	1.5922	1.7582	1.5710	1.7804
101	1.6558	1.6958	1.6357	1.7163	1.6153	1.7374	1.5946	1.7589	1.5736	1.7809
102	1.6576	1.6971	1.6376	1.7175	1.6174	1.7383	1.5969	1.7596	1.5762	1.7813
103	1.6593	1.6985	1.6396	1.7186	1.6196	1.7392	1.5993	1.7603	1.5788	1.7818
104	1.6610	1.6998	1.6415	1.7198	1.6217	1.7402	1.6016	1.7610	1.5813	1.7823
105	1.6627	1.7011	1.6433	1.7209	1.6237	1.7411	1.6038	1.7617	1.5837	1.7827
106	1.6644	1.7024	1.6452	1.7220	1.6258	1.7420	1.6061	1.7624	1.5861	1.7832
107	1.6660	1.7037	1.6470	1.7231	1.6277	1.7428	1.6083	1.7631	1.5885	1.7837
108	1.6676	1.7050	1.6488	1.7241	1.6297	1.7437	1.6104	1.7637	1.5909	1.7841
109	1.6692	1.7062	1.6505	1.7252	1.6317	1.7446	1.6125	1.7644	1.5932	1.7846
110	1.6708	1.7074	1.6523	1.7262	1.6336	1.7455	1.6146	1.7651	1.5955	1.7851
111	1.6723	1.7086	1.6540	1.7273	1.6355	1.7463	1.6167	1.7657	1.5977	1.7855
112	1.6738	1.7098	1.6557	1.7283	1.6373	1.7472	1.6187	1.7664	1.5999	1.7860
113	1.6753	1.7110	1.6574	1.7293	1.6391	1.7480	1.6207	1.7670	1.6021	1.7864
114	1.6768	1.7122	1.6590	1.7303	1.6410	1.7488	1.6227	1.7677	1.6042	1.7869
115	1.6783	1.7133	1.6606	1.7313	1.6427	1.7496	1.6246	1.7683	1.6063	1.7874
116	1.6797	1.7145	1.6622	1.7323	1.6445	1.7504	1.6265	1.7690	1.6084	1.7878
117	1.6812	1.7156	1.6638	1.7332	1.6462	1.7512	1.6284	1.7696	1.6105	1.7883
118	1.6826	1.7167	1.6653	1.7342	1.6479	1.7520	1.6303	1.7702	1.6125	1.7887
119	1.6839	1.7178	1.6669	1.7352	1.6496	1.7528	1.6321	1.7709	1.6145	1.7892
120	1.6853	1.7189	1.6684	1.7361	1.6513	1.7536	1.6339	1.7715	1.6164	1.7896
121	1.6867	1.7200	1.6699	1.7370	1.6529	1.7544	1.6357	1.7721	1.6184	1.7901
122	1.6880	1.7210	1.6714	1.7379	1.6545	1.7552	1.6375	1.7727	1.6203	1.7905
123	1.6893	1.7221	1.6728	1.7388	1.6561	1.7559	1.6392	1.7733	1.6222	1.7910
124	1.6906	1.7231	1.6743	1.7397	1.6577	1.7567	1.6409	1.7739	1.6240	1.7914
125	1.6919	1.7241	1.6757	1.7406	1.6592	1.7574	1.6426	1.7745	1.6258	1.7919
126	1.6932	1.7252	1.6771	1.7415	1.6608	1.7582	1.6443	1.7751	1.6276	1.7923
127	1.6944	1.7261	1.6785	1.7424	1.6623	1.7589	1.6460	1.7757	1.6294	1.7928
128	1.6957	1.7271	1.6798	1.7432	1.6638	1.7596	1.6476	1.7763	1.6312	1.7932
129	1.6969	1.7281	1.6812	1.7441	1.6653	1.7603	1.6492	1.7769	1.6329	1.7937
130	1.6981	1.7291	1.6825	1.7449	1.6667	1.7610	1.6508	1.7774	1.6346	1.7941
131	1.6993	1.7301	1.6838	1.7458	1.6682	1.7617	1.6523	1.7780	1.6363	1.7945
132	1.7005	1.7310	1.6851	1.7466	1.6696	1.7624	1.6539	1.7786	1.6380	1.7950
133	1.7017	1.7319	1.6864	1.7474	1.6710	1.7631	1.6554	1.7791	1.6397	1.7954
134	1.7028	1.7329	1.6877	1.7482	1.6724	1.7638	1.6569	1.7797	1.6413	1.7958
135	1.7040	1.7338	1.6889	1.7490	1.6738	1.7645	1.6584	1.7802	1.6429	1.7962
136	1.7051	1.7347	1.6902	1.7498	1.6751	1.7652	1.6599	1.7808	1.6445	1.7967

## O. Lampiran 15 : Surat Izin Penelitian



**PT TASPEN (PERSERO)**  
**Kantor Cabang Utama Medan**  
Jln. H. Adam Malik no.64 Medan 20114 Po. Box 2131 Medan 20001  
Telp. (061) 6619600 (3 saluran ) Facsimile . 6619316

Nomor : SRT-138/CU.02/122020  
Lamp : -  
Perihal : Izin Melakukan Riset

Medan, 07 Desember 2020

Kepada Yth :  
Dekan Fakultas Ekonomi dan  
Bisnis Islam  
Universitas Islam Negeri Sumut  
di –  
Medan

Sehubungan dengan Surat Nomor : B-3814/EB.I/KS.02/11/2020 dari Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam perihal Permohonan Izin Riset, dengan ini kami sampaikan bahwa Mahasiswa/i dibawah ini :

No	NIM	Nama	Jurusan
1	0505163062	Muhammad Rozali	Pengaruh Digitalisasi Pembayaran Otentikasi terhadap Kepuasan Nasabah dalam Bertransaksi (Studi Kasus PT Taspen Persero Cabang Utama Medan)

Dengan ini kami sampaikan bahwa Mahasiswa/i tertera diatas, dapat diterima untuk melaksanakan Riset/Penelitian pada PT Taspen (Persero) Kantor Cabang Utama Medan.

Demikian disampaikan atas perhatian dan kerjasamanya kami ucapkan terima kasih.

PT Taspen (Persero)  
Kantor Cabang Utama Medan  
**Assistant Manager Umum dan SDM**

  
  
**MAYA JESSICA NOVIANTI**

NIK. 3132

## **DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

### **I. IDENTITAS DIRI**

Nama : Muhammad Rozali  
NIM : 0505163062  
Tempat/Tanggal Lahir : Pematang Cermai, 12 Maret 1997  
Jenis Kelamin : Laki-laki  
Jurusan/Prodi : Asuransi Syariah  
Alamat : Dusun II Desa Pematang Cermai  
Status : Mahasiswa  
No. HP : +6282166797540  
Alamat Email : muhammadrozali199@gmail.com  
Anak ke : 10 (sepuluh) dari 10 (sepuluh) bersaudara  
Nama Oraang Tua :  
1. Ayah : Safaruddin  
2. Ibu : Asdah

### **II. RIWAYAT PENDIDIKAN**

1. Tahun 2004 – 2010 : SD NEGERI NOMOR 106218 P. TOBA  
2. Tahun 2010 – 2013 : SMP NEGERI 2 TANJUNG BERINGIN  
3. Tahun 2013 – 2016 : SMA NEGERI 1 TANJUNG BERINGIN  
4. Tahun 2016 – 2020 : UIN Sumatera Utara

### **III. RIWAYAT ORGANISASI**

1. 2017 – 2018 : Gerakan Sumut Mengajar  
2. 2018 -2019 : KSEI Universal Islamic Economics  
3. 2018 – 2019 : GenBI Komisariat UIN Sumatera Utara  
4. 2019 – 2020 : Sahabat Beasiswa Chapter Medan  
5. 2016 – 2020 : HMJ Asuransi Syariah