

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN NASABAH  
MENGUNAKAN *E-BANKING* PADA BANK BNI SYARIAH  
CABANG MEDAN**

**SKRIPSI**

Oleh:

**MELIZA MELGANDIS**

NIM : 51.14.4.054

Program Studi  
**EKONOMI ISLAM**



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA  
MEDAN  
2018**

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN NASABAH  
MENGUNAKAN *E-BANKING* PADA BANK BNI SYARIAH  
CABANG MEDAN**

**SKRIPSI**

**Diajukan Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh  
Gelar Sarjana (S1) Pada Jurusan Ekonomi Islam  
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam  
UIN Sumatera Utara**

**Oleh :**

**MELIZA MELGANDIS**

**NIM : 51.14.4.054**



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA  
MEDAN  
2018**

## SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : **Meliza Melgandis**  
N i m. : 51144054  
Tempat/tgl.Lahir : Kuta Binjai, 27 Desember 1996  
Pekerjaan : Mahasiswa  
Alamat : Jl. William Iskandar No. 115

menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang berjudul **“FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN NASABAH MENGGUNAKAN *ELECTRONIK BANKING* PADA BANK BNI CABANG MEDAN”** benar karya asli saya, kecuali kutipan-kutipan yang disebutkan sumbernya. Apabila terdapat kesalahan dan kekeliruan di dalamnya, sepenuhnya menjadi tanggungjawab saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Medan,

Yang membuat pernyataan

Materai

6000

**Meliza Melgandis**


## PENGESAHAN

Skripsi berjudul **“FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN NASABAH MENGGUNAKAN E-BANKING PADA BANK BNI SYARIAH CABANG MEDAN”** an. Meliza Melgandis, NIM 51144054 Program Studi Ekonomi Islam telah dimunaqasyahkan dalam Sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN-SU Medan pada tanggal 04 Oktober 2018. Skripsi ini telah diterima untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Islam (SE) pada Program Studi Ekonomi Islam.

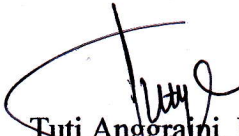
Medan, 04 Oktober 2018

Panitian Sidang Munaqasyah Skripsi  
Program Studi Ekonomi Islam UIN-SU


Ketua,

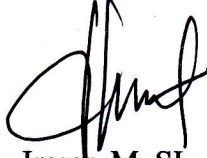
  
( Dr. Marliyah, M. A )  
NIP. 197601262003122003


Sekretaris,


  
( Tuti Anggraini, MA )  
NIP. 197705312005012007

Anggota

  
1. ( Dr. Andri Soemitra, MA )  
NIP. 197605072006041002


  
2. ( Imsar, M. SI )  
NIP. 198703032015031004

  
3. ( Dr. Marliyah, M. A )  
NIP. 197601262003122003

  
4. ( Tuti Anggraini, MA )  
NIP. 197705312005012007

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
UIN SU Medan

  
Dr. Andri Soemitra, MA  
NIP. 197605072006041002

## IKHTISAR

Meliza Melgandis (2018), NIM: 51144054, Judul penelitian ini adalah **“Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menggunakan *E-Banking* Pada Bank BNI Syariah Cabang Medan”**. Dibawah Pembimbing Skripsi I Bapak Dr. Sugianto, MA dan Pembimbing Skripsi II Ibu Tuti Anggraini, MA.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kemudahan operasional, kenyamanan, dan ketersediaan fitur terhadap keputusan nasabah menggunakan *e-banking* Bank BNI Syariah Cabang Medan. Penelitian ini menggunakan kuesioner sebagai instrument untuk mengambil sampel sebanyak 100 responden, yang merupakan pengguna *e-banking* Bank BNI Syariah Cabang Medan. Metode penentuan sampel yang digunakan adalah *accidental sampling*. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial variabel kemudahan operasional ( $X_1$ ), variabel kenyamanan ( $X_2$ ), dan variabel ketersediaan fitur ( $X_3$ ) berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan nasabah menggunakan *e-banking* sebab mempunyai nilai signifikansi  $< 0,05$  (0,000 untuk variabel kemudahan operasional, 0,014 untuk variabel kenyamanan, 0,012 untuk variabel ketersediaan fitur). Secara simultan variabel kemudahan operasional ( $X_1$ ), variabel kenyamanan ( $X_2$ ), dan variabel ketersediaan fitur ( $X_3$ ) berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan *e-banking* dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ .

**Kata Kunci** : Keputusan Nasabah, Kemudahan Operasional, Kenyamanan, Ketersediaan Fitur.

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Segala puji bagi Allah SWT, yang telah memberikan kenikmatan berupa Iman, Islam dan juga kesehatan serta kekuatan kepada penulis, walaupun dengan langkah tertatih-tatih namun dengan penuh keyakinan dan ridho Allah SWT sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini sembari dengan senantiasa berdoa semoga kita semua termasuk orang-orang yang diberkahi-Nya. Selanjutnya shalawat dan salam disampaikan kepada Rasul Al-Amin Muhammad SAW yang telah membawa risalah Islam berupa ajaran yang hak lagi sempurna bagi manusia dan seluruh penghuni alam ini.

Untuk melengkapi tugas-tugas perkuliahan dan memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar sarjana dalam Ekonomi Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan, maka penulis menyusun skripsi ini dengan judul **“FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN NASABAH MENGGUNAKAN *E-BANKING* PADA BANK BNI SYARIAH CABANG MEDAN”**. Dalam menyelesaikan skripsi ini penulis banyak mengalami kesulitan dan hambatan, namun berkat adanya bantuan dari berbagai pihak dan izin dari Allah SWT, maka segala kesulitan dan hambatan tersebut dapat penulis hadapi sehingga penulisan skripsi ini dapat diselesaikan.

Untuk itu melalui kata pengantar ini penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Teruntuk kedua orang tua saya, Ayahanda Drs. Hanafiah Abdi dan Ibunda Zahara AB yang telah membesarkan saya atas segala kasih sayang serta doa, yang dengan tulus ikhlas selalu membantu, mengingatkan dan memberikan motivasi yang sangat berharga dalam segala hal tak terkecuali dalam penyelesaian skripsi ini.
2. Bapak Prof. Dr. H. Saidurrahman, MA, selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
3. Bapak Dr. Andri Soemitra, MA, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.

4. Ibu Dr. Marliyah, MA, selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
5. Ibu Dr. Yenni Samri Juliati Nasution, MA, selaku Sekretaris Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
6. Bapak Dr. Sugianto, MA, selaku pembimbing skripsi I dan Ibu Tuti Anggraini, MA, selaku pembimbing skripsi II yang telah banyak memberikan masukan, bimbingan, arahan dan saran-saran yang baik dalam penyelesaian skripsi ini. Terima kasih atas kesabarannya dalam membimbing penulis selama ini, semoga amal kebaikan Bapak dan Ibu dibalas oleh Allah SWT.
7. Bapak Dr. Azhari Akmal Tarigan, MA, selaku pembimbing akademik yang telah memberikan arahan dan masukan di proposal skripsi sebelumnya.
8. Bapak Syahbudi SE.I, MA selaku Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara yang telah meluangkan waktunya untuk mengajarkan dan membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara yang telah memberikan ilmu dan nasehat selama di bangku perkuliahan.
10. Bapak Arianto Wibisono selaku Operasional Manager BNI Syariah Cabang Medan yang telah mengizinkan saya melakukan riset penelitian ini.
11. Responden yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner dalam penelitian ini.
12. Untuk kedua saudara kandung Putri Dian Naraisa dan T.M Sultan beserta keluarga yang telah mendoakan serta memberi semangat demi kelancaran penulis dalam menyelesaikan skripsi.
13. Sahabat terbaik saya yang selalu memberikan doa, motivasi dan semangat, Ahmad Imroikhan, Siti Fatimah Zora, Masithoh Hsb, Nurul

Hasanah, Lia Anggraini, Taufik Hadi Permana hingga skripsi ini terselaikan dengan baik.

14. Teman-teman Zahra One (Dyah Amalia, Dewi Jayanti, Nurhidayah NST, Minarsi, dan Siti Syahputri) yang selalu memberikan semangat dan dukungannya untuk menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih atas suka maupun dukanya yang telah menemani selama masa perkuliahan.
15. Teman-teman EPS/A angkatan tahun 2014. Terima kasih atas kebersamaan dan kekompakannya selama masa perkuliahan, serta pihak-pihak lain yang memberikan bantuan pikiran, ilmu semangat dan doanya.
16. Teman-teman seperjuangan KKN 72 tahun 2017 Desa Karang Anyar (Aisyah Nst, Siti Nur Habsyah, Niyusron Samae, Sulaiman Waemong, Sarmaida Siregar, Sofyan, Afdal Indra Koto, Ganda Simbolon, Riska Amalia Simatupang) terima kasih atas saling memberi dukungan, doa dan motivasinya.

Akhirnya pada semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini, penulis mengucapkan terima kasih. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa hasil penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, maka dengan demikian adanya saran dan kritik yang bersifat membangun diharapkan dari para pembaca, sehingga mencapai hasil yang maksimal. Dengan penuh kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih dan semoga skripsi ini bermanfaat bagi khalayak umum. *Amin Ya Rabbal 'Alamin.*

Medan, 24 September 2018

Penulis

**Meliza Melgandis**  
NIM. 51144054



## DAFTAR ISI

<b>SURAT PERNYATAAN</b> .....	i
<b>PERSETUJUAN</b> .....	ii
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	iii
<b>IKHTISAR</b> .....	iv
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	v
<b>DAFTAR ISI</b> .....	viii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiv

### **BAB I PENDAHULUAN**

A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Identifikasi Masalah .....	5
C. Batasan Masalah .....	6
D. Perumusan Masalah .....	6
E. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	6

### **BAB II KAJIAN TEORITIS DAN KERANGKA PEMIKIRAN**

A. Landasan Teori .....	8
1. Keputusan Nasabah .....	8
a. Pengertian Keputusan Nasabah` .....	8
b. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah .....	9
c. Proses Pengambilan Keputusan Pembelian .....	10
d. Pandangan Islam Tentang Keputusan Pembelian .....	13
2. Perilaku Konsumen .....	15
a. Pengertian Perilaku Konsumen .....	15
b. Perilaku Konsumen dalam Islam .....	16
3. Pelayanan Jasa .....	19
a. Pengertian Pelayanan Jasa .....	19

b. Layanan Jasa Perbankan.....	20
c. Layanan Jasa Elektronik Banking ( <i>e-banking</i> ).....	21
1) Pengertian Elektronik Banking ( <i>e-banking</i> ).....	21
2) Jenis Transaksi Elektronik Banking ( <i>e-banking</i> ).....	22
3) Produk-produk Elektronik Banking ( <i>e-banking</i> ).....	23
4) Prosedur Kerja Elektronik Banking ( <i>e-banking</i> ).....	25
5) Keamanan Elektronik Banking ( <i>e-banking</i> ).....	26
6) Keunggulan dan Kelemahan Elektronik Banking ( <i>e-banking</i> ) .....	26
4. Kemudahan Operasional .....	27
5. Kenyamanan.....	29
6. Ketersediaan Fitur .....	30
B. Penelitian Sebelumnya .....	31
C. Kerangka Teoritis .....	34
D. Hipotesa.....	35

### **BAB III METODE PENELITIAN**

A. Pendekatan Penelitian .....	37
B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	37
C. Populasi dan Sampel .....	37
D. Data Penelitian .....	38
E. Tehnik Pengumpulan Data.....	39
F. Defenisi Operasional .....	40
G. Tehnik Analisa Data.....	42

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

A. Hasil Penelitian .....	49
1. Gambaran Umum Perusahaan.....	49
2. Produk Bank BNI Syariah Cabang Medan .....	50
3. Gambaran Umum Responden .....	55
a. Karakteristik Responden Menurut Usia .....	55

b.	Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin.....	56
c.	Karakteristik Responden Menurut Pendidikan Terakhir	56
d.	Karakteristik Responden Menurut Pekerjaan.....	57
e.	Karakteristik Responden Menurut Pendapatan Per Bulan .....	58
f.	Karakteristik Responden Menurut Perangkat Yang Biasa Digunakan untuk mengakses <i>e-banking</i> .....	58
g.	Karakteristik Responden Menurut Jenis <i>e-banking</i> yang digunakan .....	59
4.	Deskripsi Variabel.....	60
a.	Deskripsi Variabel Kemudahan Operasional ( $X_1$ ) .....	60
b.	Deskripsi Variabel Kenyamanan ( $X_2$ ).....	62
c.	Deskripsi Variabel Ketersediaan Fitur ( $X_3$ ) .....	64
d.	Deskripsi Variabel Keputusan Nasabah (Y) .....	66
B.	Uji Kuesioner .....	68
1.	Uji Validitas .....	68
2.	Uji Reliabilitas.....	72
C.	Uji Asumsi Klasik .....	75
1.	Uji Normalitas .....	75
2.	Uji Heterokedastisitas .....	77
3.	Uji Multikolinieritas .....	79
D.	Uji Regresi Linier Berganda.....	80
E.	Uji Hipotesis.....	82
1.	Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	82
2.	Uji Parsial (t) .....	83
3.	Uji Simultan (F) .....	85
F.	Pembahasan .....	85

## **BAB V    PENUTUP**

A.	Kesimpulan.....	88
B.	Saran-saran .....	89

<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>90</b>
<b>CURICULUM VITAE</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

No. Tabel	Hal
1.1 Elektronik Banking ( <i>E-Banking</i> ) .....	3
2.3 Penelitian Terdahulu .....	32
3.1 Instrumen Skala Likert .....	40
3.2 Indikator Variabel .....	41
3.3 Tingkat Reliabilitas Berdasarkan Nilai Alpha .....	43
4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	56
4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	56
4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	57
4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	57
4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan.....	58
4.6 Perangkat Yang Biasa Digunakan Responden Untuk Mengakses <i>E-Banking</i> .....	59
4.7 Jenis <i>E-Banking</i> Yang Digunakan Responden .....	59
4.8 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kemudahan Operasional ( $X_1$ ) .....	60
4.9 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kenyamanan ( $X_2$ ) .....	62
4.10 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Ketersediaan Fitur ( $X_3$ ) .....	64
4.11 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Nasabah (Y).....	66
4.12 Hasil Uji Validitas Variabel Kemudahan Operasional ( $X_1$ ) .....	69
4.13 Hasil Uji Validitas Variabel Kenyamanan ( $X_2$ ).....	70
4.14 Hasil Uji Validitas Variabel Ketersediaan Fitur ( $X_3$ ) .....	71
4.15 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Nasabah (Y) .....	71
4.16 Tingkat Reliabilitas Berdasarkan Nilai Alpha .....	73
4.17 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kemudahan Operasional ( $X_1$ ) .....	73
4.18 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kenyamanan ( $X_2$ ).....	74
4.19 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Ketersediaan Fitur ( $X_3$ ) .....	74
4.20 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Nasabah (Y) .....	75

4.21 Hasil Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov .....	76
4.22 Hasil Uji Heterokedastisitas.....	79
4.23 Hasil Uji Multikolinieritas .....	80
4.24 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	81
4.25 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	82
4.26 Hasil Uji Parsial (t) .....	83
4.27 Hasil Uji Simultan (F).....	85

## DAFTAR GAMBAR

No. Gambar	Hal
2.1 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah .....	9
2.2 Proses Pembelian .....	10
2.3 Kerangka Konseptual.....	35
4.1 Grafik Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kemudahan Operasional ( $X_1$ ) .....	61
4.2 Grafik Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kenyamanan ( $X_2$ ).....	63
4.3 Grafik Tanggapan Responden Terhadap Variabel Ketersediaan Fitur ( $X_3$ ).....	65
4.4 Grafik Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Nasabah (Y) .....	67
4.5 Grafik Normal P-Plot.....	76
4.6 Grafik Scatterplot.....	78

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Seiring perkembangan zaman, teknologi informasi kini semakin pesat memberikan dampak positif yang cukup signifikan terhadap banyak bidang terutama dalam bidang ekonomi. Teknologi informasi digunakan untuk keperluan perhitungan pada mulanya. Namun seiring perkembangan dan kemajuan sistem teknologi itu sendiri, teknologi informasi memiliki fungsi yang lebih sekedar untuk keperluan perhitungan, tetapi juga untuk meningkatkan proses bisnis perusahaan seperti pada sistem perbankan.

Persaingan bisnis yang begitu ketat menuntut semua perusahaan khususnya lembaga perbankan untuk lebih agresif dan berani dalam mengambil keputusan serta menerapkan strategi perusahaan sehingga bisa menjadi lebih unggul dari para pesaing. Namun untuk menjadi perusahaan yang benar-benar unggul dalam persaingan di dunia usaha dan bisnis bukanlah hal yang mudah. Dalam hal ini strategi merupakan peranan terpenting kunci kesuksesan bagi suatu perusahaan, salah satunya dengan memanfaatkan teknologi informasi. Pemanfaatan teknologi informasi tersebut bisa menjadi daya tarik tersendiri bagi nasabah.

Layanan produk perbankan yang menggunakan teknologi informasi disebut dengan Electronic banking (*e-banking*). Dengan adanya kemajuan di bidang teknologi informasi ini nasabah dapat melakukan transaksi darimana dan kapan saja dengan cepat dan mudah, sehingga dapat lebih meningkatkan lagi volume transaksi yang terjadi pada suatu bank tersebut. Perkembangan teknologi informasi yang demikian pesat sangat mendukung kecepatan dan kemudahan layanan transaksi perbankan kepada nasabah dan berpengaruh terhadap perkembangan pelayanan jasa pada dunia perbankan.

Elektronik banking (*e-banking*) adalah fasilitas yang disediakan perusahaan perbankan melalui benda elektronik, misal: *handphone*, *computer*, dan *telepon* untuk mengganti kebutuhan bertransaksi yang biasanya dilakukan oleh



ATM. Dengan kata lain, nasabah dapat melakukan transaksi perbankan melalui *handphone* ataupun internet seperti transaksi di mesin ATM. Contohnya adalah transfer dana antar rekening maupun antar bank, pembayaran tagihan, pembelian pulsa isi ulang atau pengecekan saldo dan mutasi rekening.<sup>1</sup>

Keputusan nasabah merupakan semua perilaku sengaja dilandaskan pada keinginan yang dihasilkan ketika konsumen secara sadar memilih salah satu diantara tindakan alternatif yang ada.<sup>2</sup> Keputusan menggunakan *e-banking* dilandasi oleh berbagai faktor, diantaranya faktor kemudahan operasional, faktor kenyamanan penggunaan, faktor ketersediaan fitur dan faktor kerahasiaan. Maka dalam penelitian ini, faktor tersebut akan menjadi variabel penelitian. Keempat faktor tersebut sangat penting dan perlu diperhatikan oleh peneliti, untuk mengetahui presentase keputusan nasabah menggunakan *e-banking*.<sup>3</sup>

Faktor kemudahan operasional merupakan salah satu faktor yang penting bagi pengguna untuk bertransaksi menggunakan *e-banking* dengan fleksibilitas waktu dan tempat, karena dapat dilakukan kapan dan dimana saja. Selain itu *e-banking* dapat diakses dengan mudah sehingga tidak mengalami kesulitan dalam bertransaksi. Faktor kenyamanan artinya nasabah mampu melakukan kegiatan transaksi menggunakan *e-banking* dengan orientasi kenyamanan merujuk kepada nilai yang diberikan atas fasilitas *e-banking*, sehingga menimbulkan kenyamanan pribadi dan penghematan waktu dalam aktivitas tertentu. Faktor ketersediaan fitur merupakan faktor yang penting di dalam kesuksesan *e-banking*, yaitu kemampuan inovasi untuk menghadapi kebutuhan nasabah dengan menggunakan ketersediaan fitur yang berbeda pada website. Fitur berarti hal-hal apa saja yang dapat dilakukan oleh nasabah dengan menggunakan *e-banking*. Faktor kerahasiaan merupakan segala hal yang berkaitan dengan informasi pribadi pengguna terjamin kerahasiaannya, tidak ada orang yang mengetahuinya.

---

<sup>1</sup> Kasmir, *Dasar-dasar Perbankan*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2010), h. 182.

<sup>2</sup> Etta Mamang Sangadji dan Sopiha, *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai Jurnal Penelitian*, (Yogyakarta: ANDI, 2013), h. 121.

<sup>3</sup> Dede Dzurotun Nisa, et. al., *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah Menggunakan Internet Banking Mandiri*, (Jurnal Manajemen, Universitas Telkom, 2013), h. 75.

Perbankan syariah di Indonesia yang menyediakan layanan *e-banking* diantaranya adalah Bank BNI Syariah. Produk *e-banking* Bank BNI Syariah yaitu *SMS Banking, Phone Banking, Internet Banking, dan Mobile Banking*. Elektronik banking (*e-banking*) pada Bank BNI Syariah merupakan layanan perbankan 24 jam yang disediakan bagi nasabah yang mobilitasnya tinggi. Nasabah dapat melakukan transaksi perbankan melalui *Handphone* yang terkoneksi jaringan internet. Layanan *e-banking* memiliki banyak fitur dan memberikan kemudahan, kenyamanan, sistem keamanan berlapis, dan dilengkapi dengan *BNI e-Secure* atau *Token* (alat yang mengeluarkan kode angka yang selalu berganti setiap kali melakukan transaksi keuangan).<sup>4</sup>

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Edy Priono selaku Customer Sales Head Bank BNI Syariah Cabang Medan, bahwasanya layanan *e-banking* sudah ada sejak tahun 2006. Namun layanan *e-banking* ini mulai berkembang sejak akhir tahun 2007 dan terus terjadi penambahan nasabah yang menggunakan layanan tersebut sampai saat ini, pada tahun 2017 telah tercatat 24.548 nasabah yang menggunakan layanan *e-banking* (46,30% dari 53.020 nasabah tabungan aktif tahun 2017) di Bank BNI Syariah Cabang Medan,<sup>5</sup> sebagaimana ditunjukkan oleh Tabel 1.1.

**Tabel 1.1**

**Elektronik banking (*e-banking*) Periode Tahun 2013-2017**

<b>Tahun</b>	<b>Jumlah Rekening</b>	<b>Pengguna <i>e-banking</i></b>	<b>%</b>
2013	28.167	10.168	36,10%
2014	32.851	12.779	38,90%
2015	38.400	11.712	30,50%
2016	45.140	17.062	37,80%
2017	53.020	24.548	46,30%

Sumber: PT. Bank BNI Syariah Cabang Medan, 2018

<sup>4</sup> Situs Resmi PT Bank BNI Syariah, <http://www.bnisyariah.co.id/produk/faq-mobile-banking>. Diakses pada tanggal 07 Desember 2017.

<sup>5</sup> Edy Priono, Customer Sales Head Bank BNI Syariah Cabang Medan, Wawancara Pribadi, di Medan, Tanggal 26 Januari 2018.

Berdasarkan Tabel 1.1 di atas dapat dijelaskan bahwa pada tahun 2013 dan 2014 terjadi peningkatan jumlah pengguna layanan *e-banking* dari 10.168 menjadi 12.779. Tetapi pada tahun 2015 pengguna layanan *e-banking* turun menjadi 11.712. Pada tahun 2016 dan 2017 pengguna layanan *e-banking* mengalami kenaikan dari 17.062 menjadi 24.548.

Peningkatan pengguna *e-banking* dari data di atas menunjukkan bahwa layanan *e-banking* diminati dan digemari nasabah Bank BNI Syariah Cabang Medan. Ini tentunya akan meningkatkan volume *Fee Based Income* pada Bank BNI Syariah Cabang Medan dan dapat mengurangi antrian pada *Customer Service* dan *Teller*. Namun pada kenyataannya, menurut pemaparan Bapak Edy Priono selaku *Customer Sales Head* Bank BNI Syariah Cabang Medan, masih terdapat di antara nasabah yang telah mendaftar layanan *e-banking* namun belum sepenuhnya membuat nasabah untuk menggunakan *e-banking* dan lebih memilih untuk melakukan transaksi finansial (transfer uang) dan non finansial (informasi saldo, transaksi terakhir dan mutasi rekening) dengan langsung mendatangi Kantor Cabang, Kantor Cabang Pembantu, KCP BNI yang mempunyai layanan Syariah, bahkan layanan Anjungan Tunai Mandiri (ATM) BNI. Hal ini berdampak kepada operasional layanan yang kurang efektif karena masih banyaknya nasabah yang melakukan antrian di *Teller*, dan juga masih terdapat nasabah yang sudah mendaftar layanan *e-banking* tetapi tidak menggunakan layanan tersebut untuk transaksi finansial seperti pembayaran tagihan telepon dan listrik, pembelian pulsa telepon seluler dan *voucher* Prabayar, pembelian tiket pesawat, pembayaran uang kuliah, pembayaran zakat, infaq, dan sedekah dikarenakan nasabah sudah terbiasa bertransaksi secara konvensional seperti tempat pembayaran yang menyediakan layanan serupa. Hal ini juga tidak sesuai dengan tujuan diadakannya fasilitas atau layanan *e-banking* tersebut dan menimbulkan sudut pandang berbeda dalam manfaat yang diterima nasabah melalui *e-banking*. Semakin nasabah mengetahui manfaat *e-banking* maka nasabah memutuskan untuk menggunakan *e-banking*,

begitu pula sebaliknya, apabila nasabah tidak mengetahui manfaat *e-banking* maka nasabah cenderung tidak akan menggunakan layanan *e-banking*.<sup>6</sup>

Pihak Bank BNI Syariah Cabang Medan harus melihat lebih jauh faktor yang mempengaruhi nasabah dan mengembangkan pemahaman bagaimana nasabah melakukan keputusan untuk menggunakan *e-banking*. Sebagian besar faktor-faktor yang tidak dapat dikendalikan oleh pihak bank, tetapi harus benar-benar diperhitungkan.

Dari fakta inilah peneliti tertarik untuk meneliti tentang faktor-faktor apa saja yang menjadi keputusan nasabah menggunakan *e-banking*, karena dengan mengetahui faktor-faktor tersebut maka pihak Bank BNI Syariah Cabang Medan dapat mendorong nasabah untuk mengakses layanan *e-banking*.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: ***“Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menggunakan e-banking Pada Bank BNI Syariah Cabang Medan.”***

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan uraian pada latar belakang di atas, diketahui terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah menggunakan *e-banking* pada Bank BNI Syariah Cabang Medan. Dalam penelitian ini di identifikasikan masalah yaitu:

1. Apakah faktor kemudahan operasional berpengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan *e-banking* pada Bank BNI Syariah Cabang Medan?
2. Apakah faktor kenyamanan berpengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan *e-banking* pada Bank BNI Syariah Cabang Medan?
3. Apakah faktor ketersediaan fitur berpengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan *e-banking* pada Bank BNI Syariah Cabang Medan?
4. Apakah faktor kerahasiaan berpengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan *e-banking* pada Bank BNI Syariah Cabang Medan?

---

<sup>6</sup> Edy Priono, Customer Sales Head Bank BNI Syariah Cabang Medan, Wawancara Pribadi, di Medan, tanggal 26 Januari 2018.

### **C. Pembatasan Masalah**

Adapun batasan masalah dalam penelitian ini adalah yang terkait dengan keputusan nasabah menggunakan *e-banking* pada Bank BNI Syariah Cabang Medan. Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah yaitu menyangkut: faktor kemudahan operasional ( $X_1$ ), faktor kenyamanan ( $X_2$ ), dan faktor ketersediaan fitur ( $X_3$ ).

### **D. Perumusan Masalah**

Berdasarkan batasan masalah yang telah disebutkan di atas, maka rumusan masalah pada skripsi ini yaitu:

1. Apakah faktor kemudahan operasional berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan *e-banking* pada Bank BNI Syariah Cabang Medan?
2. Apakah faktor kenyamanan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan *e-banking* pada Bank BNI Syariah Cabang Medan?
3. Apakah faktor ketersediaan fitur berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan *e-banking* pada Bank BNI Syariah Cabang Medan?
4. Apakah faktor kemudahan operasional, kenyamanan, dan ketersediaan fitur berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan *e-banking* pada Bank BNI Syariah Cabang Medan?

### **E. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk:

1. Menganalisis faktor kemudahan operasional berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan *e-banking* pada Bank BNI syariah Cabang Medan.
2. Menganalisis faktor kenyamanan operasional berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan *e-banking* pada Bank BNI syariah Cabang Medan.

3. Menganalisis pengaruh faktor ketersediaan fitur berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan *e-banking* pada Bank BNI syariah Cabang Medan.
4. Menganalisis pengaruh faktor kemudahan operasional, kenyamanan, dan ketersediaan fitur dan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan *e-banking* pada Bank BNI Syariah Cabang Medan

Adapun manfaat penelitian yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi penulis, penelitian ini adalah salah satu syarat meraih gelar sarjana, sebagai sarana untuk mengembangkan ilmu yang didapat saat kuliah dan penerapan dalam praktek nyata, serta mengetahui berbagai informasi dan manfaat mengenai layanan *e-banking*.
2. Bagi pihak Bank BNI Syariah Cabang Medan, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan yang bermanfaat bagi perusahaan untuk pelaksanaan program di masa yang akan datang dan untuk mengetahui faktor-faktor dominan yang menjadi pertimbangan nasabah untuk menggunakan produk atau layanan *e-banking*. Sehingga pihak perusahaan akan dapat senantiasa menyusun strategi dalam rangka memenuhi harapan nasabah.
3. Bagi umum, sebagai salah satu informasi dan pengetahuan yang dapat memberikan manfaat dan juga pihak-pihak lain yang menaruh minat terhadap penelitian ini diharapkan menjadi bahan masukan yang berguna.

## **BAB II**

### **KAJIAN TEORITIS DAN KERANGKA PEMIKIRAN**

#### **A. Landasan Teori**

Pada sub bab ini akan dibahas mengenai keputusan nasabah, perilaku konsumen, pelayanan jasa, kemudahan operasional, kenyamanan, ketersediaan fitur.

##### **1. Keputusan Nasabah**

###### **a. Pengertian Keputusan**

Menurut Schiffman dan Kanuk dalam bukunya Etta Mamang Sangadji dan Sopiiah mendefinisikan keputusan sebagai pemilihan suatu tindakan dari dua pilihan alternatif atau lebih. Seorang konsumen yang hendak memilih harus memiliki pilihan alternatif.<sup>1</sup> Adapun menurut Nugroho J. Setiadi mendefinisikan bahwa inti dari pengambilan keputusan konsumen adalah proses pengintegrasian yang pengombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua perilaku alternatif atau lebih, dan memilih salah satu diantaranya. Hasil dari proses pengintegrasian ini adalah suatu pilihan yang disajikan secara kognitif sebagai keinginan berperilaku.<sup>2</sup>

Semakin berkembangnya pengetahuan serta taraf hidup masyarakat, maka konsumen akan semakin selektif dalam memilih barang atau jasa yang akan dibelinya oleh karena itu agar dapat berhasil dalam usahanya produsen perlu memahami bagaimana konsumen memilih, membeli, memakai serta memanfaatkan barang atau jasa dalam rangka memuaskan kebutuhan atau keinginan mereka. Jika konsumen telah memutuskan alternatif, yang akan dipilih dan mungkin penggantinya jika diperlukan, maka ia akan melakukan pembelian.<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup> Etta Mamang Sangadji dan Sopiiah, *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai Jurnal Penelitian*, (Yogyakarta: ANDI, 2013), h. 120.

<sup>2</sup> Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2003), h. 7

<sup>3</sup> Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapan dalam Pemasaran*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2011), h. 377.

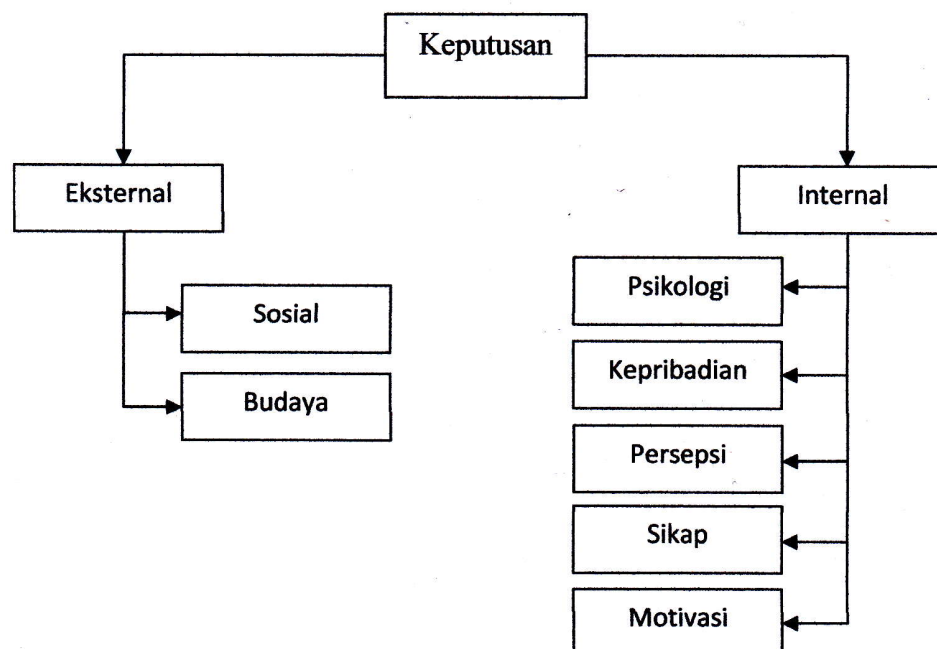
Dari penjelasan di atas maka dapat disimpulkan bahwa keputusan ialah suatu pengakhiran dari proses pemikiran tentang suatu masalah atau problema untuk menjawab suatu pertanyaan apa yang harus diperbuat guna untuk mengatasi masalah tersebut, dengan menjatuhkan sebuah pilihan pada suatu alternatif.

### b. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah

Ada berbagai macam faktor yang mempengaruhi mengapa nasabah memutuskan untuk menggunakan suatu layanan tertentu untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Faktor-faktor tersebut diantaranya faktor eksternal dan faktor internal. Faktor eksternal yaitu faktor yang berasal dari luar diri seseorang atau individu. Faktor eksternal meliputi sosial dan budaya. Faktor internal yaitu faktor-faktor yang berasal dari dalam diri seseorang atau individu. Faktor internal meliputi psikologi, kepribadian, persepsi, sikap, dan motivasi.<sup>4</sup>

**Gambar 2.1**

#### **Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan**



<sup>4</sup> Setiadi, *Perilaku Konsumen*, h.10.



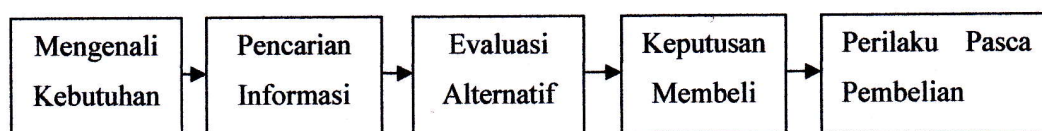
### c. Proses Pengambilan Keputusan Pembelian

Proses pengambilan keputusan konsumen tidak bisa terjadi dengan sendirinya, sebaliknya masalah kebudayaan, sosial, individu dan psikologis secara kuat mempengaruhi keputusan tersebut. Merek memiliki pengaruh dari waktu konsumen menerima rangsangan melalui perilaku pasca pembelian. Faktor budaya yang termasuk di dalamnya adalah budaya dan nilai, sub budaya dan kelas sosial, secara luas mempengaruhi pengambilan keputusan konsumen. Faktor sosial menunjukkan interaksi sosial antara konsumen dan mempengaruhi sekelompok orang, seperti pada referensi kelompok, opini para pemimpin dan para anggota keluarga, faktor individu termasuk jenis kelamin, umur, keluarga, dan daur hidup keluarga (*family life cycle stage*), pribadi, konsep hidup, dan gaya hidup adalah unit pada setiap individu dan memerankan aturan utama pada produk dan jasa yang diinginkan konsumen. Faktor psikologis menentukan bagaimana menerima dan berinteraksi dengan lingkungannya dan berpengaruh kepada keputusan yang akan diambil oleh konsumen yang didalamnya terdiri dari persepsi, motivasi, pembelajaran, keyakinan dan sikap.<sup>5</sup>

Proses pembelian yang spesifik terdiri dari urutan kejadian berikut:

**Gambar 2.2**

#### **Proses Pembelian**



Sumber: Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*

Gambar 2.2 menyiratkan bahwa konsumen melewati kelima tahap seluruhnya pada setiap pembelian. Namun dalam pembelian yang lebih rutin, konsumen sering kali melompati atau membalik beberapa tahap ini. Seorang wanita yang membeli pasta gigi merek yang sudah biasa akan mengenali kebutuhan dan langsung ke keputusan pembelian, melompati tahap pencarian

<sup>5</sup> Lamb Hair and Mc Danniel, *Pemasaran*, Buku 1, (Jakarta: Salemba Emman Raya, 2001), h. 201.

informasi dan evaluasi. Model tersebut menunjukkan semua pertimbangan untuk muncul ketika konsumen menghadapi situasi membeli yang kompleks dan baru.<sup>6</sup>

Menurut Nugroho tahap-tahap yang dilewati pembeli untuk mencapai keputusan membeli melewati lima tahap, yaitu:<sup>7</sup>

#### 1) Pengenalan Masalah

Proses membeli dimulai dengan pengenalan masalah dimana pembeli mengenali adanya masalah atau kebutuhan. Pembeli merasakan perbedaan antara kondisi sesungguhnya dan kondisi yang diinginkannya. Kebutuhan ini dapat disebabkan oleh rangsangan internal maupun internal dalam kasus pertama dari kebutuhan normal seseorang, yaitu rasa lapar atau dahaga. Atau suatu kebutuhan dapat timbul karena disebabkan rangsangan eksternal seseorang yang melewati sebuah toko roti dan melihat roti yang baru selesai dibakar dapat merangsang rasa laparnya.

#### 2) Pencarian Informasi

Seorang konsumen yang sudah terkait mungkin mencari lebih banyak informasi tetapi mungkin juga tidak. Bila dorongan konsumen kuat dan produk yang dapat memuaskan anda dalam jangkauan, konsumen kemungkinan akan membelinya. Bila tidak, konsumen dapat menyimpan kebutuhan dalam ingatan atau melakukan pencairan informasi yang berhubungan dengan kebutuhan tersebut. Pengaruh relatif dari sumber informasi ini bervariasi menurut produk dan pembeli.

Pada umumnya, konsumen menerima sebagian besar informasi mengenai suatu produk dari sumber komersial yang dikendalikan oleh pemasar. Akan tetapi, sumber paling efektif cenderung sumber pribadi. Sumber pribadi tampaknya lebih penting dalam pembelian jasa. Sumber komersial biasanya memberitahu pembeli, tetapi sumber pribadi membenarkan atau mengevaluasi produk bagi pembeli.

---

<sup>6</sup> Setiadi, *Perilaku Konsumen*, h. 14-15.

<sup>7</sup> *Ibid*, h. 15-17.

### 3) Evaluasi Alternatif

Tahap dari proses keputusan membeli, yaitu ketika konsumen menggunakan informasi untuk mengevaluasi merek alternatif dalam perangkat pilihan. Konsep dasar tertentu membantu menjelaskan proses evaluasi konsumen. Pertama, kita menganggap bahwa setiap konsumen melihat produk sebagai kumpulan atribut. Kedua, konsumen akan memberikan arti penting terhadap atribut, berbeda menurut kebutuhan dan keinginan unik masing-masing. Ketiga, konsumen mungkin akan mengembangkan satu himpunan keyakinan merek mengenai dimana posisi setiap merek atribut.

Ada konsumen yang menggunakan lebih dari satu prosedur evaluasi, tergantung pada konsumen dan keputusan pembelian. Bagaimana konsumen mengevaluasi alternatif barang yang akan dibeli tergantung pada masing-masing individu dan situasi membeli spesifik. Pemasar harus mempelajari pembeli untuk mengetahui bagaimana sebenarnya mereka mengevaluasi alternatif merek. Bila mereka mengetahui proses evaluasi apa yang sedang terjadi, pemasar dapat membuat langkah-langkah untuk mempengaruhi keputusan membeli.

### 4) Keputusan Membeli

Dalam tahap evaluasi, konsumen membuat peringkat merek dan membentuk niat untuk membeli. Pada umumnya, keputusan membeli konsumen adalah membeli merek yang paling disukai, tetapi dua faktor dapat muncul antara niat untuk membeli dan keputusan untuk membeli. Faktor pertama adalah pengaruh orang lain, yaitu pendapat dari orang lain mengenai harga dan merek yang akan dipilih konsumen.

Faktor yang kedua adalah faktor situasi yang tidak diharapkan, harga yang diharapkan dan manfaat produk yang diharapkan. Akan tetapi peristiwa-peristiwa yang tak diharapkan bisa menambah niat pembelian. Tujuan pembelian juga akan dipengaruhi oleh faktor-faktor keadaan yang tidak terduga. Konsumen membentuk tujuan pembelian berdasarkan faktor-faktor seperti: pendapatan keluarga yang diharapkan, harga yang diharapkan, dan manfaat produk yang diharapkan. Pada saat konsumen ingin bertindak, faktor-

faktor keadaan yang tidak terduga mungkin timbul dan mengubah tujuan membeli.

#### 5) Tingkah Laku Pasca Pembelian

Tahap dari keputusan pembeli, yaitu konsumen mengambil tindakan lebih lanjut setelah membeli berdasarkan pada rasa puas atau tidak puas, yang menentukan pembeli merasa puas atau tidak puas dengan suatu pembelian terletak pada hubungan antara harapan konsumen dengan prestasi yang diterima dari produk. Bila produk tidak memenuhi harapan, konsumen merasa tidak puas, bila melebihi harapan konsumen akan merasa puas. Konsumen mendasarkan harapan mereka pada informasi yang akan mereka terima dari penjual, teman dan sumber-sumber lain.

Bila penjual melebih-lebihkan prestasi produknya, harapan konsumen tidak akan terpenuhi dan hasilnya ketidakpuasan. Semakin besar antara kesenjangan harapan dan prestasi, semakin besar ketidakpuasan konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa pembeli harus membuat pertanyaan yang jujur mengenai prestasi produknya sehingga pembeli akan puas.

Dengan pemahaman kebutuhan dan proses pembelian konsumen adalah sangat penting dalam membangun strategi pemasaran yang efektif. Dengan mengerti bagaimana pembeli melalui proses pengenalan masalah, pencarian informasi, mengevaluasi alternatif, memutuskan membeli, dan perilaku setelah membeli, para pemasar dapat mengambil isyarat-isyarat penting bagaimana memenuhi kebutuhan pembeli. Juga dengan mengerti berbagai partisipan dalam proses pembelian dan pengaruh-pengaruh utama dalam perilaku membeli mereka, para pemasar dapat merancang program pemasaran yang lebih efektif bagi pemasaran mereka.

#### **d. Pandangan Islam tentang Keputusan Pembelian**

Rasulullah SAW adalah seorang pebisnis yang jujur dan adil dalam membuat perjanjian bisnis. Beliau tidak pernah membuat para konsumennya mengeluh. Beliau sering menjaga janjinya dan menyerahkan barang-barang yang

dipesan dengan tepat waktu. Rasulullah SAW pun senantiasa menunjukkan rasa tanggung jawab yang besar dan integritas yang tinggi dalam berbisnis.

Keberhasilan Rasulullah SAW dalam berdagang ditopang oleh keahlian beliau dalam membaca pasar. Beliau mempunyai strategi pemasaran yang cukup jitu dalam meningkatkan motivasi konsumen untuk memutuskan pembelian suatu barang atau jasa. Sebelum terjun langsung kelapangan, terlebih dahulu beliau melakukan segmentasi pasar mulai dari demografis, geografis dan psikologi orang.

Sebagai sosok pedagang, Rasulullah SAW telah meletakkan dasar-dasar berdagang bagi umat islam. Beliau selalu mengutamakan kepuasan para konsumennya. Beliau telah memberi pegangan kepada kita tentang cara berdagang yang benar secara agama dengan membawa keuntungan secara ekonomis.

Firman Allah SWT dalam Q.S Al-Isra' (15):35, yaitu :

وَأَوْفُوا الْكَيْلَ إِذَا كِلْتُمْ وَزِنُوا بِالْقِسْطَاسِ الْمُسْتَقِيمِ ۗ ذَٰلِكَ خَيْرٌ وَأَحْسَنُ تَأْوِيلًا ﴿٣٥﴾

Artinya :

“Dan sempurnakanlah takaran apabila kamu menakar, dan timbanglah dengan neraca yang benar, itulah yang lebih utama (bagimu) dan lebih baik akibatnya”.<sup>8</sup>

Ayat tersebut menggambarkan bahwa Rasulullah SAW sangat berhati-hati menggunakan takaran dalam berdagang. Sebab, apabila takaran itu dikurangi maka sungguh itu termasuk dalam jenis penipuan yang terselubung. Dengan takaran yang baik dan benar akan sangat memotivasi konsumen untuk memutuskan pembelian pada barang atau jasa yang ditawarkan.

Hubungan ayat di atas dalam pengambilan keputusan dapat kita ambil kesimpulan bahwasanya, Rasulullah SAW dalam berbisnis selalu mengutamakan sifat jujur dalam melakukan penjualan, hal itulah yang menyebabkan konsumen termotivasi untuk memutuskan pembelian pada suatu hal apa yang kita tawarkan

---

<sup>8</sup> Kementerian Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahannya*, (Jakarta: PT. Sinergi Pustaka Indonesia, 2012), h. 389.

di pasar, sehingga mampu mempertahankan pelanggan lama dan mendatangkan pelanggan baru.

Firman Allah SWT dalam Q.S Al- Maidah (6):100 yaitu :

قُلْ لَّا يَسْتَوِي الْخَبِيثُ وَالطَّيِّبُ وَلَوْ أَعْجَبَكَ كَثْرَةُ الْخَبِيثِ ۚ فَاتَّقُوا اللَّهَ يَا أُولِي الْأَلْبَابِ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ۚ

﴿١٠٠﴾

Artinya :

“Katakanlah ( Muhammad) : tidak sama yang buruk dengan yang baik, meskipun banyaknya yang buruk itu menarik hatimu, maka bertakwalah kepada Allah wahai orang-orang berakal, agar kamu mendapat keberuntungan”.<sup>9</sup>

## 2. Perilaku Konsumen

### a. Pengetian Perilaku Konsumen

Menurut Angel dalam bukunya Basu Swastha dan Hani Handoko definisi perilaku konsumen adalah kegiatan-kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang dan jasa, termasuk di dalamnya proses pengambilan keputusan.<sup>10</sup> Perilaku konsumen merupakan interaksi dinamis antara afeksi dan kognisi, perilaku dan lingkungannya dimana manusia melakukan kegiatan pertukaran dalam hidup mereka.<sup>11</sup>

Tjiptono menyatakan bahwa perilaku konsumen perlu dipantau karena hal ini sangat bermanfaat bagi pengembangan produk, desain produk, penetapan harga, pemilihan saluran distribusi, dan pemantauan strategi promosi. Analisis

<sup>9</sup> Kementerian Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahannya*, (Jakarta: PT. Sinergi Pustaka Indonesia, 2012), h. 165.

<sup>10</sup> Basu Swastha dan Hani Handoko, *Managemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: BPEE, 2000), h. 10.

<sup>11</sup> Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Pemasaran*, (Jakarta: Kencana Media Group, cet 3, 2008), h. 2-3.

perilaku konsumen dapat dilakukan dengan penelitian (riset pasar), baik melalui observasi maupun metode survei.<sup>12</sup>

Konsumen mempunyai perilaku pembelian yang berbeda dalam mengambil untuk mengkonsumsi atau menggunakan suatu produk dan memiliki proses yang cukup berbeda, dikarenakan produk atau jasa tersebut ada yang memang dibutuhkan dan ada yang diinginkan. Para pemasar (pihak manajemen) harus dapat memahami konsumen melalui pengalaman penjualan yang dilakukan setiap hari kepada mereka, faktor dominan apa yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian?. Tujuan pembelian ini dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti faktor sikap orang lain dan keadaan yang tidak terduga, atau jasa juga dipengaruhi oleh jasa-jasa ekonomi, teknologi, politik dan budaya, dan karakteristik konsumen itu sendiri. Hal ini merupakan landasan bagi pihak manajemen untuk mengetahui dan memahami konsumen.

#### **b. Perilaku Konsumen Menurut Islam**

Seorang muslim dalam penggunaan penghasilannya memiliki 2 sisi, yaitu pertama untuk memenuhi kebutuhan diri dan keluarganya dan sebagiannya lagi untuk dibelanjakan di jalan Allah.<sup>13</sup>

Konsumsi yang islami selalu mempertimbangkan keadaan barang atau jasa bukan merupakan barang haram, tidak berlebih-lebihan dalam jumlah konsumsi. Di antara ajaran yang penting berkaitan dengan konsumsi, misalnya perlu memperhatikan asas masalah, manfaat dan keberkatan. Kegiatan konsumsi terhadap barang dan jasa yang halal dan bermanfaat akan memberikan berkah bagi konsumen. Berkah ini akan hadir jika seluruh hal berikut ini dilakukan dalam konsumsi:

1) Barang dan jasa yang dikonsumsi bukan merupakan barang haram.

Barang dan jasa yang diharamkan oleh Islam tidaklah banyak, yaitu babi, darah, bangkai, perjudian, riba, zina, dan barang-barang merusak lainnya.

---

<sup>12</sup> Fandi Tjiptono, *Service Quality and Satisfaction*, (Yogyakarta: ANDI, 2008), h. 8.

<sup>13</sup> Sumarwan, *Perilaku Konsumen*, h. 25.

Sebagaimana Allah berfirman Q.S Al-Maidah ayat (5):87 yaitu sebagai berikut:

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

﴿المائدة/٥:٨٧﴾

Artinya :

“Hai orang-orang yang beriman janganlah kamu mengharamkan apa-apa bagi yang baik yang telah Allah halalkan bagi kamu, dan janganlah kamu melampaui batas sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang melampaui batas”.<sup>14</sup>

Makna yang dimaksud dapat diinterpretasikan sebagai berikut: janganlah kalian berlebih-lebihan dalam mempersempit diri kalian dengan mengharamkan hal-hal yang diperbolehkan bagi kalian. Demikianlah menurut pendapat sebagian ulama salaf. Dapat pula diinterpretasikan: sebagaimana kalian tidak boleh mengharamkan yang halal, maka jangan pula kalian melampaui batas dalam memakai dan mengkonsumsi yang halal, melainkan ambillah darinya sesuai dengan keperluan dan kecukupan kalian, janganlah kalian melampaui batas.<sup>15</sup>

2) Tidak berlebih-lebihan dalam jumlah konsumsi

Sebagaimana Allah berfirman Q.S Al-A'raf ayat (7):31 yaitu sebagai berikut:

يَبْنِيءَ آدَمَ حُدُودًا زَيْنَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوا وَاشْرَبُوا وَلَا تُسْرِفُوا ۚ إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ

﴿الأعراف/٧:٣١﴾

<sup>14</sup> Kementerian Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahannya*, (Jakarta: PT. Sinergi Pustaka Indonesia, 2012), h. 162.

<sup>15</sup> Abdullah Bin Muhammad Bin Abdurahman Bin Ishaq Al-Sheikh, *Lubaabut Tafsir Min Ibnu Katsir*, Terj. M. Abdul Ghoffar, et. al., *Tafsir Ibnu Katsir*, (Bogor: Pustaka Imam Asy-Syafi'i, 2004), h. 139.



Artinya :

“Hai anak Adam, pakailah pakaianmu yang indah disetiap memasuki masjid, makan dan minumlah, dan janganlah berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan”.<sup>16</sup>

Dan sebagaimana Hadist Nabi Muhammad Saw:

ورواه النسائي وابن ماجه، من حديث قتادة، عن عمرو بن شعيب عن ابيه، عن جدّه، عن

النبيّ صلى الله عليه وسلم قال : "كلوا وتصدّقوا والبسوا في غير اسراف ولا مخيلة"

Artinya :

Imam Nasai dan imam Ibnu Majah meriwayatkannya melalui hadist Qatadah, dari Amr Ibnu Syu'aib, dari ayahnya, dari kakeknya, dari Nabi SAW. Yang telah bersabda: “makanlah, bersedekahlah, dan berpakaianlah kamu sekalian tanpa boros dan kesombongan”.<sup>17</sup>

Ayat ini menjelaskan bahwa disunatkan memakai pakaian yang indah di saat hendak melakukan shalat, terlebih lagi shalat jum'at dan shalat hari raya. Disunatkan pula memakai wewangian, karena wewangian termasuk ke dalam pengertian perhiasan juga disunatkan bersiwak, mengingat siwak merupakan kesempurnaan bagi hal tersebut.

As-saddi mengatakan, dahulu (di masa Jahiliah) orang-orang yang melakukan tawaf di Baitullah sambil telanjang bulat mengharamkan wadak (minyak samin) atas diri mereka sendiri selama mereka berada di musim haji. Maka Allah SWT berfirman terhadap mereka: *makan dan minumlah kalian*. (Al-A'raf 7:31), hingga akhir ayat. Artinya, janganlah kalian berlebih-lebihan dalam mengharamkan.

<sup>16</sup> Kementerian Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahannya*, (Jakarta: PT. Sinergi Pustaka Indonesia, 2012), h. 207.

<sup>17</sup> Muhammad Akram Khan, *Ajaran Nabi Muhammad SAW Tentang Ekonomi: (Kumpulan Hadist-hadist Tentang Ekonomi)*, PT. Bank Muamalat Indonesia, tp, tt, h. 98.

Abdur Rahman Ibn Zaid Ibn Aslam mengatakan sehubungan dengan makna firman-Nya: *dan janganlah kalian berlebih-lebihan.* (Al-A'raf 7:31) yakni janganlah kalian memakan yang diharamkan, karena memakan yang diharamkan merupakan perbuatan berlebih.<sup>18</sup>

### 3. Pelayanan Jasa

#### a. Pengertian Pelayanan Jasa

Pelayanan adalah aktivitas tambahan di luar tugas pokok (*Job Description*) yang diberikan kepada konsumen (pelanggan, nasabah, dan sebagainya) serta dirasakan baik sebagai penghargaan maupun penghormatan.<sup>19</sup> Sedangkan menurut kamus umum bahasa Indonesia pelayanan berarti membantu menyiapkan (mengurus) apa-apa yang diperlukan seseorang.<sup>20</sup>

Sedangkan jasa adalah kegiatan yang dapat diidentifikasi secara tersendiri, pada hakikatnya bersifat tidak teraba, untuk memenuhi kebutuhan dan tidak harus terikat pada penjualan produk atau jasa lain.<sup>21</sup> Menurut M. Nur Nasution jasa merupakan semua aktivitas ekonomi yang hasilnya tidak merupakan produk dalam bentuk fisik atau konstruksi, yang biasanya dikonsumsi pada saat yang sama dengan waktu yang dihasilkan dan memberikan nilai tambah atau pemecahan atas masalah yang dihadapi konsumen.<sup>22</sup>

Jadi dapat disimpulkan dan didefinisikan bahwa pelayanan jasa adalah sebuah penghargaan atau fasilitas yang diberikan kepada *customer* ataupun nasabah dalam memuaskan segala hasrat dan keinginannya. Unsur utama yang mendukung tercapainya tujuan perusahaan dalam memberikan kepuasan terhadap

---

<sup>18</sup> Abdullah Bin Muhammad Bin Abdurahman Bin Ishaq Al-Sheikh, *Lubaabut Tafsir Min Ibnu Katsir*., Terj. M. Abdul Ghoffar, et. al., (Bogor: Pustaka Imam Asy-Syafi'i, 2004), h. 371-373.

<sup>19</sup> Djokosantoso Moeljono, *Budaya Korporat dan Keunggulan Korporasi*, (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2003), h. 45.

<sup>20</sup> Alwi Hasan, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2007), h. 87.

<sup>21</sup> M. Mursid, *Managemen Pemasaran*, (Jakarta: Bumi Aksara, 1997), h. 116.

<sup>22</sup> M. Nur Nasution, *Managemen Jasa Terpadu*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2009), h. 17.

konsumen sehingga konsumen lebih tertarik dan berminat untuk menggunakan produk yang ditawarkan perusahaan adalah dengan memberikan kualitas pelayanan. Melalui kualitas pelayanan, perusahaan akan mampu menarik lebih banyak pelanggan baru, mempertahankan pelanggan yang sudah ada, maupun mencegah kaburnya pelanggan dari produk perusahaan.

#### **b. Layanan Jasa Perbankan**

Selain menghimpun dan menyalurkan dana, kegiatan perbankan ketiga adalah memberikan jasa-jasa bank lainnya. Tujuan pemberian jasa-jasa bank ini adalah untuk mendukung dan memperlancar kedua kegiatan sebelumnya yaitu menghimpun dan menyalurkan dana. Semakin lengkap jasa bank yang diberikan maka semakin baik, hal ini disebabkan jika nasabah hendak melakukan suatu transaksi perbankan, cukup berhenti di satu bank aja. Demikian pula sebaliknya jika jasa bank yang diberikan kurang lengkap, maka nasabah terpaksa untuk mencari bank lain yang menyediakan jasa yang mereka butuhkan.<sup>23</sup>

Teknologi informasi ikut mewarnai dunia perbankan. Kehadiran sistem *online* yang di tangani oleh teknologi komputer dan teknologi komunikasi memungkinkan nasabah mengambil uang dari kantor cabang dari bank yang sama yang berada di mana saja.<sup>24</sup>

Terkait kualitas pelayanan jasa bank, ukurannya bukan hanya ditentukan oleh pihak yang melayani (perusahaan) saja, tetapi lebih banyak ditentukan oleh pihak yang dilayani, karena merekalah yang menikmati layanan sehingga dapat mengukur kualitas pelayanan berdasarkan harapan-harapan mereka dalam memenuhi kepuasannya. Kualitas pelayanan terbagi atas:

- 1) Kualitas layanan internal. Kualitas layanan internal berkaitan dengan interaksi jajaran pegawai perusahaan dengan berbagai fasilitas yang tersedia. Faktor yang mempengaruhi kualitas layanan internal adalah:

---

<sup>23</sup> Kasmir, *Managemen Perbankan*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2002), h. 107.

<sup>24</sup> Abdul Kadir dan Tera Ch. Triwahyuni, *Pengenalan Teknologi Informasi*, (Yogyakarta: ANDI, 2005), h. 22.

- a) Pola manajemen umum perusahaan.
  - b) Penyediaan fasilitas pendukung.
  - c) Pengembangan sumber daya manusia.
  - d) Iklim kerja dan keselarasan hubungan kerja.
  - e) Pola insentif.
- 2) Kualitas layanan eksternal. Mengenai kualitas layanan kepada pelanggan eksternal, kualitas layanan ditentukan oleh beberapa faktor yaitu:
- a) Yang berkaitan dengan penyediaan jasa.
  - b) Yang berkaitan dengan penyediaan barang.<sup>25</sup>

### c. Layanan Jasa Elektronik Banking (*e-banking*)

#### 1) Pengertian Elektronik Banking (*e-banking*)

Perkembangan pesat teknologi informasi dan globalisasi mendukung bank untuk meningkatkan pelayanan kepada nasabah secara aman, nyaman, dan efektif. Diantaranya melalui media elektronik atau dikenal dengan *e-banking*. Melalui *e-banking* nasabah bank pada umumnya dapat mengakses produk dan jasa perbankan dengan menggunakan berbagai peralatan elektronik (*Intelligent Elektronik Device*), seperti *Personal Computer* (PC), *Personal Digital Assistant* (PDA), Anjungan Tunai Mandiri (ATM), kios atau telepon.

Dalam pedoman ini yang dimaksud dengan E-banking adalah layanan yang memungkinkan nasabah bank untuk memperoleh informasi, melakukan komunikasi, dan melakukan transaksi perbankan melalui media elektronik seperti *Automatic Machine* (ATM), *Phone Banking*, *Elektronik Fund Transfer* (EFT), *Elektronik Data Capture* (EDC) atau *Point Of Sales* (POS), *Internet Banking* dan *Mobile Banking*. Dalam memberikan pelayanan *e-banking*, bank dapat menyediakan layanan yang bersifat *informational*, *communicative* dan *transactional*. Penyediaan layanan *e-banking* hendaknya memperhatikan prinsip *prudential banking*, prinsip pengamanan dan terintegrasinya sistem teknologi

---

<sup>25</sup> M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfa Beta, 2012), h. 220-221.

informasi, *cost effectiveness*, perlindungan nasabah yang memadai serta searah dengan strategi bisnis bank.<sup>26</sup>

## 2) Jenis Transaksi Elektronik Banking (*e-banking*)

Saat ini transaksi *e-banking* sudah dapat melakukan banyak hal, tetapi masih akan dapat berkembang lebih jauh lagi di waktu mendatang. Transaksi yang saat ini dapat dilakukan antara lain:<sup>27</sup>

- a) Transfer dana atau pemindahan dana
  - (1) dua rekening di bank yang sama
  - (2) Rekening di bank yang berbeda misal rekening di bank A ke rekening di bank B
  - (3) Dan lain-lain
- b) Informasi
  - (1) Saldo
  - (2) Transaksi
  - (3) Dan lain-lain
- c) Pembayaran
  - (1) Listrik
  - (2) *Handphone* berbagai operator
  - (3) Iuran TV kabel
  - (4) PBB
  - (5) Kartu kredit
  - (6) Dan lain-lain
- d) Pembelian
  - (1) Pulsa telepon atau *Handphone* berbagai operator
  - (2) Tiket pesawat
  - (3) Pulsa PLN Prabayar
  - (4) Dan lain-lain

---

<sup>26</sup> Veithzal Rivai dan Rifki Ismail, *Islamic Risk Management for Islamic Bank*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2013), h. 361.

<sup>27</sup> Maryanto Supriyono, *Buku Pintar Perbankan*, (Yogyakarta: ANDI, 2011), h. 66.

Munculnya *e-banking* itu sendiri tidak hanya berhubungan dengan bank saja, tetapi juga bekerja sama dengan operator seluler. Sehingga dapat dilihat bahwa keberadaan *e-banking* memberikan keuntungan kepada semua kalangan, seperti bank, operator selular dan nasabah bank pengguna *e-banking*.

### 3) Produk-produk Elektronik Banking (*e-banking*)

Kemajuan teknologi *e-banking* sangat pesat bersamaan dengan kemajuan interkoneksi pelayanan dan komunikasi data melalui jaringan kabel maupun wireless (tanpa kabel).<sup>28</sup>

Ternyata *e-banking* tersebut telah melahirkan beberapa produk, yaitu:

a) *Internet Banking* (via internet/komputer)

*Internet Banking*, ini termasuk saluran teranyar *e-banking* yang memungkinkan nasabah melakukan transaksi via internet dengan menggunakan komputer/PC atau PDA. Fitur transaksi yang dapat dilakukan sama dengan *phone banking* yaitu informasi jasa atau produk bank, informasi saldo rekening, transaksi pemindahbukuan antar rekening, pembayaran (kartu kredit, listrik, dan telepon), pembelian (*voucher* dan tiket), dan transfer ke bank lain. Kelebihan dari saluran ini adalah kenyamanan bertransaksi dengan tampilan menu dan informasi secara lengkap tertampang di layar computer atau PC atau PDA.<sup>29</sup>

b) *Mobile Banking* (via *handphone*)

*Mobile banking* merupakan turunan dari jasa *e-banking* yang menerapkan teknologi informasi via *wireless* paling baru yang ditawarkan oleh pihak bank dengan menggunakan teknologi *mobile phone* untuk mendukung kelancaran dan kemudahan kegiatan perbankan. Layanan ini menjadi menjadi peluang bagi bank untuk menawarkan nilai tambah sebagai bentuk insentif kepada nasabah. Nasabah tidak perlu lagi ke ATM

---

<sup>28</sup> *Ibid*, h. 67

<sup>29</sup> Sujadi dan Edi Purwo Saputro, *E-Banking: Urgensi Aspek di Era E-Service*, (Jakarta: Raja Grafindo, 2006), h. 6.

(Anjungan Tunai Mandiri) atau ke kantor bank apabila hendak melakukan transaksi perbankan seperti mentransfer uang, cek saldo, ataupun pembayaran tagihan-tagihan. Melalui berbagai kemudahan layanan perbankan yang ada, diharapkan nasabah akan memperoleh kepuasan dalam menggunakan berbagai macam produk dan jasa yang diberikan oleh pihak bank.

*Mobile* sendiri merupakan suatu kegiatan berpindah-pindah tanpa dibatasi atau dihalangi oleh apapun. Efisiensi pun menjadi catatan penting dalam sistem pembayaran karena menyangkut kecepatan transaksi dan transfer dana, antar bank maupun antar negara.<sup>30</sup> Oleh karena itu, *mobile banking* merupakan layanan perbankan yang tanpa batas, baik ruang, waktu, ataupun jarak yang selama ini menjadi kendala bagi sebagian nasabah dalam melakukan transaksi.

c) *Phone Banking*

*Phone Banking* adalah saluran yang memungkinkan nasabah untuk melakukan transaksi dengan bank via telepon. Pada awalnya lazim diakses melalui telepon rumah, namun seiring dengan makin populernya telepon genggam atau HP, maka tersedia pula nomor akses khusus via HP bertarif panggilan flat dari manapun nasabah berada. Pada awalnya, layanan *phone banking* hanya bersifat informasi yaitu informasi jasa atau produk bank dan informasi saldo rekening serta dilayani oleh *Customer Service Operator/CSO*.

Namun profilnya berkembang untuk transaksi pemindahbukuan antar rekening, pembayaran (kartu kredit, listrik, dan telepon), pembelian (*voucher* dan tiket), dan transfer ke bank lain.<sup>31</sup>

---

<sup>30</sup> Anita Siagian, *Peran Internet Banking Terhadap Kelancaran Transaksi pada PT. Bank Syariah Mandiri*, (Skripsi, UIN Sumatera Utara, 2012), h. 29.

<sup>31</sup> T. Sutabri, *Sistem Informasi Manajemen*, (Yogyakarta: ANDI, cet. 1, 2016), h. 306.

d) *SMS Banking* (via SMS)

*SMS Banking* adalah layanan informasi perbankan yang dapat diakses langsung melalui telepon selular atau *handphone* dengan menggunakan media SMS (*Short Message Service*). *SMS Banking* dapat digunakan nasabah untuk melakukan transaksi keuangan seperti transfer dana, pembayaran kartu kredit dan pembelian pulsa. Selain itu *sms banking* juga dapat digunakan untuk melihat informasi keuangan, misalnya cek saldo, mutasi rekening dan sebagainya.<sup>32</sup>

Produk tersebut membuat lompatan teknologi yang luar biasa, menembus batasan ruang dan waktu. Kapanpun dimanapun nasabah dapat bertransaksi selama 24 jam. Nasabah dibuat nyaman dengan produk jasa ini, karena untuk transaksi yang bermacam-macam cukup bertransaksi di tempat nasabah, dan tidak perlu datang ke bank.

#### 4) **Prosedur Kerja Elektronik Banking (*e-banking*)**

Perkembangan *e-banking* mengalami lompatan besar, transaksi perbankan menjadi mudah, tepat dan *real time* tanpa batasan waktu dan tempat. *e-banking* BNI Syariah menggunakan sistem *host to host* atau hubungan antara 2 *server* yang berbeda dan ini berkaitan dengan hubungan kerja sama antara pihak bank dengan perusahaan lain. Sebagai contoh, pembayaran rekening listrik dapat dibayar melalui BNI Syariah via *e-banking*, maka *server* BNI Syariah harus dapat berhubungan dengan *server* PLN (*host to host*) untuk komunikasi data.

Untuk *server* layanan *e-banking* BNI Syariah sendiri sudah terkoneksi ke seluruh *server* perusahaan yang bekerjasama dalam hal pembayaran tagihan, seperti PLN dan PDAM dan perusahaan lainnya. Ataupun pembelian tiket pesawat, jaringan *e-banking* BNI Syariah sudah terhubung ke beberapa maskapai penerbangan seperti Garuda Indonesia, Air Asia, Lion Air dan Mandala. Namun untuk pembelian *voucher* isi ulang pulsa pihak BNI Syariah tidak dapat terkoneksi

---

<sup>32</sup> Bank Indonesia, “*Mengenal Elektronik Banking*”, [www.bi.go.id](http://www.bi.go.id). Diunduh pada tanggal 28 Desember 2017.



langsung keseluruhan operator ponsel yang ada melainkan hanya terkoneksi kepada satu perusahaan yang dapat menaungi semua operator ponsel yang ada.

**5) Keamanan Elektronik Banking (*e-banking*)**

- a) PIN merupakan kode akses sehingga nomor pin merupakan kode rahasia pribadi, tidak boleh orang lain mengetahuinya.
- b) Untuk *internet banking*, user ID bersifat rahasia dan *key token* tidak dipinjamkan ke orang lain, serta mengakses situs bank yang benar.
- c) Penggantian PIN secara berkala merupakan salah satu cara untuk meminimalkan resiko.
- d) *Sim Card Handphone* harus dilindungi karena nomor telepon tersebut sudah terdaftar pada database komputer bank untuk dapat bertransaksi melalui *phone banking*. Apabila nomor *handphone* tersebut akan dijual atau dibuang, nomor tersebut harus di-*unregistered*.
- e) nasabah harus berhati-hati, karena banyak orang-orang jahat selalu mencoba untuk memanfaatkan kelengahan nasabah baik melalui *phising* atau kegiatan *hacker*.

**6) Keunggulan dan Kelemahan Elektronik Banking (*e-banking*)**

**a) Keunggulan *e-banking***

- (1) Dapat bertransaksi kapan saja dan dimana saja.
- (2) Sangat efisien, hanya dengan menggunakan perintah melalui komputer atau *handphone*, nasabah dapat langsung melakukan transaksi perbankan tanpa harus datang ke kantor bank. Efisien waktu dan efisien biaya.
- (3) Aman, *e-banking* dilengkapi dengan *security user ID* dan PIN untuk menjamin keamanan dan menggunakan *key token* alat tambahan untuk mengamankan transaksi, pengiriman data dengan melalui acak terlebih dahulu.

### b) Kelemahan *e-banking*

Resiko yang banyak terjadi adalah adanya orang atau sekelompok orang yang dengan sengaja melakukan kegiatan *phising*. Artinya mereka membuat situs yang mirip dengan situs bank aslinya, sehingga tanpa disadari oleh nasabah bahwa yang bersangkutan sedang mengakses situs palsu karena logo bank dan formatnya sama persis menyerupai aslinya.

Pelaku *phising* akan mendapatkan informasi yang sangat rahasia seperti *user name* dan nomor PIN. Dengan informasi lengkap ini mereka akan bebas bergerak memindahkan dana nasabah ke rekening mana yang mereka mau.

Untuk menjaga agar tidak masuk ke dalam perangkap ini, nasabah harus memasukkan alamat situs yang benar dan pasti. Jika tidak tahu jelas dan pasti, jangan mencoba-coba alamat situs yang belum pasti.

Atau adanya sekelompok orang yang tidak bertanggung jawab mencoba untuk menggandeng mesin ATM dengan satu alat tambahan yang berfungsi untuk membaca data isi magnetik kartu ATM dan nomor PIN via camera. Alat tambahan ini dapat berupa cover terletak di luar mesin ATM sulit dibedakan sesaat bahwa cover tersebut berupa cover tempelan yang sangat cocok dengan mesin ATM nya. Isi dari pita magnetik adalah serangkaian bunyi *tone serial* yang berupa data identitas kartu. Data *tone* inilah yang dapat diduplikat ke dalam kartu baru (proses *Cloning*), atau kemajuan teknologi yang pesat bisa saja dengan cara lainnya.<sup>33</sup>

## 4. Kemudahan Operasional

Kemudahan operasional didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha. Konstruksi ini juga merupakan kepercayaan tentang proses pengambilan keputusan. Jika seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi mudah digunakan, maka ia akan menggunakannya. Sebaliknya jika seseorang merasa percaya bahwa sistem

---

<sup>33</sup> Supriyono, *Buku Pintar Perbankan*, h. 70-71.

informasi tidak mudah digunakan maka dia tidak akan menggunakannya.<sup>34</sup> Kemudahan operasional memang menjadi salah satu faktor yang dapat menentukan keputusan nasabah terhadap teknologi yang ditawarkan. Banyak *user* atau pengguna yang sudah mulai mengenal teknologi dan kemudahan merupakan alasan utama pengguna memanfaatkan teknologi tersebut.

Menurut Davis dalam jurnalnya Hafid Nur Yudha dan Jaka Isgiyarta mendefinisikan kemudahan operasional sebagai suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa teknologi informasi dapat dengan mudah dipahami. Sistem yang lebih sering digunakan menunjukkan bahwa teknologi informasi tersebut lebih dikenal, lebih mudah dioperasikan dan lebih mudah digunakan oleh penggunanya.<sup>35</sup>

Kemudahan operasional memberikan indikasi bahwa suatu sistem dirancang bukan untuk menyulitkan pemakainya, tetapi justru mempermudah seseorang dalam menyelesaikan pekerjaannya. Dengan kata lain, seseorang yang menggunakan sistem akan bekerja lebih mudah dibandingkan dengan seseorang yang tidak menggunakan sistem atau bekerja manual.

Davis memberikan beberapa indikator kemudahan operasional meliputi:

- a. *Easy To Learn*
- b. *Controllable*
- c. *Clear And Understandable*
- d. *Flexible*
- e. *Easy To Become Skillful*
- f. *Easy To Use*<sup>36</sup>

Berdasarkan definisi di atas dapat disimpulkan bahwa kemudahan operasional akan mengurangi usaha (baik waktu dan tenaga) seseorang di dalam

---

<sup>34</sup> H. M. Jogiyanto, *Sistem Informasi Keperilakuan*, (Yogyakarta: Erlangga, 2007), h. 115

<sup>35</sup> Hafid Nur Yudha dan Jaka Isgiyarta, *Analisis Pengaruh Persepsi Nasabah Bank terhadap Internet Banking Adoption: Studi Pada Nasabah Perbankan Yang Menggunakan Internet Banking di Kota Surakarta*, (Jurnal, Universitas Diponegoro), h. 3.

<sup>36</sup> F.D. Davis, *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology*, (MIS Quarterly, Vol.13, ISS.3, 1989), h. 318.

mempelajari teknologi informasi. Perbandingan kemudahan tersebut memberikan indikasi bahwa orang yang menggunakan teknologi informasi bekerja lebih mudah dibandingkan dengan orang yang bekerja tanpa menggunakan teknologi informasi (secara manual). Pengguna teknologi informasi mempercayai bahwa mudah pengoperasiannya, sistem informasi mudah dipahami, dan efisiensi waktu sebagai karakteristik kemudahan operasional.

### 5. Kenyamanan

*E-banking* menyediakan kenyamanan menyediakan tingkat kenyamanan yang lebih tinggi yang mana memudahkan nasabah untuk melakukan transaksi perbankan kapanpun dan dimanapun. Jika dibandingkan dengan transaksi perbankan tanpa menggunakan *e-banking* misalnya dengan transaksi interpersonal, *e-banking* memberikan lebih banyak keuntungan dan kemudahan. Seperti misalnya, jika ingin membayar tagihan atau mentransfer uang, apabila melalui kantor cabang, maka nasabah harus mengantri lama untuk melakukan transaksi tersebut. hal ini tentunya kurang memberikan kenyamanan bagi nasabah. Berbeda jika transaksi tersebut dilakukan dengan *e-banking*. Jika menggunakan *e-banking*, transaksi tersebut cukup dilakukan dengan mengakses aplikasi atau situs web (dapat dilakukan dengan PDA, *Notebook*, PC) kapanpun dan dimanapun nasabah berada. Tentunya ini akan lebih menghemat waktu nasabah, khususnya nasabah yang sibuk.

Terdapat beberapa kontruk yang merupakan indikator kenyamanan suatu sistem *e-banking*, yaitu sebagai berikut:

- a. Nasabah dapat mengakses *e-banking* kapanpun dan dimanapun (*anytime and anywhere*)
- b. Tidak terdapat antrian (*queue*)
- c. Hemat waktu jika dibandingkan dengan cara konvensional (*convensional banking*)<sup>37</sup>

---

<sup>37</sup> W. C. Poon, *Users' Adoption of E-Banking Service*, (Journal of Business & Industrial Marketing, Vol.23, No.1, 2008), h. 157.

Berdasarkan penjelasan diatas dapat disimpulkan apabila nasabah merasa bahwa sistem *e-banking* adalah nyaman, maka nasabah akan memutuskan untuk menggunakan jasa tersebut.

## 6. Ketersediaan Fitur

Dalam *e-banking*, ketersediaan fitur berarti hal-hal apa saja yang dapat dilakukan oleh nasabah dengan menggunakan *e-banking*. Inovasi yang dilakukan oleh perbankan syariah di dalam layanan *e-banking* yaitu menyediakan fitur-fitur islami. Fitur-fitur islami yang tersedia pada *e-banking* bank syariah antara lain Kalimat Inspirasional, Informasi Jadwal Sholat, *Islamic Lifestyle*, Arah Kiblat, Hadist Pilihan, Digital Tasbih, *Juz Amma*, dan lainnya

Menurut Gerrad dan Cunningham dalam jurnalnya Dede Dzurotun Nisa, Tyas Silvi Ariani, dan Karina Oktaviani mengidentifikasi faktor lain yang penting di dalam kesuksesan *e-banking*, yaitu kemampuan inovasi untuk menghadapi kebutuhan nasabah dengan menggunakan ketersediaan fitur (*feature availability*) yang berbeda pada website. Fitur (*feature*) berarti hal-hal apa saja yang dapat dilakukan oleh nasabah dengan menggunakan *e-banking*.<sup>38</sup>

Terdapat beberapa konstruk yang menjadi indikator ketersediaan fitur yaitu:

- a. Kemudahan akses informasi tentang produk dan jasa
- b. Keberagaman layanan transaksi
- c. Keberagaman fitur
- d. Inovasi produk

Menurut Poon dalam skripsinya Risma Afifah menjabarkan faktor-faktor yang mempengaruhi ketersediaan fitur, yaitu kemudahan akses informasi produk dan layanan *online* sebagai atribut untuk mempengaruhi kepuasan pengguna. Pengguna juga menginginkan keberagaman jajaran produk dan layanan fitur yang disediakan *e-banking*. Selain itu nasabah juga setuju bahwa *e-banking* memungkinkan mereka mencetak laporan rekening via internet dari rumah atau

---

<sup>38</sup> Dede Dzurotun Nisa, et. al., *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah Menggunakan Internet Banking Mandiri*, (Jurnal Managemen, Universitas Telkom, 2013), h. 75.

tempat mereka bekerja dan memverifikasi keakuratan semua transaksi yang telah selesai. Hal ini sangat penting bagi pengguna yang sering melakukan transfer pembayaran elektronik. Pengguna juga perlu mengubah *user ID* dan *password*, walaupun mereka jarang mengubah informasi tersebut. Pengguna juga membutuhkan informasi tentang saldo mereka. Produk dan layanan juga harus terus menerus dilakukan perbaikan dan peningkatan yang lebih komperhensif perlu dilakukan.<sup>39</sup>

Berdasarkan penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa ketersediaan fitur adalah faktor managemen operasional bank yang sangat sangat penting bagi keberhasilan *e-banking*, dimana karakteristik ketersediaan fitur bagi nasabah adalah fitur dan layanan *e-banking* lengkap, keberagaman layanan dan fitur transaksi, dan inovasi produk.

## B. Penelitian Sebelumnya

Penelitian tentang keputusan nasabah menggunakan *e-banking* sudah banyak dilakukan, di antaranya Fitri Rizki Alifia tahun 2015 dengan judul penelitian “Pengaruh Manfaat, Kemudahan Dan Keamanan Terhadap Keputusan Menggunakan *Internet Banking* Nasabah Bank BCA Di Surabaya”.<sup>40</sup> Nur Aini Tahun 2016 dengan judul penelitian “Pengaruh Kepercayaan, Manfaat Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan *Internet Banking* Pada Bank Mandiri Di Surabaya”.<sup>41</sup> Dede Dzurotun Nisa, Tyas Silvi Ariani, dan Karina Oktaviani tahun 2013 dengan judul penelitian “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah Menggunakan Layanan *internet*

---

<sup>39</sup> Risma Afifah, *Pengaruh Manfaat, Kemudahan, Kepercayaan, dan Ketersediaan Fitur Terhadap Penggunaan Mobile Banking Bank Syariah Mandiri*, (Skripsi, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2017), h. 40-41.

<sup>40</sup> Fitri Rizki Alifia, *Pengaruh Manfaat, Kemudahan Dan Keamanan Terhadap Keputusan Menggunakan Internet Banking Nasabah Bank BCA Di Surabaya*, (Jurnal, STIE Perbanas Surabaya, 2015).

<sup>41</sup> Nur Aini, *Pengaruh Kepercayaan, Manfaat Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Internet Banking Pada Bank Mandiri Di Surabaya*, (Jurnal, STIE Perbanas Surabaya, 2016).

*banking Mandiri*".<sup>42</sup> Risma Afifah tahun 2017 dengan judul penelitian "Pengaruh Manfaat, Kemudahan, Kepercayaan, dan Ketersediaan Fitur Terhadap Penggunaan *Mobile Banking* Bank Syariah Mandiri".<sup>43</sup> Dan Muamar Azizi tahun 2016 dengan judul penelitian "Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan, Dan Risiko Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan *E-Banking* pada PT. Bank BNI Syariah KC Yogyakarta".<sup>44</sup>

Secara ringkas penelitian tersebut dapat dilihat pada tabel 2.1.

**Tabel 2.1**  
**Penelitian Terdahulu**

<b>Nama dan Tahun</b>	<b>Judul Peneliti</b>	<b>Perbedaan</b>	<b>Hasil Penelitian</b>
Fitri Rizki Alifia Jurnal STIE Perbanas Surabaya. 2015	Pengaruh Manfaat, Kemudahan Dan Keamanan Terhadap Keputusan Menggunakan <i>internet banking</i> Nasabah Bank BCA Di Surabaya.	Tidak terdapat variabel kenyamanan dan ketersediaan fitur terhadap keputusan menggunakan <i>internet banking</i> Bank BCA di Surabaya sedangkan penelitian saya mengenai keputusan menggunakan <i>e-banking</i> .	Diketahui bahwa variabel manfaat, kemudahan, dan keamanan berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan untuk menggunakan <i>Internet Banking</i> .

<sup>42</sup> Dede Dzurotun Nisa, et. al., *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah Menggunakan Internet Banking Mandiri*, (Jurnal Manajemen, Universitas Telkom, 2013).

<sup>43</sup> Risma Afifah, *Pengaruh Manfaat, Kemudahan, Kepercayaan, dan Ketersediaan Fitur Terhadap Penggunaan Mobile Banking Bank Syariah Mandiri*, (Skripsi, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2017).

<sup>44</sup> Muamar Azizi, *Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan, Dan Risiko Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan E-Banking pada PT. Bank BNI Syariah KC Yogyakarta*, (Skripsi, IAIN Salatiga, 2016).

<p>Nur Aini Jurnal STIE Perbanas Surabaya. 2016</p>	<p>Pengaruh Kepercayaan, Manfaat Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan <i>Internet Banking</i> Pada Bank Mandiri Di Surabaya.</p>	<p>Tidak terdapat variabel kenyamanan dan ketersediaan fitur terhadap keputusan menggunakan <i>internet banking</i> Bank Mandiri di Surabaya sedangkan penelitian saya mengenai keputusan menggunakan <i>e- banking</i>.</p>	<p>Hasil penelitian menyimpulkan bahwa variabel Kepercayaan (<math>X_1</math>), manfaat (<math>X_2</math>), dan kemudahan penggunaan (<math>X_3</math>) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah (Y) menggunakan <i>Internet Banking</i> pada Bank Mandiri di Surabaya adalah 25,3 persen. Sedangkan 74,7 persen dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.</p>
<p>Dede Dzurotun Nisa, Tyas Silvi Ariani, dan Karina Oktaviani Jurnal Managemen Vol. 3, No. 1, November 2013, Universitas Telkom</p>	<p>Analisis Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah Menggunakan Layanan <i>internet banking</i> Mandiri</p>	<p>Tidak terdapat variabel kemudahan operasional terhadap keputusan menggunakan <i>internet banking</i> Mandiri Sedangkan penelitian saya mengenai penggunaan <i>e- banking</i>.</p>	<p>Diketahui bahwa variabel ketersediaan fitur berpengaruh positif terhadap penggunaan <i>internet banking</i>.</p>
<p>Risma Afifah Skripsi UIN Syarif Hidayatullah. 2017</p>	<p>Pengaruh Manfaat, Kemudahan, Kepercayaan, dan Ketersediaan Fitur Terhadap Penggunaan <i>Mobile Banking</i> Bank Syariah Mandiri</p>	<p>Perbedaannya dengan peneliti sekarang yaitu menggunakan variabel kemudahan operasional, kenyamanan, dan ketersediaan fitur terhadap keputusan</p>	<p>Hasil penelitian menyimpulkan bahwa variabel manfaat, kemudahan, kepercayaan dan ketersediaan fitur secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap penggunaan <i>mobile banking</i> Bank Syariah</p>



		nasabah menggunakan <i>e-banking</i> .	Mandiri
Muamar Azizi Skripsi IAIN Salatiga. 2016	Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan, Dan Risiko Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan <i>E-Banking</i> pada PT. Bank BNI Syariah KC Yogyakarta	Perbedaannya dengan peneliti sekarang yaitu menggunakan variabel kenyamanan dan ketersediaan fitur terhadap keputusan nasabah menggunakan <i>e-banking</i> .	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel persepsi kemudahan, kepercayaan, dan risiko berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan <i>E-Banking</i> pada PT. Bank BNI Syariah KC Yogyakarta

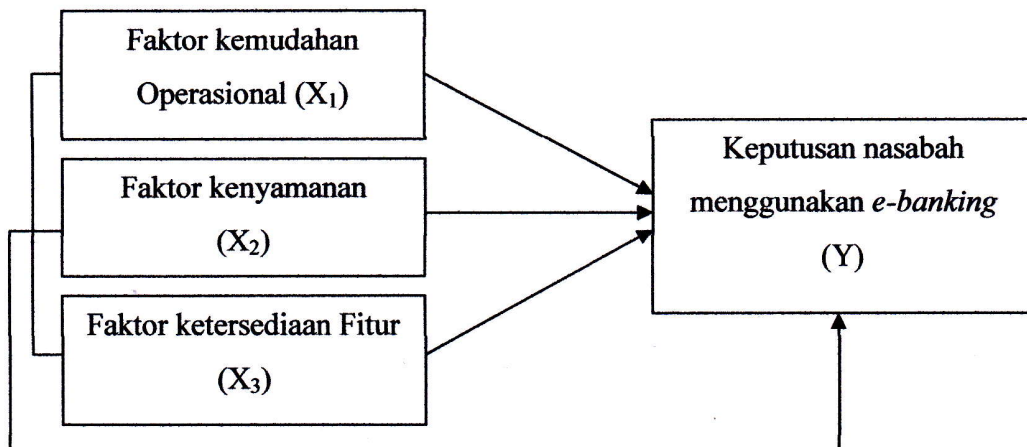
Berdasarkan tabel 2.1 terdapat perbedaan Penelitian terdahulu dengan penelitian yang penulis lakukan yaitu dari segi variabel yang digunakan. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan variabel kemudahan operasional, kenyamanan, dan ketersediaan fitur terhadap keputusan nasabah menggunakan *e-banking* pada Bank BNI Syariah Cabang Medan.

### C. Kerangka Teoritis

Keputusan nasabah menggunakan *e-banking* pada Bank BNI Syariah Cabang Medan dipengaruhi beberapa variabel. Variabel kemudahan operasional berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah untuk menggunakan *e-banking*, artinya semakin baik kemudahan operasional *e-banking* maka akan semakin tinggi keputusan nasabah menggunakannya. Variabel kenyamanan berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah untuk menggunakan *e-banking*, artinya semakin baik tingkat kenyamanan *e-banking* maka semakin tinggi keputusan nasabah untuk menggunakannya. Sedangkan variabel ketersediaan fitur berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah untuk menggunakan *e-banking*, artinya semakin beragam ketersediaan fitur *e-banking* maka semakin tinggi keputusan nasabah menggunakannya.

Uraian kerangka pemikiran di atas dapat dilihat pada gambar 2.3.

**Gambar 2.3**  
**Kerangka Konseptual**



#### **D. Hipotesa**

Berdasarkan tujuan penelitian yang ingin dicapai, maka hipotesis yang dikembangkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pengaruh kemudahan operasional terhadap keputusan nasabah menggunakan *e-banking* pada Bank BNI Syariah Cabang Medan.

Ho<sub>1</sub>: Kemudahan operasional tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan *e-banking* pada Bank BNI Syariah Cabang Medan.

Ha<sub>1</sub>: Kemudahan operasional berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan *e-banking* Bank BNI Syariah Cabang Medan.

2. Pengaruh kenyamanan terhadap keputusan nasabah menggunakan *e-banking* pada Bank BNI Syariah Cabang Medan.

Ho<sub>2</sub>: Kenyamanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan *e-banking* pada Bank BNI Syariah Cabang Medan.

Ha<sub>2</sub>: Kenyamanan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan *e-banking* pada Bank BNI Syariah Cabang Medan.

3. Pengaruh ketersediaan fitur terhadap keputusan nasabah menggunakan *e-banking* pada Bank BNI Syariah Cabang Medan.

Ho<sub>3</sub>: Ketersediaan fitur tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan *e-banking* pada Bank BNI Syariah Cabang Medan.

Ha<sub>3</sub>: Ketersediaan fitur berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan *e-banking* pada Bank BNI Syariah Cabang Medan.

4. Pengaruh kemudahan operasional, kenyamanan, dan ketersediaan fitur keputusan nasabah menggunakan *e-banking* pada Bank BNI Syariah Cabang Medan.

Ho<sub>4</sub>: Kemudahan operasional, kenyamanan, dan ketersediaan fitur tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan *e-banking* pada Bank BNI Syariah Cabang Medan.

Ha<sub>4</sub>: Kemudahan operasional, kenyamanan, dan ketersediaan fitur berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan *e-banking* pada Bank BNI Syariah Cabang Medan.

### **BAB III**

#### **METODE PENELITIAN**

##### **A. Pendekatan Penelitian**

Berhubungan dengan judul yang dikemukakan, maka penelitian ini dilakukan dengan metode penelitian lapangan (*field research*) dengan pendekatan kuantitatif yaitu pendekatan yang lebih menekankan pada aspek pengukuran secara obyektif terhadap fenomena sosial.<sup>1</sup>

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

Penelitian ini dilaksanakan di PT. Bank BNI Syariah Cabang Medan, yang bertempat di Jl. H. Adam Malik No. 151 Medan. Alasan memilih lokasi tersebut dikarenakan penulis pernah melakukan Praktek Kerja (Magang) di Bank BNI Syariah Cabang Medan sehingga dapat dengan mudah untuk melakukan penelitian. Penelitian ini dilakukan pada bulan Januari dan Agustus 2018.

##### **C. Populasi dan Sampel**

Populasi adalah suatu kelompok dari elemen penelitian, dimana elemen adalah unit terkecil yang merupakan sumber dari data yang diperlukan. Elemen dapat dianalogikan sebagai unit analisis, sepanjang pengumpulan data untuk penelitian yang dilakukan hanya kepada responden.<sup>2</sup> Dalam penelitian ini yang menjadi populasinya adalah adalah nasabah Bank BNI Syariah Cabang Medan yang menggunakan fasilitas *e-banking*. Dan yang menggunakan layanan *e-banking* Bank BNI Syariah Cabang Medan dari tahun 2015-2017 sebanyak 24.548 orang. Karena jumlah populasi terlalu banyak, maka penulis melakukan penelitian dengan menggunakan sampel.

---

<sup>1</sup> Nur Ahmadi Bi Rahmani, *Metodologi Penelitian Ekonomi*, (Medan: FEBI UIN SU Press, 2016), h. 53.

<sup>2</sup> Mudrajad Kuncoro, *Metode Riset Bisnis dan Ekonomi* (Jakarta: Erlangga, 2003), h. 123.

Sampel adalah bagian atau sejumlah cuplikan tertentu yang diambil dari suatu populasi dan diteliti secara rinci.<sup>3</sup> Cara pengambilan sampel dalam penelitian ini yaitu *accidental sampling*, yaitu prosedur sampling yang memilih sampel dari orang atau unit yang paling mudah dijumpai atau diakses.<sup>4</sup> Dalam menentukan ukuran sampel penelitian, Slovin memasukkan unsur kelonggaran ketidakteelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditoleransi. Nilai toleransi ini dinyatakan dalam presentase, misalnya 10%. Rumus yang digunakan adalah:<sup>5</sup>

$$n = \frac{N}{1+N.e^2}$$

Dimana :

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

e<sup>2</sup> = Toleransi ketidakteelitian (dalam persen)

$$n = \frac{24.548}{1+24.548 (0,1)^2} = \frac{24.548}{246,48} = 99,59$$

Dari hasil perhitungan di atas, maka jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 100 orang nasabah.

#### **D. Data Penelitian**

Jenis data dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Analisis kuantitatif ini dimaksudkan untuk memperhitungkan besarnya pengaruh secara kuantitatif dari perubahan satu atau beberapa kejadian lainnya dengan menggunakan alat

---

<sup>3</sup> Muhamad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam: Pendekatan Kuantitatif*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), h. 162.

<sup>4</sup> *Ibid*, h. 174.

<sup>5</sup> Anwar Sanusi, *Metode Penelitian Bisnis*, (Jakarta: Salemba Empat, 2011), h. 101.

analisis statistik. Sedangkan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer adalah data yang pertama kali dicatat dan dikumpulkan oleh peneliti.<sup>6</sup> Data primer bersumber dari angket yang disebarakan kepada nasabah Bank BNI Syariah Cabang Medan yang menggunakan fasilitas *e-banking* kemudian data tersebut diolah oleh SPSS. Data sekunder adalah data yang diperoleh dari studi kepustakaan seperti buku, skripsi, jurnal, majalah serta sumber-sumber lain yang berkaitan dengan masalah penelitian.

#### **E. Tehnik dan Intrumen Pengumpulan Data**

Pengumpulan data dapat dilakukan dengan metode kuesioner (angket) dan cara dokumentasi. Metode kuesioner adalah suatu daftar yang berisi pertanyaan-pertanyaan untuk tujuan khusus yang memungkinkan seorang analis sistem untuk mengumpulkan data dan pendapat dari para responden yang telah dipilih.<sup>7</sup> Sedangkan cara dokumentasi adalah suatu kegiatan khusus berupa pengumpulan, pengolahan, penyimpanan, dan penyebarluasan suatu informasi. Dokumentasi yaitu semua kegiatan yang berkaitan dengan photo, dan penyimpanan photo.<sup>8</sup> Dokumentasi digunakan untuk memperoleh data tentang profil Bank BNI Syariah Cabang Medan. Adapun yang menjadi skala ukurannya adalah Skala Likert. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial.<sup>9</sup> Ada 5 tingkatan jawaban yang digunakan dalam pemberian skor dapat dilihat dari tabel 3.1 berikut ini:

---

<sup>6</sup> Sanusi, *Metodologi Penelitian Bisnis*, h. 104.

<sup>7</sup> Rahmani, *Metodologi Penelitian Ekonomi*, h. 53.

<sup>8</sup> *Ibid*, h. 56

**Tabel 3. 1**  
**Intrument Skala Likert**

No	Pernyataan	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Kurang Setuju (KS)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

#### **F. Definisi Operasional**

Untuk memberikan batasan penelitian dalam memudahkan penafsiran mengenai variabel-variabel yang digunakan, maka diperlukan penjabaran defenisi operational variabel, yakni sebagai berikut:

- a. Variabel independen merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat).<sup>10</sup> Maka dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen (eksogen) yaitu :
  - 1) Faktor kemudahan operasional ( $X_1$ ). Kemudahan operasional adalah suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa teknologi informasi (TI) dapat dengan mudah dipahami. Kemudahan operasional akan mengurangi usaha (baik waktu dan tenaga) seseorang di dalam mempelajari TI.
  - 2) Faktor kenyamanan ( $X_2$ ). Kenyamanan merupakan nasabah merasa bahwa *e-banking* yang digunakan adalah fleksibel dalam hal waktu dan tempat sehingga memberikan kenyamanan kepada nasabah.
  - 3) Faktor ketersediaan fitur ( $X_3$ ). Ketersediaan fitur merupakan bahwa tersedianya hal apa saja yang dapat dilakukan oleh nasabah dengan

---

<sup>10</sup> Azhari Akmal Tarigan, et.al., *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*, (Medan: La Tansa Press, 2011), h. 57.

menggunakan *e-banking* baik itu fasilitas finansial maupun non finansial.

- b. Variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas.<sup>11</sup> Maka dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen/endogen adalah keputusan nasabah untuk menggunakan *e-banking* (Y). keputusan merupakan suatu pemecahan masalah sebagai suatu hukum situasi yang dilakukan melalui pemilihan satu alternatif dari berbagai alternatif.

Adapun indikator variabel pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

**Tabel 3.2**  
**Indikator Variabel**

No	Variabel	Indikator	Nomor Item-item Pertanyaan
1	Kemudahan Operasional	Kemudahan dalam transaksi	1 dan 2
		Sistem mudah dipahami	3
		Efisiensi waktu <sup>12</sup>	4
2	Kenyamanan	Kenyamanan dalam penggunaan	5
		Penggunaan yang fleksibel	6 dan 7
		Tidak terdapat antrian <sup>13</sup>	8
3	Ketersediaan fitur	Fitur dan layanan <i>e-banking</i> lengkap	9 dan 10
		Keberagaman layanan dan fitur transaksi	11
		Inovasi produk <sup>14</sup>	12

<sup>11</sup> *Ibid*, h. 57.

<sup>12</sup> F.D. Davis, *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology*, (MIS Quarterly, Vol.13, ISS.3, 1989), h. 318.

<sup>13</sup> W. C. Poon, *Users' Adoption of E-Banking Service*, (Journal of Business & Industrial Marketing, Vol.23, No.1, 2008), h. 157.



4	Keputusan nasabah	Pengenalan produk <i>e-banking</i>	13
		Keputusan menggunakan <i>e-banking</i>	14, 15, dan 16
		Perilaku setelah menggunakan <i>e-banking</i> <sup>15</sup>	17 an 18

### G. Tehnik Analisa Data

Analisis data adalah proses mengatur urutan data, mengorganisasikannya kedalam suatu pola, kategori dan satuan uraian dasar.<sup>16</sup> Analisis data yang digunakan untuk menjawab masalah-masalah dalam penelitian ini menggunakan beberapa uji statistik. Tehnik analisa data yang digunakan adalah regresi linier berganda. Sebelum melakukan pengujian regresi linier berganda terlebih dahulu dilakukan pengujian-pengujian sebagai berikut:

#### a. Uji Validitas dan Reliabilitas

Menurut Azwar dalam bukunya Nur Ahmadi Bi Rahmani bahwa validitas berasal dari kata *validity* yang mempunyai arti sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu instrumen pengukur (tes) dalam melakukan fungsi ukurnya. Suatu tes dikatakan memiliki validitas yang tinggi apabila alat tersebut menjalankan fungsi ukur secara tepat atau memberikan hasil ukur yang sesuai dengan maksud dilakukannya pengukuran tersebut. artinya hasil ukur dari pengukuran tersebut merupakan besaran yang mencerminkan secara tepat fakta atau keadaan sesungguhnya dari apa yang diukur. Untuk mengetahui tingkat

---

<sup>14</sup> Risma Afifah, *Pengaruh Manfaat, Kemudahan, Kepercayaan, Dan Ketersediaan Fitur Terhadap Penggunaan Mobile Banking Bank Syariah Mandiri*, (Skripsi, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2017), h. 40-41.

<sup>15</sup> Muamar Azizi, *Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan, Dan Risiko Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan E-Banking Pada PT. Bank BNI Syariah KC Yogyakarta*, (Skripsi, IAIN Salatiga, 2016), h. 62.

<sup>16</sup> Tarigan, et.al., *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*, h. 90.

kevalidan dan instrument kuesioner yang digunakan dalam pengumpulan data. Pengujian data dianggap valid apabila  $r_{hitung} > r_{tabel}$ .<sup>17</sup>

Uji reliabilitas adalah sejauh mana pengukuran dari suatu tes tetap konsisten setelah dilakukan berulang-ulang terhadap subjek dan dalam kondisi yang sama. Penelitian dianggap dapat diandalkan bila memberikan hasil yang konsisten untuk pengukuran yang sama. Tidak bisa diandalkan bila pengukuran yang berulang itu memberikan hasil yang berbeda-beda.<sup>18</sup>

Uji reliabilitas dimaksudkan untuk mengetahui adanya konsistensi kuesioner dalam penggunaannya, dengan menggunakan *Cronbach Alpha*. Instrument dapat dikatakan reliabel bila nilai alpha lebih besar dari r tabel. Atau kita bisa menggunakan batasan tertentu. Kurang dari 0,6 adalah kurang baik, sedangkan 0,7 dapat diterima dan diatas 0,8 adalah baik.<sup>19</sup>

**Tabel 3.3**

**Tingkat Reliabilitas Berdasarkan Nilai Alpha**

Alpha	Tingkat Reliabilitas
0,00 s.d 0,20	Kurang Reliabel
$\geq 0,20$ s.d 0,40	Agak Reliabel
$\geq 0,40$ s.d 0,60	Cukup Reliabel
$\geq 0,60$ s.d 0,80	Reliabel
$\geq 0,80$ s.d 1,00	Sangat Reliabel

**b. Uji Asumsi Klasik**

Uji asumsi klasik bertujuan untuk memperoleh model regresi yang menghasilkan estimator linear yang terbaik. Pengujian ini dimaksudkan untuk mendeteksi adanya penyimpangan asumsi klasik pada persamaan regresi berganda. Pemenuhan asumsi klasik ini dimaksudkan agar variabel bebas sebagai estimator atas variabel terikat tidak bias. Uji asumsi klasik terdiri dari:

<sup>17</sup> Rahmani, *Metodologi Penelitian Ekonomi*, h. 62.

<sup>18</sup> *Ibid*, h. 70.

<sup>19</sup> Dwi Priyanto, *Mandiri Belajar SPSS*, (Yogyakarta: Mediakom, 2008), h. 26.

### 1) Uji Normalitas

Uji normalitas adalah suatu jenis uji statistik untuk menentukan apakah sampel berdistribusi normal atau tidak. Pengujian ini sangat penting dilakukan mengingat seringnya penelitian yang menganggap atau berasumsi bahwa sampel yang diteliti berdistribusi normal sebelum melakukan pengolahan data pada suatu pengamatan sampel. Uji normalitas data dilakukan dengan melihat normal *probability plot* yang membandingkan distribusi kumulatif dari data yang sesungguhnya dengan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Distribusi normal akan membentuk garis lurus diagonal dan plotting data akan dibandingkan dengan garis diagonal. Jika distribusi data adalah normal, maka data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya.<sup>20</sup> Uji ini dilakukan dengan cara melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal atau grafik. Apabila data menyebar di sekitar diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Apabila data menyebar jauh dari garis diagonal dan atau tidak mengikuti arah garis diagonal maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas. Pengujian normalitas ini dapat dilakukan melalui analisis grafik dan analisis statistik.<sup>21</sup>

Selain dengan melihat kurva *p-plot*, uji normalitas dapat juga dilakukan dengan metode *kolmogorov smirnov*. Uji *kolmogorov smirnov* adalah uji beda antara data yang diuji normalitasnya dengan data normal baku. Seperti pada uji beda biasa, jika signifikansi di bawah 0,05 berarti terdapat perbedaan yang signifikan, dan jika signifikansi di atas 0,05 maka tidak terjadi perbedaan yang signifikan. Penerapan pada uji *kolmogorov smirnov* adalah bahwa jika signifikansi di bawah 0,05 berarti data yang akan diuji mempunyai perbedaan yang signifikan dengan data normal baku, berarti data tersebut tidak normal.

---

<sup>20</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, (Semarang: BP UNDIP, 2005), h. 26.

<sup>21</sup> *Ibid*, h. 27.

Dasar pengambilan keputusan:

- a) Jika probabilitas lebih besar dari 0,05 ( $> 0,05$ ) maka  $H_0$  diterima, yaitu variabel residual terdistribusi normal.
- b) Jika probabilitas lebih kecil dari 0,05 ( $< 0,05$ ) maka  $H_0$  ditolak, yaitu variabel residual tidak terdistribusi normal.<sup>22</sup>

## 2) Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas yaitu suatu pengujian yang digunakan untuk menguji terjadinya perbedaan varian residual dari suatu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik tidak terjadi heteroskedastisitas. Jika *Scatterplot* membentuk pola tertentu hal itu menunjukkan adanya masalah heteroskedastisitas pada model regresi yang dibentuk. Sedangkan jika *Scatterplot* menyebar secara acak di atas dan di bawah 0 pada sumbu Y maka hal itu menunjukkan tidak terjadinya masalah heteroskedastisitas pada model regresi yang dibentuk jelas, serta titik-titik menyebar maka tidak terjadi heteroskedastisitas.<sup>23</sup>

Selain dengan melihat gambar *scatterplot*, uji heteroskedastisitas dapat dilakukan juga dengan uji *glejser*. Uji *glejser* mengusulkan untuk meregresikan nilai *absolute residual* yang diperoleh atas variabel bebas. Adapun prosedur pengujiannya adalah dengan cara meregresi nilai *absolute residual* terhadap variabel dependen *undstandardized residual* sebagai variabel dependen, sedangkan variabel independennya adalah variabel  $X_1, X_2, X_3$ . Sedangkan dasar pengambilan keputusan adalah jika  $t_{test} > t_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak artinya dalam persamaan regresi tersebut terdapat heteroskedastisitas dan jika  $t_{test} < t_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima artinya dalam persamaan regresi tersebut tidak terdapat heteroskedastisitas.<sup>24</sup>

---

<sup>22</sup> Sugiono, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, (Semarang: BP UNDIP, 2008), h. 151-152.

<sup>23</sup> Suliyanto, *Ekonometrika Terapan*, (Yogyakarta : ANDI, 2003), h. 95.

<sup>24</sup> Anton Bawono, *Multivariate Analysis dengan SPSS*, (Salatiga: STAIN Salatiga Press, 2006), h. 141.

### 3) Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas ini bertujuan untuk menguji apakah ada keterkaitan atau korelasi antara sesama variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Untuk mendeteksi adanya multikolinearitas, dapat dilihat dari nilai *Tolerance* dan *Value Inflation Factor* (VIF). Untuk melihat nilai *tolerance*, apabila nilai *tolerance* > 0,10 maka tidak terjadi multikolinearitas. Sebaliknya, jika nilai *tolerance* < 0,10 maka terjadi multikolinearitas. Sedangkan untuk melihat nilai VIF, Apabila nilai VIF > 10, terjadi multikolinearitas. Sebaliknya, jika VIF < 10, tidak terjadi multikolinearitas.<sup>25</sup>

#### c. Uji Regresi Linear Berganda

Untuk mengetahui faktor-faktor yang berpengaruh secara simultan dan parsial terhadap keputusan nasabah menggunakan *elektronik banking*, maka analisis statistik yang digunakan adalah dengan menggunakan regresi linier berganda. Maka model persamaannya adalah sebagai berikut:

$$KN = a + b_1KO + b_2KY + b_3KF + \epsilon$$

Keterangan :

KN	= Keputusan nasabah menggunakan <i>e-banking</i>
A	= Konstanta
$b_1, b_2, b_3$	= Koefesien Regresi
KO	= Faktor Kemudahan Operasional
KY	= Faktor Kenyamanan
KF	= Faktor Ketersediaan Fitur
$\epsilon$	= Variabel Pengganggu

---

<sup>25</sup> *Ibid*, h. 90.

#### d. Uji Hipotesis

##### 1) Uji Koefisien Determinan Majemuk ( $R^2$ )

Koefisien determinan majemuk ( $R^2$ ) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat.<sup>26</sup> Digunakan untuk mengukur besarnya pengaruh atau pengaruh variabel bebas terhadap variasi naik turunnya variabel terikat. Nilai koefisien determinan berada antara 0 hingga 1. Koefisien determinan ( $R^2$ ) bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen menjelaskan variabel dependen. Dalam output SPSS, koefisien determinasi terletak pada tabel *Model Summary* dan tertulis *R Square*. Namun untuk regresi linier berganda sebaiknya menggunakan *R Square* yang sudah disesuaikan dengan jumlah variabel independen.<sup>27</sup>

##### 2) Uji Signifikan Individual (t)

Uji t digunakan untuk menunjukkan seberapa besar pengaruh variabel bebas secara individual terhadap variabel terikat. Apabila  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  maka  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak. Dan sebaliknya, apabila  $t_{hitung}$  lebih kecil dari  $t_{tabel}$  maka  $H_a$  ditolak dan  $H_o$  diterima. Kriteria pengambilan keputusan dapat disimpulkan sebagai berikut:

Ha diterima dan Ho ditolak jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$

Ha ditolak dan Ho diterima jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$

Dengan tingkat signifikansi 95% ( $\alpha = 5\%$ ), nilai df (*degree of freedom*) =  $n-k-1$ .<sup>28</sup>

##### 3) Uji Simultan (F)

Uji F ini bertujuan untuk mengetahui apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh bersama-sama atau simultan

---

<sup>26</sup> Kuncoro, *Metode Riset Bisnis dan Ekonomi*, h. 240.

<sup>27</sup> Dwi Priyanto, *5 Jam Belajar Olah Data dengan SPSS 17*, (Yogyakarta: ANDI, 2009), h. 64.

<sup>28</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*, (Semarang: BP UNDIP, ed. 8, cet. 8, 2016), h. 99.

terhadap variabel terikat. Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak. Apabila  $F_{hitung} < F_{tabel}$  maka  $H_a$  ditolak dan  $H_o$  diterima. Kriteria pengambilan keputusan dapat disimpulkan sebagai berikut :

Ha diterima dan Ho ditolak jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$

Ha ditolak dan Ho diterima jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$ <sup>29</sup>

Dengan tingkat signifikansi 95% ( $\alpha = 5\%$ ), nilai df (*degree of freedom*) =  $df1 = k-1$  dan  $df2 = n-k$ .<sup>30</sup>

---

<sup>29</sup> *Ibid*, h. 71.

<sup>30</sup> Rahmani, *Metodologi Penelitian Ekonomi*, h. 120.

## BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### A. Hasil Penelitian

#### 1. Gambaran Umum Perusahaan

Terpaan krisis moneter tahun 1997 membuktikan ketangguhan sistem perbankan syariah. Prinsip syariah dengan 3 (tiga) pilarnya yaitu adil transparan, dan maslahat mampu menjawab kebutuhan masyarakat terhadap sistem perbankan yang lebih adil. Dengan berlandaskan pada Undang-undang No. 10 Tahun 1998, pada tanggal 29 April 2000 didirikan Unit Usaha Syariah (UUS) BNI dengan 5 kantor cabang di Yogyakarta, Malang, Pekalongan, Jepara dan Banjarmasin. Selanjutnya UUS BNI ini terus berkembang menjadi 28 kantor cabang dan 31 kantor cabang pembantu. Disamping itu nasabah juga dapat menikmati layanan syariah di kantor cabang BNI Konvensional (*office Channeling*) dengan lebih kurang 1500 *outlet* yang tersebar di seluruh wilayah Indonesia. Di dalam pelaksanaan operasional perbankan, BNI Syariah tetap memperhatikan kepatuhan terhadap aspek syariah. Dengan Dewan Pengawas Syariah (DPS) yang saat ini diketuai oleh KH. Ma'ruf Amin, semua produk BNI Syariah telah melalui pengujian dari DPS sehingga telah memenuhi aturan syariah.

Berdasarkan Keputusan Gubernur Bank Indonesia Nomor 12/41/KEP.GBI/2010 tanggal 21 Mei 2010 mengenai pemberian izin usaha kepada PT Bank BNI Syariah dan di dalam *Corporate Plan* UUS BNI tahun 2003 ditetapkan bahwa status UUS bersifat temporer dan akan dilakukan *spin off* tahun 2009. Rencana tersebut terlaksana pada tanggal 19 Juni 2010 dengan beroperasinya BNI Syariah sebagai Bank Umum Syariah (BUS). Realisasi waktu *spin off* bulan Juni 2010 tidak terlepas dari faktor eksternal berupa aspek regulasi yang kondusif yaitu dengan diterbitkan UU No. 19 tahun 2008 tentang Surat Berharga Syariah Negara (SBSN) dan UU No. 21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah. Disamping itu, komitmen pemerintah terhadap pengembangan perbankan syariah semakin kuat dan kesadaran terhadap keunggulan produk perbankan syariah juga semakin meningkat. Pada Juni 2014 jumlah cabang BNI Syariah



mencapai 65 kantor cabang, 161 kantor cabang pembantu, 17 kantor kas, 22 mobil layanan gerak dan 20 *payment point*.

PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Medan merupakan cabang yang ke-11 dan didirikan pada tanggal 15 Agustus 2002 yang diresmikan oleh Agoest Soebhakti, Direktur Ritel Bank Negara Indonesia. PT Bank BNI Syariah adalah satu dari beberapa cara Bank BNI untuk melayani masyarakat yang menginginkan sistem perbankan yang berdasarkan prinsip syariah dalam rangka mewujudkan Bank BNI sebagai *Universal Banking*.

PT. Bank BNI Syariah merupakan unit tersendiri yang secara struktural tidak terpisahkan dengan unit-unit lain di Bank BNI dan bergerak khusus di perbankan syariah. Namun demikian dalam operasional pembukaannya sama sekali terpisah dengan Bank BNI yang melakukan kegiatan umum, tanpa mengurangi fasilitas pelayanan yang ada di Bank BNI.

Alasan pembukaan cabang syariah yaitu:

- a. Menyediakan layanan perbankan yang lengkap untuk mewujudkan BNI sebagai *Universal Banking*.
- b. Berdasarkan data Majelis Ulama Indonesia (MUI), sebanyak 30% masyarakat Indonesia menolak sistem bunga.
- c. Landasan operasional perbankan syariah sudah kuat.
- d. Berdasarkan hasil survei, respon dan kepercayaan masyarakat yang besar atas kehadiran Bank Syariah.

## **2. Produk BNI Syariah Cabang Medan**

Produk BNI Syariah dijalankan secara profesional dan sesuai prinsip syariah di bawah pengawasan Dewan Pengawas Syariah (DPS) dan Bank Indonesia (BI). Adapun produk yang disediakan oleh BNI Syariah antara lain sebagai berikut:

### **a. Produk Pendanaan**

#### **1) Tabungan iB Haji Hasanah**

Tabungan iB Haji Hasanah adalah tabungan investasi dana untuk perencanaan haji yang dikelola berdasarkan prinsip syariah dengan

akad mudharabah dengan sistem setoran bebas atau bulanan, dan bermanfaat sebagai sarana pembayaran Biaya Penyelenggaraan Ibadah Haji (BPIH).

## **2) Tabungan iB Hasanah**

Tabungan iB Hasanah adalah tabungan investasi dana yang dikelola berdasarkan prinsip syariah dengan akad mudharabah atau simpanan dana yang menggunakan akad wadiah.

## **3) Tabungan iB Prima Hasanah**

Tabungan iB Prima Hasanah adalah tabungan investasi dana yang dikelola berdasarkan prinsip syariah dengan akad mudharabah dan memberikan berbagai fasilitas serta kemudahan bagi nasabah segmen *high networth* individual secara perorangan dalam mata uang Rupiah dan bagi hasil yang kompetitif.

## **4) Tabungan iB Tapanas Hasanah**

Tabungan iB Tapanas Hasanah adalah tabungan berjangka yang dikelola berdasarkan prinsip mudharabah untuk membantu perencanaan masa depan nasabah yang dilengkapi dengan asuransi jiwa bebas premi.

## **5) Tabungan iB Bisnis Hasanah**

Tabungan iB Bisnis Hasanah adalah tabungan dengan prinsip mudharabah untuk usaha kecil atau usaha perorangan dengan mutasi rekening yang lebih detail dalam buku tabungan dilengkapi dengan kartu ATM *gold* dan fasilitas *executive lounge*.

## **6) TabunganKU iB**

TabunganKU iB adalah produk simpanan dana dari Bank Indonesia yang dikelola sesuai dengan prinsip syariah dengan akad wadiah dalam mata uang Rupiah untuk meningkatkan kesadaran menabung.

## **7) Deposito iB Hasanah**

Deposito iB Hasanah (BNI Syariah Deposito) adalah investasi berjangka yang dikelola berdasarkan prinsip syariah yang ditujukan

bagi nasabah perorangan dan perusahaan, dengan menggunakan prinsip mudharabah.

#### **8) Giro iB Hasanah**

Giro iB Hasanah adalah titipan dana dari pihak ketiga yang dikelola berdasarkan prinsip syariah dengan akad wadiah yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan Cek, Bilyet Giro, sarana perintah pembayaran lainnya atau dengan pemindahbukuan.

### **b. Produk Pembiayaan**

#### **1) Flexi Syariah**

Flexi Syariah fasilitas pembiayaan konsumtif bagi pegawai atau karyawan perusahaan/lembaga/instansi yang bekerja sama dengan BNI Syariah dengan *flexi income* yang diberikan atas dasar akad murabahah (jual beli) untuk pembelian barang, misalnya emas, kendaraan, barang elektronik, dll. ai.

#### **2) iB Hasanah Card**

iB Hasanah Card adalah kartu pembiayaan yang berfungsi seperti kartu kredit berdasarkan prinsip syariah yaitu dengan sistem perhitungan biaya bersifat *fix*, adil, transparan, dan kompetitif tanpa perhitungan bunga.

#### **3) Pembiayaan Griya iB Hasanah**

Fasilitas pembiayaan konsumtif dengan akad murabahah (jual beli) untuk membeli, membangun, merenovasi rumah/ruko ataupun untuk membeli Kapling Siap Bangun (KSB) dengan sistem angsuran tetap hingga akhir masa pembiayaan sehingga memudahkan nasabah mengelola keuangannya.

#### **4) Pembiayaan Haji iB Hasanah**

Fasilitas pengurusan pendaftaran ibadah haji melalui penyediaan talangan setoran awal untuk mendapatkan nomor porsi sesuai Biaya

Penyelenggaraan Ibadah Haji (BPIH) yang diatur Kementerian Agama dengan menggunakan akad ijarah.

**5) Rahn Emas iB Hasanah**

Rahn Emas iB Hasanah diperuntukkan bagi nasabah yang membutuhkan dana cepat dengan sistem penjaminan berupa emas di dukung administrasi dan proses persetujuan yang mudah.

**6) Multijasa iB Hasanah**

Multijasa iB Hasanah merupakan fasilitas pembiayaan dengan prinsip ijarah diberikan kepada individu untuk kebutuhan jasa dengan jaminan *fixed asset* atau kendaraan bermotor.

**7) Multiguna iB Hasanah**

Fasilitas pembiayaan konsumtif bagi karyawan perusahaan/lembaga/instansi atau profesional berlandaskan akad murabahah untuk pembelian barang dengan agunan berupa *fixed asset*.

**8) CCF iB Hasanah**

CCF iB Hasanah adalah pembiayaan yang dijamin dengan *cash*, yaitu dijamin dengan simpanan dalam bentuk deposito, giro, dan tabungan yang diterbitkan BNI Syariah.

**9) Wirausaha iB Hasanah**

Fasilitas pembiayaan produktif berlandaskan akad murabahah, musyarakah atau mudharabah yang dianjurkan untuk memenuhi kebutuhan pembiayaan usaha produktif (modal kerja dan investasi) bagi UKM (Usaha Kecil Menengah) sesuai prinsip syariah.

**10) Tunas Usaha iB Hasanah**

Fasilitas pembiayaan modal kerja atau investasi berlandaskan akad murabahah yang diberikan untuk usaha produktif yang *feasible* namun belum *bankable* dengan prinsip syariah.

**11) Linkage Program iB Hasanah**

Fasilitas pembiayaan dimana BNI Syariah sebagai pemilik dana menyalurkan pembiayaan dengan pola *executing* kepada Lembaga Keuangan Syariah (LKS),(BMT,BPRS,KJKS,dll) untuk diteruskan ke

*end user* (pengusaha mikro, kecil, dan menengah syariah). Kerja sama dengan LKS dapat dilakukan secara langsung ataupun melalui lembaga pendamping.

#### **12) Kopkar/Kopeg iB Hasanah**

Fasilitas pembiayaan mudharabah produktif dimana BNI Syariah sebagai pemilik dana menyalurkan pembiayaan dengan pola *executing* kepada koperasi karyawan (kopkar) atau koperasi pegawai (kopeg) untuk disalurkan secara prinsip syariah ke *end user* atau pegawai.

#### **13) Usaha Kecil iB Hasanah**

Fasilitas pembiayaan syariah berlandaskan akad murabahah, musyarakah, mudharabah yang digunakan untuk tujuan produktif berdasarkan prinsip-prinsip syariah.

#### **14) Usaha Besar iB Hasanah**

Fasilitas pembiayaan syariah yang digunakan untuk tujuan produktif kepada pengusaha berbadan hukum skala menengah dan besar dalam mata uang Rupiah maupun valas.

#### **15) Sindikasi iB Hasanah**

Pembiayaan yang diberikan oleh dua atau lebih lembaga keuangan untuk membiayai suatu proyek atau usaha dengan syarat-syarat dan ketentuan yang sama, menggunakan dokumen yang sama dan di administrasikan oleh agen yang sama pula.

#### **16) Multifinance iB Hasanah**

Penyaluran pembiayaan langsung dengan pola *executing* kepada multifinance untuk usahanya di bidang perusahaan pembiayaan sesuai dengan prinsip syariah.

### **c. Produk Jasa dan Layanan**

#### **1) Payroll Gaji**

Payroll Gaji adalah layanan pembayaran gaji yang dilakukan oleh BNI Syariah atas dasar perintah dari perusahaan pembayar gaji untuk mendebet rekeningnya ke rekening karyawan.

## 2) Cash Management

*Cash Management* adalah jasa pengelolaan seluruh rekening seperti *corporate internet banking* yang dapat digunakan oleh perusahaan/lembaga/instansi.

## 3) Payment Center

*Payment Center* adalah kerja sama BNI Syariah dengan perusahaan dalam hal jasa penerimaan pembiayaan untuk kepentingan perusahaan. Jasa ini dapat digunakan untuk penerimaan pembayaran uang kuliah atau tagihan listrik dan sebagainya.

### 3. Gambaran Umum Responden

Gambaran umum pada penelitian ini meliputi usia responden, jenis kelamin responden, pendidikan terakhir responden, pekerjaan responden, pendapatan per bulan responden, perangkat yang biasa digunakan responden untuk mengakses *e-banking*, dan jenis *e-banking* yang digunakan responden.

Dalam pelaksanaan penelitian ini, ditetapkan sebesar 100 responden, dimana dari 100 kuesioner yang dibagikan kepada responden, semua kuesioner telah dikembalikan dan semuanya dapat diolah lebih lanjut. Oleh karena itulah akan disajikan deskripsi karakteristik responden yaitu sebagai berikut:

#### a. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Karakteristik responden berdasarkan usia meliputi usia 20-25 tahun, usia 26-30 tahun, usia 31-35 tahun, usia 36-40 tahun, dan usia >40 tahun. Berdasarkan tabel 4.1 terlihat bahwa dari 100 responden, diantaranya terdiri dari responden yang berusia >40 sebanyak 9 responden atau 9%, usia 36-40 tahun sebanyak 15 responden atau 15%, usia 20-25 tahun sebanyak 18 responden atau 18%, usia 26-30 tahun sebanyak 27 responden atau 27%, dan sisanya didominasi oleh responden yang berusia 31-35 tahun sebanyak 31 responden atau 31%.

**Tabel 4.1**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

<b>Keterangan</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persentase</b>
20-25 Tahun	18	18%
26-30 Tahun	27	27%
31-35 Tahun	31	31%
36-40 Tahun	15	15%
>40 Tahun	9	9%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

**b. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

Karakteristik responden Berdasarkan jenis kelamin meliputi pria dan wanita. Berdasarkan 4.2 menyatakan bahwa dari 100 responden didominasi oleh pria, yaitu sebanyak 51 responden atau setara dengan 51%, sedangkan jumlah responden wanita sebanyak 49 responden atau setara dengan 49%.

**Tabel 4.2**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

<b>Keterangan</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persentase</b>
Pria	51	51%
Wanita	49	49%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

**c. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir**

Karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir meliputi SMA, Akademisi/Diploma, dan Sarjana/Pascasarjana. Berdasarkan tabel 4.3 menyatakan bahwa dari 100 responden didominasi oleh responden yang tingkat pendidikan terakhirnya sarjana/pascasarjana yang berjumlah 78 orang atau setara dengan 78%, sedangkan responden dengan tingkat pendidikan SMA sebanyak 16 orang atau setara dengan 16% dan responden dengan tingkat pendidikan akademisi/diploma sebanyak 6 orang atau setara dengan 6%.

**Tabel 4.3**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir**

<b>Keterangan</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persentase</b>
SMA	16	16%
Akademisi/Diploma	6	6%
Sarjana/Pascasarjana	78	78%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

**d. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan**

Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan meliputi pegawai swasta, pegawai negeri, pegawai BUMN, wiraswasta (pengusaha), mahasiswa, dan lain-lain. Berdasarkan tabel 4.4 menyatakan bahwa dari 100 responden di dominasi oleh responden yang berprofesi sebagai pegawai BUMN sebanyak 38 orang atau setara dengan 38%, sedangkan jumlah responden yang berprofesi sebagai pegawai swasta sebanyak 31 orang 31%, responden yang berprofesi sebagai mahasiswa sebanyak 13 orang atau 13%, responden yang berprofesi sebagai wiraswasta(pengusaha) sebanyak 8 orang atau 8%, responden yang berprofesi sebagai pegawai negeri sebanyak 5 orang atau 5%, dan responden yang berprofesi lain-lain sebanyak 5 orang atau 5%.

**Tabel 4.4**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan**

<b>Keterangan</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persentase</b>
<b>Pegawai Swasta</b>	<b>31</b>	<b>31%</b>
<b>Pegawai Negeri</b>	<b>5</b>	<b>5%</b>
<b>Pegawai BUMN</b>	<b>38</b>	<b>38%</b>
<b>Wiraswasta(Pengusaha)</b>	<b>8</b>	<b>8%</b>
<b>Mahasiswa</b>	<b>13</b>	<b>13%</b>
<b>Lain-lain</b>	<b>5</b>	<b>5%</b>
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>



**e. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan**

Karakteristik responden menurut pendapatan per bulan meliputi Rp. 1.000.000 – Rp. 3.000.000, Rp. 3.500.000 – Rp. 5.000.000, Rp. 5.500.000 – Rp. 8.000.000, Rp. 8.500.000 – Rp. 10.000.000, dan > Rp. 10.000.000. Berdasarkan tabel 4.5 menyatakan bahwa dari 100 responden, diantaranya terdiri dari responden dengan pendapatan Rp. 3.500.000 – Rp. 5.000.000 sebanyak 46 orang atau setara dengan 46%, responden dengan pendapatan Rp. 1.000.000 – Rp. 3.000.000 sebanyak 36 orang atau 36%, responden dengan pendapatan Rp. 5.500.000 – Rp. 8.000.000 sebanyak 11 orang atau 11%, responden dengan pendapatan Rp. 8.500.000 – Rp. 10.000.000 sebanyak 5 orang atau 5%, dan responden dengan pendapatan > Rp. 10.000.000.

**Tabel 4.5**

**Pendapatan Per Bulan Responden**

<b>Pendidikan Terakhir</b>		
<b>Keterangan</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persentase</b>
<b>Rp. 1.000.000 – Rp. 3.000.000</b>	36	36%
<b>Rp. 3.500.000 – Rp. 5.000.000</b>	46	46%
<b>Rp. 5.500.000 – Rp. 8.000.000</b>	11	11%
<b>Rp. 8.500.000 – Rp. 10.000.000</b>	5	5%
<b>&gt; Rp. 10.000.000</b>	2	2%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

**f. Karakteristik Responden Berdasarkan Perangkat Yang Biasa Digunakan Untuk Mengakses E-Banking**

Karakteristik responden menurut perangkat yang biasa digunakan untuk mengakses e-banking meliputi perangkat labtop, tab, *smartphone*, dan komputer. Berdasarkan tabel 4.6, terlihat bahwa dari 100 responden, perangkat yang biasa digunakan untuk mengakses e-banking didominasi oleh responden yang menggunakan perangkat *smartphone* sebanyak 93 orang atau 93%, sedangkan responden yang menggunakan perangkat labtop sebanyak 5 orang atau 5%,

responden yang menggunakan perangkat tab sebanyak 1 orang atau 1%, dan responden yang menggunakan perangkat komputer sebanyak 1 orang atau 1%.

**Tabel 4.6**

**Karakteristik Responden Berdasarkan Perangkat Yang Biasa Digunakan Untuk Mengakses *E-Banking***

<b>Perangkat Yang Biasa Digunakan Untuk Mengakses <i>E-Banking</i></b>		
<b>Keterangan</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persentase</b>
<b>Labtop</b>	5	5%
<b>Tab</b>	1	1%
<b>Smartphone</b>	93	93%
<b>Komputer</b>	1	1%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

**g. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis *E-Banking* Yang Digunakan**

Karakteristik responden berdasarkan jenis *e-banking* yang digunakan meliputi *mobile banking*, *internet banking*, dan *SMS banking*. Adapun data *E-Banking* Yang Digunakan responden dapat dilihat pada tabel 4.7.

Berdasarkan tabel 4.7, jenis *e-banking* yang dominan digunakan adalah *mobile banking*, yaitu sebanyak 63 responden atau 63%. Sedangkan responden yang menggunakan *sms banking* sebanyak 31 orang atau 31%, dan responden yang menggunakan *internet banking* sebanyak 6 orang atau 6%.

**Tabel 4.7**

**Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis *E-Banking* Yang Digunakan**

<b>Jenis <i>E-Banking</i> Yang Digunakan</b>		
<b>Keterangan</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persentase</b>
<b><i>Mobile Banking</i></b>	63	63%
<b><i>Internet Banking</i></b>	6	6%
<b><i>SMS Banking</i></b>	31	31%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

#### 4. Deskripsi Variabel

Penelitian ini menggunakan variabel independen yaitu kemudahan operasional ( $X_1$ ), kenyamanan ( $X_2$ ), dan ketersediaan fitur ( $X_3$ ). Sedangkan keputusan nasabah ( $Y$ ) adalah sebagai variabel dependennya. Untuk melihat tanggapan responden terhadap indikator-indikatornya, disajikan dalam uraian berikut:

##### a. Deskripsi Variabel Kemudahan Operasional ( $X_1$ )

Analisis deskripsi jawaban responden tentang variabel kemudahan operasional ( $X_1$ ) didasarkan pada jawaban responden atas pernyataan-pernyataan yang terdapat pada kuesioner yang disebar.

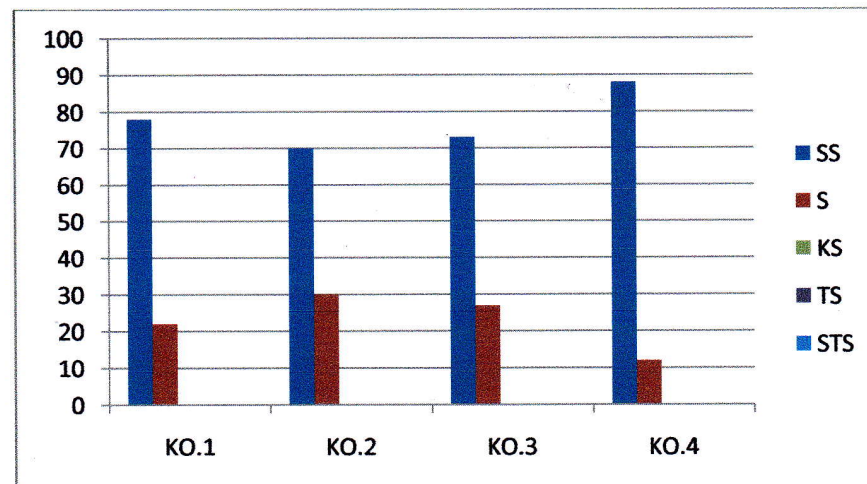
Pada tabel 4.8 dan gambar 4.1 menunjukkan bahwa tanggapan responden terhadap variabel kemudahan operasional ( $X_1$ ) didominasi oleh jawaban responden sangat setuju dengan total sebanyak 309 atau 309%, diikuti oleh jawaban responden setuju dengan total 91 atau 91%, dan tidak ada jawaban responden pada pernyataan kurang setuju, tidak setuju, serta sangat tidak setuju. Hasil tanggapan responden dapat dijabarkan sebagai berikut:

**Tabel 4.8**

#### Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kemudahan Operasional ( $X_1$ )

No	Pernyataan	Jawaban Responden									
		SS		S		KS		TS		STS	
		$\Sigma$	%	$\Sigma$	%	$\Sigma$	%	$\Sigma$	%	$\Sigma$	%
1	KO.1	78	78%	22	22%	0	0%	0	0%	0	0%
2	KO.2	70	70%	30	30%	0	0%	0	0%	0	0%
3	KO.3	73	73%	27	27%	0	0%	0	0%	0	0%
4	KO.4	88	88%	12	12%	0	0%	0	0%	0	0%
<b>Total</b>		309	309%	91	91%	0	0%	0	0%	0	0%

**Gambar 4.1**  
**Grafik Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kemudahan Operasional**  
**(X<sub>1</sub>)**



Pada pernyataan pertama (KO.1) yaitu kemudahan *e-banking* dalam menyelesaikan transaksi perbankan, sebanyak 78 responden menjawab sangat setuju dengan tingkat persentase sebesar 78%, sebanyak 22 responden menjawab setuju dengan tingkat persentase sebesar 22%, dan tidak ada responden yang menjawab kurang setuju, tidak setuju, dan sangat tidak setuju.

Pada pernyataan kedua (KO.2) yaitu kemudahan *login* aplikasi *e-banking*, sebanyak 70 responden menjawab sangat setuju dengan tingkat persentase sebesar 70%, sebanyak 30 responden menjawab setuju dengan tingkat persentase sebesar 30%, dan tidak ada responden yang menjawab kurang setuju, tidak setuju, dan sangat tidak setuju.

Pada pernyataan ketiga (KO.3) yaitu pemahaman sistem *e-banking* yang mudah, sebanyak 73 responden menjawab sangat setuju dengan tingkat persentase sebesar 73%, sebanyak 27 responden menjawab setuju dengan tingkat persentase sebesar 27%, dan tidak ada responden yang menjawab kurang setuju, tidak setuju, dan sangat tidak setuju.

Pada pernyataan keempat (KO.4) yaitu *e-banking* menghemat waktu, sebanyak 88 responden menjawab sangat setuju dengan tingkat persentase sebesar 88%, sebanyak 12 responden menjawab setuju dengan tingkat persentase sebesar

12%, dan tidak ada responden yang menjawab kurang setuju, tidak setuju, dan sangat tidak setuju.

### b. Deskripsi Variabel Kenyamanan ( $X_2$ )

Analisis deskripsi jawaban responden tentang variabel kenyamanan ( $X_2$ ) didasarkan pada jawaban responden atas pernyataan-pernyataan yang terdapat pada kuesioner yang disebar.

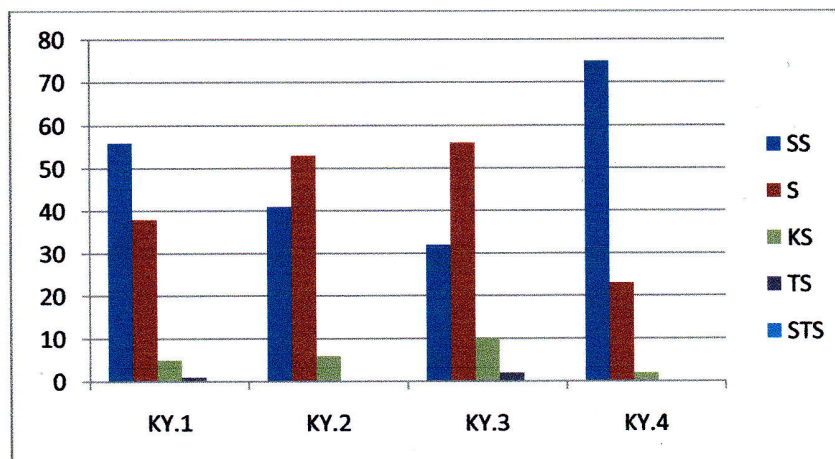
Pada tabel 4.9 dan gambar 4.2 menunjukkan bahwa tanggapan responden terhadap variabel kenyamanan ( $X_2$ ) didominasi oleh jawaban sangat setuju dengan jumlah 204 atau 204%, diikuti oleh jawaban responden setuju dengan total 170 atau 170%, jawaban responden kurang setuju dengan total 23 atau 23%, jawaban responden dengan total 3 atau 3% tidak setuju, dan tidak ada jawaban responden pada pernyataan sangat tidak setuju. Hasil tanggapan responden dapat dijabarkan sebagai berikut:

**Tabel 4.9**

**Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kenyamanan ( $X_2$ )**

No	Pernyataan	Jawaban Responden									
		SS		S		KS		TS		STS	
		$\Sigma$	%	$\Sigma$	%	$\Sigma$	%	$\Sigma$	%	$\Sigma$	%
1	KY.1	56	56%	38	38%	5	5%	1	1%	0	0%
2	KY.2	41	41%	53	53%	6	6%	0	0%	0	0%
3	KY.3	32	32%	56	56%	10	10%	2	2%	0	0%
4	KY.4	75	75%	23	23%	2	2%	0	0%	0	0%
<b>Total</b>		204	204%	170	170%	23	23%	3	3%	0	0%

**Gambar 4. 2**  
**Grafik Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kenyamanan (X<sub>2</sub>)**



Pada pernyataan pertama (KY.1) yaitu kenyamanan menggunakan *e-banking*, sebanyak 56 responden menjawab sangat setuju dengan tingkat persentase sebesar 56%, sebanyak 38 responden menjawab setuju dengan tingkat persentase sebesar 38%, sebanyak 5 responden menjawab kurang setuju dengan tingkat persentase sebesar 5%, sebanyak 1 responden menjawab tidak setuju dengan tingkat persentase sebesar 1%, dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju.

Pada pernyataan kedua (KY.2) yaitu *e-banking* dapat diakses dimana saja dan kapan saja, sebanyak 41 responden menjawab sangat setuju dengan tingkat persentase sebesar 41%, sebanyak 53 responden menjawab setuju dengan tingkat persentase sebesar 53%, sebanyak 6 responden menjawab kurang setuju dengan tingkat persentase sebesar 6%, dan tidak ada responden yang menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Pada pernyataan ketiga (KY.3) yaitu sistem *e-banking* fleksibel dalam penggunaan, sebanyak 32 responden menjawab sangat setuju dengan tingkat persentase sebesar 32%, sebanyak 56 responden menjawab setuju dengan tingkat persentase sebesar 56%, sebanyak 10 responden menjawab kurang setuju dengan tingkat persentase sebesar 10%, sebanyak 2 responden menjawab tidak setuju

dengan tingkat persentase 2%, dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju.

Pada pernyataan keempat (KY.4) yaitu tidak terdapat antrian saat mengakses *e-banking*, sebanyak 75 responden menjawab sangat setuju dengan tingkat persentase sebesar 75%, sebanyak 23 responden menjawab setuju dengan tingkat persentase sebesar 23%, sebanyak 2 responden menjawab kurang setuju dengan tingkat persentase sebesar 2%, dan tidak ada responden yang menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju.

### c. Deskripsi Variabel Ketersediaan Fitur ( $X_3$ )

Analisis deskripsi jawaban responden tentang variabel ketersediaan fitur ( $X_3$ ) didasarkan pada jawaban responden atas pernyataan-pernyataan yang terdapat pada kuesioner yang disebar.

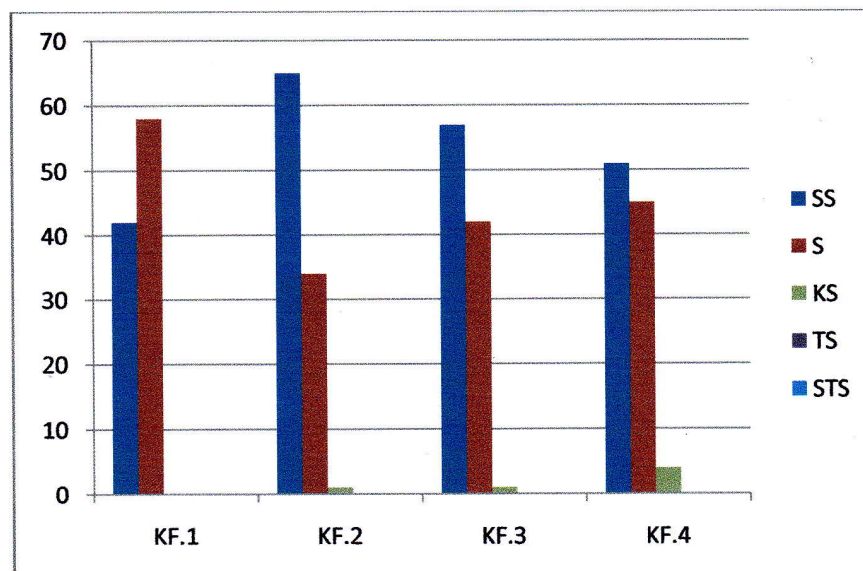
Pada tabel 4.10 dan gambar 4.3 menunjukkan bahwa tanggapan responden terhadap variabel ketersediaan fitur ( $X_3$ ) didominasi oleh jawaban responden sangat setuju dengan total 215 atau 215%, diikuti oleh jawaban responden setuju dengan total 179 atau 179%, jawaban responden kurang setuju dengan total 6 atau 6% dan tidak ada jawaban responden terhadap pernyataan tidak setuju, serta sangat tidak setuju. Hasil tanggapan responden dapat dijabarkan sebagai berikut:

**Tabel 4.10**

#### **Tanggapan Responden Terhadap Variabel Ketersediaan Fitur ( $X_3$ )**

No	Pernyataan	Jawaban Responden									
		SS		S		KS		TS		STS	
		$\Sigma$	%	$\Sigma$	%	$\Sigma$	%	$\Sigma$	%	$\Sigma$	%
1	KF.1	42	42%	58	58%	0	0%	0	0%	0	0%
2	KF.2	65	65%	34	34%	1	1%	0	0%	0	0%
3	KF.3	57	57%	42	42%	1	1%	0	0%	0	0%
4	KF.4	51	51%	45	45%	4	4%	0	0%	0	0%
<b>Total</b>		215	215%	179	179%	6	6%	0	0%	0	0%

Gambar 4.3

Grafik Tanggapan Responden Terhadap Variabel Ketersediaan Fitur (X<sub>3</sub>)

Pada pernyataan pertama (KF.1) yaitu fitur *e-banking* lengkap, sebanyak 42 responden menjawab sangat setuju dengan tingkat persentase sebesar 42%, sebanyak 58 responden menjawab setuju dengan tingkat persentase sebesar 58%, dan tidak ada responden yang menjawab kurang setuju, tidak setuju, dan sangat tidak setuju.

Pada pernyataan kedua (KF.2) yaitu *e-banking* menyediakan beragam layanan transfer pembayaran *utilitas publik*, sebanyak 65 responden menjawab sangat setuju dengan tingkat persentase sebesar 65%, sebanyak 34 responden menjawab setuju dengan tingkat persentase sebesar 34%, sebanyak 1 responden menjawab kurang setuju dengan tingkat persentase sebesar 1%, dan tidak ada responden yang menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Pada pernyataan ketiga (KF.3) yaitu *e-banking* menyediakan layanan fitur transaksi dalam hal informasi saldo dan mutasi rekening, sebanyak 57 responden menjawab sangat setuju dengan tingkat persentase sebesar 57%, sebanyak 42 responden menjawab setuju dengan tingkat persentase sebesar 42%, sebanyak 1 responden menjawab kurang setuju dengan tingkat persentase sebesar 1%, dan tidak ada responden yang menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju.



Pada pernyataan keempat (KF.4) yaitu inovasi produk *e-banking*, sebanyak 51 responden menjawab sangat setuju dengan tingkat persentase sebesar 51%, sebanyak 45 responden menjawab setuju dengan tingkat persentase sebesar 45%, sebanyak 4 responden menjawab kurang setuju dengan tingkat persentase sebesar 4%, dan tidak ada responden yang menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju.

#### d. Deskripsi Variabel Keputusan Nasabah (Y)

Analisis deskripsi jawaban responden tentang variabel keputusan nasabah (Y) didasarkan pada jawaban responden atas pernyataan-pernyataan yang terdapat pada kusioner yang disebar.

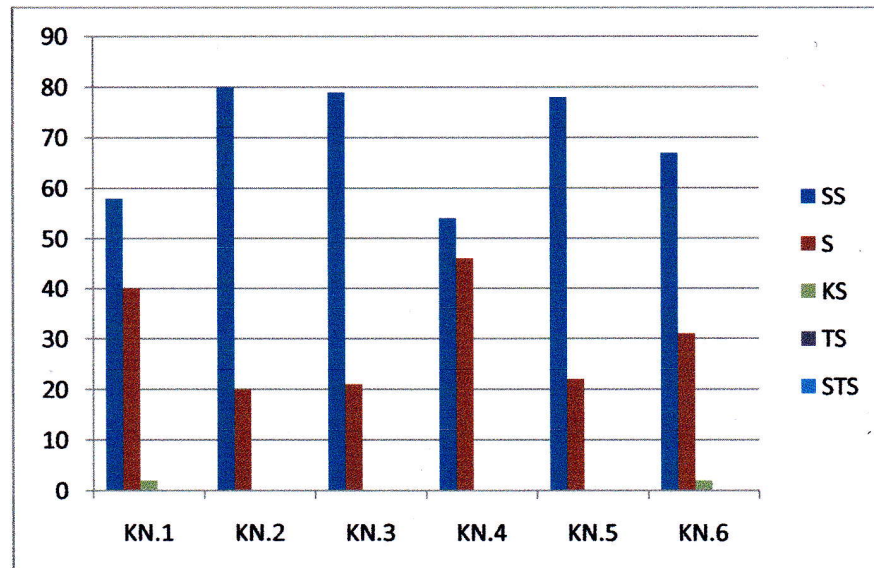
Pada tabel 4.11 dan gambar 4.1 menunjukkan bahwa tanggapan responden terhadap variabel keputusan nasabah (Y) didominasi oleh jawaban responden sangat setuju dengan total 416 atau 416%, diikuti oleh jawaban responden setuju dengan total 180 atau 180%, jawaban responden kurang setuju dengan total 4 atau 4% dan tidak ada jawaban responden terhadap pernyataan tidak setuju, serta sangat tidak setuju. Hasil tanggapan responden dapat dijabarkan sebagai berikut:

**Tabel 4.11**

**Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Nasabah (Y)**

No	Pernyataan	Jawaban Responden									
		SS		S		KS		TS		STS	
		$\Sigma$	%	$\Sigma$	%	$\Sigma$	%	$\Sigma$	%	$\Sigma$	%
1	KN.1	58	58%	40	40%	2	2%	0	0%	0	0%
2	KN.2	80	80%	20	20%	0	0%	0	0%	0	0%
3	KN.3	79	79%	21	21%	0	0%	0	0%	0	0%
4	KN.4	54	54%	46	46%	0	0%	0	0%	0	0%
5	KN.5	78	78%	22	22%	0	0%	0	0%	0	0%
6	KN.6	67	67%	31	31%	2	2%	0	0%	0	0%
<b>Total</b>		416	416%	180	180%	4	4%	0	0%	0	0%

**Gambar 4.4**  
**Grafik Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Nasabah (Y)**



Pada pernyataan pertama (KN.1) yaitu nasabah mengetahui layanan *e-banking* dari karyawan BNI Syariah, sebanyak 58 responden menjawab sangat setuju dengan tingkat persentase sebesar 58%, sebanyak 40 responden menjawab setuju dengan tingkat persentase sebesar 40%, sebanyak 2 responden menjawab kurang setuju dengan tingkat persentase sebesar 2%, dan tidak ada responden yang menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Pada pernyataan kedua (KN.2) yaitu pengambilan keputusan secara sadar dan rasional memilih produk *e-banking*, sebanyak 80 responden menjawab sangat setuju dengan tingkat persentase sebesar 80%, sebanyak 20 responden menjawab setuju dengan tingkat persentase sebesar 20%, dan tidak ada responden yang menjawab kurang setuju, tidak setuju, dan sangat tidak setuju.

Pada pernyataan ketiga (KN.3) yaitu keputusan menggunakan *e-banking* karena sesuai dengan kebutuhan, sebanyak 79 responden menjawab sangat setuju dengan tingkat persentase sebesar 79%, sebanyak 21 responden menjawab setuju dengan tingkat persentase sebesar 21%, dan tidak ada responden yang menjawab kurang setuju, tidak setuju, dan sangat tidak setuju.

Pada pernyataan keempat (KN.4) yaitu nasabah menggunakan produk *e-banking* BNI Syariah karena memiliki keunggulan dibandingkan produk *e-banking* lainnya, sebanyak 54 responden menjawab sangat setuju dengan tingkat persentase sebesar 54%, sebanyak 46 responden menjawab setuju dengan tingkat persentase sebesar 46%, dan tidak ada responden yang menjawab kurang setuju, tidak setuju, dan sangat tidak setuju.

Pada pernyataan kelima (KN.5) yaitu nasabah merasa sudah tepat menjatuhkan pilihan untuk menggunakan *e-banking*, sebanyak 78 responden menjawab sangat setuju dengan tingkat persentase sebesar 78%, sebanyak 22 responden menjawab setuju dengan tingkat persentase sebesar 22%, dan tidak ada responden yang menjawab kurang setuju, tidak setuju, dan sangat tidak setuju.

Pada pernyataan kelima (KN.6) yaitu kepuasan nasabah atas fasilitas layanan yang didapatkan dari *e-banking*, sebanyak 67 responden menjawab sangat setuju dengan tingkat persentase sebesar 67%, sebanyak 31 responden menjawab setuju dengan tingkat persentase sebesar 31%, sebanyak 2 responden menjawab kurang setuju dengan tingkat persentase sebesar 2%, dan tidak ada responden yang menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju.

## **B. Uji Kuesioner**

### **1. Uji Validitas**

Uji validitas digunakan untuk mengetahui seberapa tepat suatu alat ukur mampu melakukan fungsi. Alat ukur yang dapat digunakan dalam pengujian validitas suatu kuesioner adalah angka hasil korelasi antara skor pernyataan dan skor keseluruhan pernyataan responden terhadap informasi dalam kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid apabila nilai  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$ . Selain itu, kriteria yang digunakan dalam menentukan valid tidaknya pernyataan-pernyataan yang digunakan dalam penelitian ini adalah tingkat kepercayaan 95% ( $\alpha = 5\%$ ), jumlah responden sebanyak 100 responden, dan dibandingkan dengan nilai  $r_{tabel} = 0,197$  yang didapat dari *degree of freedom* ( $df = n - 2$ ), dan hal ini  $n$  adalah jumlah sampel penelitian yaitu 100 responden. Perhitungan statistik dalam uji validitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan

bantuan program IBM SPSS Statistics Version 25. Berikut adalah hasil uji validitas dari variabel kemudahan operasional, variabel kenyamanan, variabel ketersediaan fitur dan variabel keputusan nasabah.

**a. Variabel Kemudahan Operasional ( $X_1$ )**

Adapun hasil uji validitas variabel kemudahan operasional ( $X_1$ ) dapat dilihat pada tabel 4.12 sebagai berikut:

**Tabel 4.12**

**Hasil Uji Validitas Variabel Kemudahan Operasional ( $X_1$ )**

Pernyataan	Nilai $r_{tabel}$	Nilai $r_{hitung}$	Keterangan
KO.1	0,197	0,763	Valid
KO.2	0,197	0,803	Valid
KO.3	0,197	0,859	Valid
KO.4	0,197	0,714	Valid

Sumber: Data diolah dengan IBM SPSS Statistics Version 25, 2018

Berdasarkan tabel 4.12 di atas maka analisis outputnya adalah sebagai berikut:

- 1) Pernyataan 1 dari variabel kemudahan operasional dengan nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  ( $0,763 > 0,197$ ) maka dinyatakan valid.
- 2) Pernyataan 2 dari variabel kemudahan operasional dengan nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  ( $0,803 > 0,197$ ) maka dinyatakan valid.
- 3) Pernyataan 3 dari variabel kemudahan operasional dengan nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  ( $0,859 > 0,197$ ) maka dinyatakan valid.
- 4) Pernyataan 4 dari variabel kemudahan operasional dengan nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  ( $0,714 > 0,197$ ) maka dinyatakan valid.

Kesimpulannya bahwa variabel kemudahan operasional memiliki kriteria valid untuk semua item pernyataan berdasarkan  $r_{hitung}$  lebih besar dari 0,197.

**b. Variabel Kenyamanan ( $X_2$ )**

Adapun hasil uji validitas variabel kenyamanan ( $X_2$ ) dapat dilihat pada tabel 4.13 sebagai berikut:

**Tabel 4.13**  
**Hasil Uji Validitas Variabel Kenyamanan ( $X_2$ )**

Pernyataan	Nilai $r_{tabel}$	Nilai $r_{hitung}$	Keterangan
KY.1	0,197	0,753	Valid
KY.2	0,197	0,656	Valid
KY.3	0,197	0,769	Valid
KY.4	0,197	0,803	Valid

Sumber: Data diolah dengan IBM SPSS Statistics Version 25, 2018

Berdasarkan tabel 4.13 di atas maka analisis outputnya adalah sebagai berikut:

- 1) Pernyataan 1 dari variabel kenyamanan dengan nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  ( $0,753 > 0,197$ ) maka dinyatakan valid.
- 2) Pernyataan 2 dari variabel kenyamanan dengan nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  ( $0,656 > 0,197$ ) maka dinyatakan valid.
- 3) Pernyataan 3 dari variabel kenyamanan dengan nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  ( $0,769 > 0,197$ ) maka dinyatakan valid.
- 4) Pernyataan 4 dari variabel kenyamanan dengan nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  ( $0,803 > 0,197$ ) maka dinyatakan valid.

Kesimpulannya bahwa variabel kenyamanan memiliki kriteria valid untuk semua item pernyataan berdasarkan  $r_{hitung}$  lebih besar dari 0,197.

**c. Variabel Ketersediaan Fitur ( $X_3$ )**

Adapun hasil uji validitas variabel ketersediaan fitur ( $X_3$ ) dapat dilihat pada tabel 4.14 sebagai berikut:

**Tabel 4.14**  
**Hasil Uji Validitas Variabel Ketersediaan Fitur (X<sub>3</sub>)**

Pernyataan	Nilai $r_{\text{tabel}}$	Nilai $r_{\text{hitung}}$	Keterangan
KF.1	0,197	0,602	Valid
KF.2	0,197	0,729	Valid
KF.3	0,197	0,792	Valid
KF.4	0,197	0,813	Valid

Sumber: Data diolah dengan IBM SPSS Statistics Version 25, 2018

Berdasarkan tabel 4.14 di atas maka analisis outputnya adalah sebagai berikut:

- 1) Pernyataan 1 dari variabel ketersediaan fitur dengan nilai  $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$  ( $0,602 > 0,197$ ) maka dinyatakan valid.
- 2) Pernyataan 2 dari variabel ketersediaan fitur dengan nilai  $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$  ( $0,729 > 0,197$ ) maka dinyatakan valid.
- 3) Pernyataan 3 dari variabel ketersediaan fitur dengan nilai  $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$  ( $0,792 > 0,197$ ) maka dinyatakan valid.
- 4) Pernyataan 4 dari variabel ketersediaan fitur dengan nilai  $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$  ( $0,813 > 0,197$ ) maka dinyatakan valid.

Kesimpulannya bahwa variabel ketersediaan fitur memiliki kriteria valid untuk semua item pernyataan berdasarkan  $r_{\text{hitung}}$  lebih besar dari 0,197.

#### **d. Variabel Keputusan Nasabah (Y)**

Adapun hasil uji validitas variabel keputusan nasabah (Y) dapat dilihat pada tabel 4.15 sebagai berikut:

**Tabel 4.15**  
**Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Nasabah (Y)**

Pernyataan	Nilai $r_{\text{tabel}}$	Nilai $r_{\text{hitung}}$	Keterangan
KN.1	0,197	0,438	Valid
KN.2	0,197	0,800	Valid
KN.3	0,197	0,800	Valid

KN.4	0,197	0,664	Valid
KN.5	0,197	0,724	Valid
KN.6	0,197	0,729	Valid

Sumber: Data diolah dengan IBM SPSS Statistics Version 25, 2018

Berdasarkan tabel 4.15 di atas maka analisis outputnya adalah sebagai berikut:

- 1) Pernyataan 1 dari variabel keputusan nasabah dengan nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  ( $0,438 > 0,197$ ) maka dinyatakan valid.
- 2) Pernyataan 2 dari variabel keputusan nasabah dengan nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  ( $0,800 > 0,197$ ) maka dinyatakan valid.
- 3) Pernyataan 3 dari variabel keputusan nasabah dengan nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  ( $0,800 > 0,197$ ) maka dinyatakan valid.
- 4) Pernyataan 4 dari variabel keputusan nasabah dengan nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  ( $0,664 > 0,197$ ) maka dinyatakan valid.
- 5) Pernyataan 5 dari variabel keputusan nasabah dengan nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  ( $0,724 > 0,197$ ) maka dinyatakan valid.
- 6) Pernyataan 6 dari variabel keputusan nasabah dengan nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  ( $0,729 > 0,197$ ) maka dinyatakan valid.

Kesimpulannya bahwa variabel keputusan nasabah memiliki kriteria valid untuk semua item pernyataan berdasarkan  $r_{hitung}$  lebih besar dari 0,197.

## 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah untuk mengetahui konsistensi atau keteraturan hasil pengukuran suatu instrumen apabila instrumen tersebut digunakan lagi sebagai alat ukur suatu objek atau responden. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten. SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik *Cronbach's Alpha* ( $\alpha$ ). Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach's Alpha* ( $\alpha$ )  $> 0,70$ .

**Tabel 4. 16**  
**Tingkat Reliabilitas Berdasarkan Nilai Alpha**

Alpha	Tingkat Reliabilitas
0,00 s.d 0,20	Kurang Reliabel
$\geq 0,20$ s.d 0,40	Agak Reliabel
$\geq 0,40$ s.d 0,60	Cukup Reliabel
$\geq 0,60$ s.d 0,80	Reliabel
$\geq 0,80$ s.d 1,00	Sangat Reliabel

Perhitungan statistik dalam uji reliabilitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan bantuan *software* IBM SPSS Statistics Version 25. Berikut adalah hasil uji reliabilitas dari variabel kemudahan operasional, variabel kenyamanan, variabel ketersediaan fitur dan variabel keputusan nasabah.

**a. Variabel Kemudahan Operasional ( $X_1$ )**

Adapun hasil uji reliabilitas variabel kemudahan operasional ( $X_1$ ) dapat dilihat pada tabel 4.17 sebagai berikut:

**Tabel 4.17**  
**Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kemudahan Operasional ( $X_1$ )**

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Item</i>	Keterangan
Kemudahan Operasional	0,791	4	Reliabel

Sumber: Data diolah dengan IBM SPSS Statistics Version 25, 2018

Dari tabel 4.17 menunjukkan nilai *Cronbach's Alpha* atas variabel kemudahan operasional sebesar 0,791. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pernyataan dalam kuesioner ini reliabel karena mempunyai nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,70.



**b. Variabel kenyamanan ( $X_2$ )**

Adapun hasil uji reliabilitas variabel kenyamanan ( $X_2$ ) dapat dilihat pada tabel 4.18 sebagai berikut:

**Tabel 4.18**

**Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kenyamanan ( $X_2$ )**

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Item</i>	Keterangan
Kenyamanan	0,729	4	Reliabel

Sumber: Data diolah dengan IBM SPSS Statistics Version 25, 2018

Dari tabel 4.18 menunjukkan nilai *Cronbach's Alpha* atas variabel kenyamanan sebesar 0,729. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pernyataan dalam kuesioner ini reliabel karena mempunyai nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,70.

**c. Variabel Ketersediaan Fitur ( $X_3$ )**

Adapun hasil uji reliabilitas variabel ketersediaan fitur ( $X_3$ ) dapat dilihat pada tabel 4.19 sebagai berikut:

**Tabel 4.19**

**Hasil Uji Reliabilitas Variabel Ketersediaan Fitur ( $X_3$ )**

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Item</i>	Keterangan
Ketersediaan Fitur	0,729	4	Reliabel

Sumber: Data diolah dengan IBM SPSS Statistics Version 25, 2018

Dari tabel 4.19 menunjukkan nilai *Cronbach's Alpha* atas variabel kenyamanan sebesar 0,729. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pernyataan dalam kuesioner ini reliabel karena mempunyai nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,70.

**d. Variabel Keputusan Nasabah (Y)**

Adapun hasil uji reliabilitas variabel keputusan nasabah (Y) dapat dilihat pada tabel 4.20 sebagai berikut:

**Tabel 4.20**  
**Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Nasabah (Y)**

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Item</i>	Keterangan
Keputusan Nasabah	0,763	4	Reliabel

Sumber: Data diolah dengan IBM SPSS Statistics Version 25, 2018

Dari tabel 4.20 menunjukkan nilai *Cronbach's Alpha* atas variabel kenyamanan sebesar 0,763. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pernyataan dalam kuesioner ini reliabel karena mempunyai nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,70.

### C. Uji Asumsi Klasik

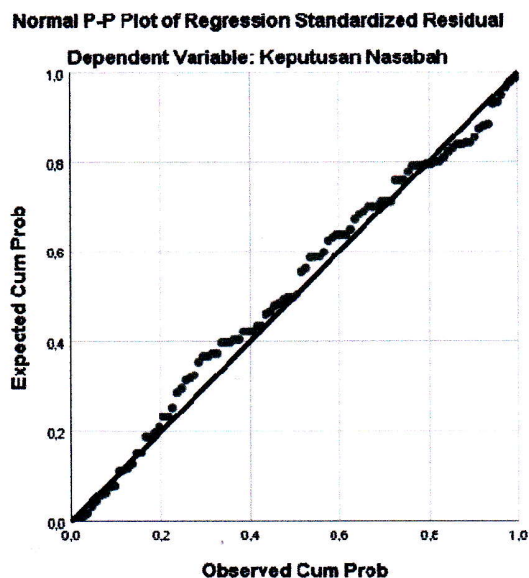
#### 1. Uji Normalitas

Uji normalitas untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan melihat *normal probability plot* yang membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Normalitas dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik. Jika data (titik) menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka menunjukkan pola distribusi normal yang mengindikasikan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas.<sup>1</sup> Uji normalitas dengan menggunakan IBM SPSS Statistic Version 25 menghasilkan grafik sebagai berikut:

---

<sup>1</sup> Imam Ghozali, *aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 23*, Ed. 8, Cet. 8, (Semarang: BP Universitas Diponegoro, 2016), h.10.

**Gambar 4.5**  
**Hasil Uji Normalitas**  
**Grafik Normal P-P Plot**



Sumber: Data diolah dengan IBM SPSS Statistics Version 25, 2018

Berdasarkan gambar 4.5 di atas terlihat bahwa data menyebar di sekitar garis diagonal atau histogram, dapat disimpulkan bahwa, data menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi ini memenuhi asumsi normalitas. Selain dengan melihat kurva P-plot, uji normalitas juga dapat dilakukan dengan menggunakan metode kolmogorov-smirnov. Adapun hasil uji kolmogorov-smirnov adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.21**  
**Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov**

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,43182822
Most Extreme Differences	Absolute	,075
	Positive	,054

	Negative	-,075
Test Statistic		,075
Asymp. Sig. (2-tailed)		,184 <sup>c</sup>

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Data diolah dengan IBM SPSS Statistics Version 25, 2018

Berdasarkan tabel 4.21 menunjukkan bahwa hasil uji normalitas metode *kolmogorov smirnov* diketahui nilai signifikansi  $0,184 > 0,05$ , maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal.

## 2. Uji Heteroskedastisitas

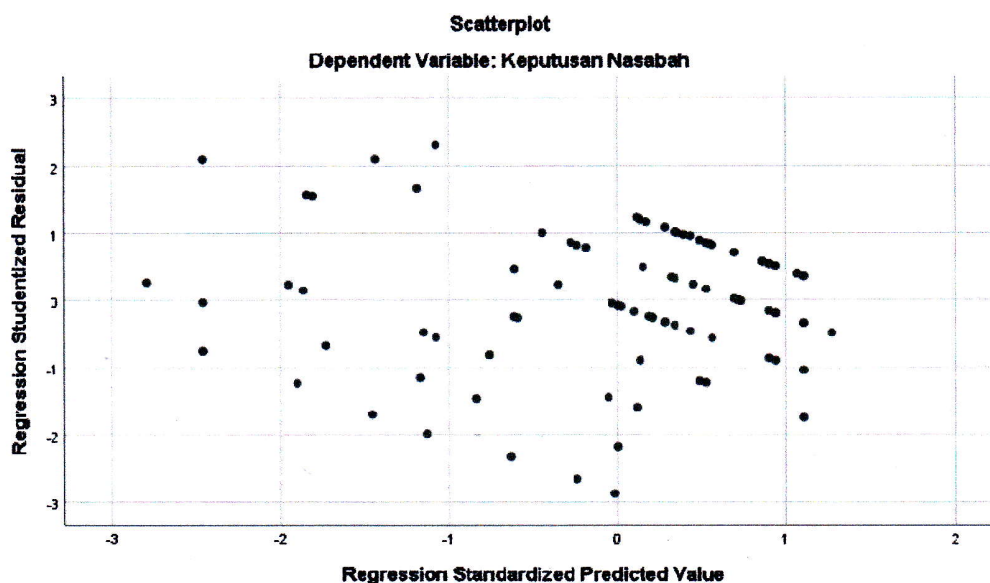
Heteroskedastisitas adalah varian residual yang tidak konstan pada regresi sehingga akurasi hasil prediksi menjadi meragukan. Model regresi yang baik adalah model regresi yang memiliki persamaan *variance residual* suatu periode pengamatan dengan pengamatan yang lain.

Salah satu cara untuk melihat adanya problem heteroskedastisitas adalah dengan melihat garis plot antara nilai prediksi variabel terikat dengan residualnya. dimana:

- a. Dengan melihat apakah titik-titik memiliki pola tertentu yang teratur seperti bergelombang, melebar, kemudian menyempit. Jika terjadi maka mengidentifikasi terdapat masalah heteroskedastisitas.
- b. Jika tidak terdapat pola tertentu yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y maka mengidentifikasi tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

Untuk mengetahui terjadi atau tidaknya masalah heteroskedastisitas dapat dilihat pada gambar 4.6 berikut:

**Gambar 4.6**  
**Grafik Scatterplot**



Sumber: Data diolah dengan IBM SPSS Statistics Version 25, 2018

Berdasarkan gambar 4.6 terlihat bahwa titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y (daerah positif dan negatif) serta tidak berbentuk pola. Jadi, dapat diambil kesimpulan bahwa asumsi heteroskedastisitas tidak terpenuhi karena model regresi berganda memiliki asumsi *varian residual* yang konstan (homokedastisitas).

Tidak hanya menggunakan gambar dengan pola tertentu namun juga menggunakan statistik dengan uji gletser. Uji gletser mengusulkan untuk meregresi nilai absolut residual terhadap variabel independen.<sup>2</sup> Jika signifikansinya di atas tingkat kepercayaan 5% (0,05) dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengandung adanya heteroskedastisitas.<sup>3</sup>

Untuk mengetahui terjadi atau tidaknya masalah heteroskedastisitas dapat dilihat pada tabel 4.22 berikut:

<sup>2</sup> *Ibid*, h. 137.

<sup>3</sup> *Ibid*, h. 103.

**Tabel 4.22**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5,311	1,510		3,518	,001
	Kemudahan Operasional	-,078	,070	-,115	-1,107	,271
	Kenyamanan	-,040	,049	-,083	-,814	,418
	Ketersediaan Fitur	-,110	,059	-,195	-1,866	,065

a. Dependent Variable: RES2

Sumber: Data diolah dengan IBM SPSS Statistics Version 25, 2018

Berdasarkan hasil tabel 4.22 di atas ketiga variabel independen diperoleh hasil nilai sig > 0,05, yaitu variabel kemudahan operasional dengan sig 0,271 > 0,05, variabel kenyamanan dengan sig 0,418 > 0,05, dan variabel ketersediaan fitur dengan sig 0,065 > 0,05. Maka dapat dikatakan bahwa tidak terdapat gejala heteroskedastisitas dan hasil uji dapat dilanjutkan.

### 3. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk mengetahui apakah terjadi autokorelasi (hubungan yang kuat) antar variabel independen. Model regresi yang baik ditandai dengan tidak terjadi interkorelasi antar variabel independen (tidak terjadi gejala multikolinieritas). Salah satu cara yang paling akurat untuk mendeteksi ada atau tidaknya gejala multikolinieritas adalah dengan metode *tolerance* dan VIF. Dimana jika nilai *tolerance* > 0,10 maka tidak terjadi multikolinieritas, jika nilai VIF < 10,00 maka tidak terjadi multikolinieritas. Uji multikolinieritas dapat dilihat sebagai berikut:

**Tabel 4.23**  
**Hasil Uji Multikolinieritas**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Kemudahan Operasional	0,893	1,119
	Kenyamanan	0,929	1,076
	Ketersediaan Fitur	0,872	1,147

a. Dependent Variable: Keputusan Nasabah

Sumber: Data diolah dengan IBM SPSS Statistics Version 25, 2018

Dari tabel 4.23 di atas dapat dilihat bahwa nilai *tolerance* kemudahan operasional adalah 0,893 lebih kecil dari 1 dan lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF sebesar 1,119 lebih kecil dari 10. Nilai *tolerance* kenyamanan adalah 0,929 lebih kecil dari 1 dan lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF sebesar 1,076 lebih kecil dari 10. Nilai *tolerance* ketersediaan fitur adalah 0,872 lebih kecil dari 1 dan lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF sebesar 1,147 lebih kecil dari 10.

Dari hasil uji *Variance Inflation Factor* (VIF) pada hasil output SPSS tabel *Coefficients*, masing-masing variabel independen memiliki VIF < 10 dan nilai *tolerance* > 0,10. Maka dapat disimpulkan bahwa model regresi linier berganda tidak terdapat multikolinieritas antara variabel dependen dengan variabel independen yang lain sehingga dapat digunakan dalam penelitian.

#### **D. Uji Regresi Linier Berganda**

Penelitian ini menggunakan model analisis regresi linier berganda untuk pembuktian hipotesis penelitian. Analisis ini menggunakan input berdasarkan data yang diperoleh dari kuesioner. Perhitungan statistik dalam penelitian ini menggunakan *software* IBM SPSS Statistics Version 25. Hasil pengolahan data dalam penelitian dapat dilihat sebagai berikut:

**Tabel 4.24**  
**Hasil Uji Regresi Linier Berganda**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6,485	2,552		2,541	,013
	Kemudahan Operasional	,696	,119	,478	5,866	,000
	Kenyamanan	,209	,083	,200	2,509	,014
	Ketersediaan Fitur	,256	,100	,212	2,567	,012

a. Dependent Variable: Keputusan Nasabah

Sumber: Data diolah dengan IBM SPSS Statistics Version 25, 2018

Berdasarkan data hasil olahan pada tabel 4.24 yang disajikan, maka diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$KN = a + b_1KO + b_2KY + b_3KF + \varepsilon$$

$$KN = 6,485 + 0,696 KO + 0,209 KY + 0,256 KF + \varepsilon$$

Keterangan :

KN = Keputusan nasabah menggunakan *e-banking*

a = Konstanta

$b_1, b_2, b_3$  = Koefisien Regresi

KO = Faktor Kemudahan Operasional

KY = Faktor Kenyamanan

KF = Faktor Ketersediaan Fitur

$\varepsilon$  = Variabel Pengganggu

Adapun hasil dari persamaan regresi linier berganda tersebut dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta ( $\alpha$ ) = 6,485, dapat diartikan bahwa jika variabel kemudahan operasional, variabel kenyamanan dan variabel ketersediaan fitur konstan, maka nilai keputusan nasabah adalah sebesar 6,485 poin.



2. Koefisien regresi (KN) = 0,696 menunjukkan bahwa variabel kemudahan operasional berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah menggunakan *e-banking*. Artinya jika kemudahan operasional yang diterima nasabah meningkat satu poin, maka keputusan nasabah menggunakan *e-banking* BNI Syariah KC Medan akan meningkat sebesar 0,696 poin.
3. Koefisien regresi (KY) = 0,209 menunjukkan bahwa variabel kenyamanan berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah menggunakan *e-banking*. Artinya semakin besar kenyamanan yang diterima nasabah, maka keputusan nasabah menggunakan *e-banking* BNI Syariah KC Medan akan meningkat sebesar 0,209 poin.
4. Koefisien regresi (KF) = 0,256 menunjukkan bahwa variabel ketersediaan fitur berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah menggunakan *e-banking*. Artinya semakin besar ketersediaan fitur yang diterima nasabah, maka keputusan nasabah menggunakan *e-banking* BNI Syariah KC Medan akan meningkat sebesar 0,256 poin.

Dari persamaan regresi linier berganda tersebut menunjukkan bahwa variabel kemudahan operasional adalah variabel yang paling mempengaruhi secara signifikan yaitu sebesar 0,696 atau 69,6%.

## E. Uji Hipotesis

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

Dari hasil pengujian koefisien determinasi yang telah dilakukan terhadap data yang ada, maka diperoleh data sebagai berikut:

**Tabel 4.25**

**Hasil Uji Koefisien Determinasi  
Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,656 <sup>a</sup>	,431	,413	1,454

a. Predictors: (Constant), Ketersediaan Fitur, Kenyamanan, Kemudahan Operasional

b. Dependent Variable: Keputusan Nasabah

Sumber: Data diolah dengan IBM SPSS Statistics Version 25, 2018

Pada tabel 4.25 di atas menunjukkan bahwa nilai R Square adalah 0,431 atau 43,1%. Karena R Square berkisar antara angka 0 sampai 1, dengan catatan semakin besar angka R Square maka semakin kuat variabelnya. Hal ini berarti bahwa variabel independen yaitu kemudahan operasional, kenyamanan dan ketersediaan fitur mampu menjelaskan variabel dependen yaitu keputusan nasabah menggunakan *e-banking* sedangkan 56,9% dipengaruhi oleh faktor-faktor lainnya seperti manfaat, kepercayaan, keamanan, kerahasiaan dan lainnya yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

## 2. Uji Parsial (t)

**Tabel 4.26**  
**Hasil Uji Parsial (t)**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6,485	2,552		2,541	,013
	Kemudahan Operasional	,696	,119	,478	5,866	,000
	Kenyamanan	,209	,083	,200	2,509	,014
	Ketersediaan Fitur	,256	,100	,212	2,567	,012

a. Dependent Variable: Keputusan Nasabah

Sumber: Data diolah dengan IBM SPSS Statistics Version 25, 2018

Untuk mengetahui besarnya pengaruh masing-masing variabel independen (variabel kemudahan operasional, variabel kenyamanan dan variabel ketersediaan fitur) terhadap variabel dependen (keputusan nasabah) dapat dilihat melalui nilai signifikan dari tiap variabel adalah sebagai berikut:

**a. Menguji Pengaruh Variabel Kemudahan Operasional ( $X_1$ )**

Terlihat bahwa  $t_{hitung}$  koefisien kemudahan operasional adalah 5,866. Sedangkan  $t_{tabel}$  dapat dihitung pada t-test dengan  $\alpha = 0,05$  dan  $df = 96$  didapat  $t_{tabel} = 1,985$ . Variabel kemudahan operasional memiliki p-value  $0,000 < 0,05$  artinya signifikan, sedangkan  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $5,866 > 1,985$ ). Maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel kemudahan operasional berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan nasabah *e-banking*.

**b. Menguji Pengaruh Variabel Kenyamanan ( $X_2$ )**

Terlihat bahwa  $t_{hitung}$  koefisien kenyamanan adalah 2,509. Sedangkan  $t_{tabel}$  dapat dihitung pada t-test dengan  $\alpha = 0,05$  dan  $df = 96$  didapat  $t_{tabel} = 1,985$ . Variabel kenyamanan memiliki p-value  $0,014 < 0,05$  artinya tidak signifikan, sedangkan  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2,509 > 1,985$ ). Maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel kenyamanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan *e-banking*.

**c. Menguji Pengaruh Variabel Ketersediaan Fitur ( $X_3$ )**

Terlihat bahwa  $t_{hitung}$  koefisien ketersediaan fitur adalah 2,567. Sedangkan  $t_{tabel}$  dapat dihitung pada t-test dengan  $\alpha = 0,05$  dan  $df = 96$  didapat  $t_{tabel} = 1,985$ . Variabel ketersediaan fitur memiliki p-value  $0,012 < 0,05$  artinya signifikan. sedangkan  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2,567 > 1,985$ ). Maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel ketersediaan fitur berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan *e-banking*.

### 3. Uji Simultan (F)

**Tabel 4.27**  
**Hasil Uji Simultan (F)**  
**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	153,597	3	51,199	24,217	,000 <sup>b</sup>
	Residual	202,963	96	2,114		
	Total	356,560	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Nasabah

b. Predictors: (Constant), Ketersediaan Fitur, Kenyamanan, Kemudahan Operasional

Sumber: Data diolah dengan IBM SPSS Statistics Version 25, 2018

Pada tabel 4.27 uji F diperoleh hasil  $F_{hitung}$  sebesar 24,217, dengan tingkat signifikan 0,05 dan  $df_1 = 2$  dan  $df_2 = 97$ , didapat nilai  $F_{tabel} = 3,09$ , karena nilai  $F_{hitung} (24,217) > \text{nilai } F_{tabel} (3,09)$  maka dapat disimpulkan bahwa  $H_{04}$  ditolak dan  $H_{a4}$  diterima.

Berdasarkan tingkat signifikan yang diperoleh  $0,000 < 0,05$ , maka model regresi dapat digunakan untuk memprediksi variabel kemudahan operasional, variabel kenyamanan dan variabel ketersediaan fitur secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan *e-banking*.

### F. Pembahasan

Berdasarkan analisis statistik di atas dapat disimpulkan bahwa variabel kemudahan operasional berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan *e-banking* pada Bank BNI Syariah Cabang Medan. Hal ini sesuai dengan teori pada Bab II yang dikemukakan oleh Jogiyanto bahwa jika seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi mudah digunakan, maka ia akan menggunakannya. Sebaliknya jika seseorang bahwa sistem informasi tidak mudah digunakan maka dia tidak akan menggunakannya.

Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Muamar Azizi yang menyatakan bahwa kemudahan berpengaruh positif dan

signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan *e-banking*. Penelitian lain yang dilakukan oleh Risma Afifah yang menyatakan bahwa variabel kemudahan berpengaruh signifikan terhadap penggunaan *mobile banking* Bank Syariah Mandiri. Sejalan juga penelitian yang dilakukan oleh Fitri Rizki Alifia yang menyatakan bahwa kemudahan berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan menggunakan *internet banking* nasabah Bank BCA di Surabaya. Namun bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nur Aini yang menyatakan bahwa variabel kemudahan penggunaan secara parsial berpengaruh negatif terhadap keputusan nasabah menggunakan *internet banking* pada Bank Mandiri di Surabaya.

Jadi, hasil analisis diatas menunjukkan bahwa variabel kemudahan operasional berpengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan *e-banking*. Hal ini disebabkan nasabah merasa mudah saat menggunakan *e-banking* BNI Syariah Cabang Medan sehingga nasabah tetap menggunakannya untuk keperluan perbankan.

Sedangkan variabel kenyamanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan *e-banking* pada Bank BNI Syariah Cabang Medan. Hal ini sesuai dengan teori pada Bab II yang dikemukakan oleh Poon bahwa *e-banking* menyediakan tingkat keamanan yang lebih tinggi, yang mana memudahkan nasabah untuk melakukan transaksi perbankan kapanpun dan dimanapun jika dibandingkan dengan transaksi perbankan tanpa menggunakan *e-banking*.

Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Dede Dzurotun Nisa, Tyas Silvi Ariani, dan Karina Oktaviani yang menyatakan bahwa variabel kenyamanan berpengaruh positif terhadap penggunaan *internet banking* pada Bank Mandiri di Indonesia.

Jadi, hasil analisis diatas menunjukkan bahwa variabel kenyamanan berpengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan *e-banking*. Hal ini disebabkan layanan *e-banking* BNI Syariah Cabang Medan menyediakan kenyamanan yang dapat memudahkan para nasabah untuk melakukan transaksi kapanpun dan dimanapun berada. Transaksi tersebut cukup dilakukan dengan

mengunjungi situs web *e-banking* atau aplikasi *e-banking* yang sudah tersedia di laptop atau *smartphone*. Hal ini tentunya tidak membuat nasabah mengantri untuk menikmati layanan *e-banking*, khususnya bagi nasabah yang sibuk.

Variabel ketersediaan fitur berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan *e-banking* pada Bank BNI Syariah Cabang Medan. Hal ini sesuai dengan teori pada Bab II yang dikemukakan oleh Chavda dan Solanki bahwa fitur yang luar biasa, kemudahan dan aksesibilitas yang membuat *e-banking* sangat menarik bagi konsumen.

Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Dede Dzurotun Nisa, Tyas Silvi Ariani, dan Karina Oktaviani yang menyatakan bahwa variabel ketersediaan fitur berpengaruh positif terhadap penggunaan *internet banking* pada Bank Mandiri di Indonesia. Dan juga Penelitian lain yang dilakukan oleh Risma Afifah yang menyatakan bahwa variabel variabel ketersediaan fitur berpengaruh signifikan terhadap penggunaan *mobile banking* pada Bank Syariah Mandiri.

Jadi, hasil analisis diatas menunjukkan bahwa variabel ketersediaan fitur berpengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan *e-banking*. Hal ini disebabkan layanan *e-banking* BNI Syariah Cabang Medan memiliki fitur yang lengkap, layanan transaksi yang beragam serta inovasi produk yang diperlukan oleh nasabah, sehingga nasabah tetap menggunakannya untuk keperluan perbankan.

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis dan pembahasan hasil penelitian yang telah dipaparkan pada sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel kemudahan operasional berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan *e-banking*. Didasarkan pada hasil uji t diperoleh  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $5,866 > 1,985$ ) serta nilai signifikansi diperoleh  $0,000 < 0,05$  (5%). Penelitian ini juga menyimpulkan bahwa jika semakin tinggi kemudahan operasional yang diciptakan oleh Bank BNI Syariah Cabang Medan maka akan meningkatkan keputusan nasabah menggunakan *e-banking*.
2. Variabel kenyamanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan *e-banking*. Didasarkan pada hasil uji t diperoleh  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2,509 > 1,985$ ) serta nilai signifikansi diperoleh  $0,014 < 0,05$  (5%). Penelitian ini juga menyimpulkan bahwa jika semakin tinggi kenyamanan yang diciptakan oleh Bank BNI Syariah Cabang Medan maka akan meningkatkan keputusan nasabah menggunakan *e-banking*.
3. Variabel ketersediaan fitur berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan *e-banking*. Didasarkan pada hasil uji t diperoleh  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2,567 > 1,985$ ) serta nilai signifikansi diperoleh  $0,012 < 0,05$  (5%). Penelitian ini juga menyimpulkan bahwa jika semakin tinggi ketersediaan fitur yang diciptakan oleh Bank BNI Syariah Cabang Medan maka akan meningkatkan keputusan nasabah menggunakan *e-banking*.
4. Variabel kemudahan operasional, variabel kenyamanan, dan variabel ketersediaan fitur secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan *e-banking*. Didasarkan pada hasil uji F diperoleh  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $22,336 > 3,09$ ) serta nilai signifikansi diperoleh  $0,000 < 0,05$  (5%). Hal ini berarti semakin tinggi Variabel kemudahan operasional, variabel kenyamanan, dan variabel ketersediaan

fitur secara bersama-sama (simultan) maka akan meningkatkan keputusan nasabah menggunakan *e-banking* Bank BNI Syariah Cabang Medan.

## **B. Saran-Saran**

1. Bagi Bank BNI Syariah Cabang Medan, penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan evaluasi dan masukan pihak manajemen guna meningkatkan suatu produk melalui peningkatan kemudahan operasional, kenyamanan, dan ketersediaan fitur terhadap suatu produk yang telah dipasarkan, sehingga nasabah dapat menyukai produk-produk tersebut dan pencapaian prestasi perusahaan serta keuntungan yang diperoleh menjadi lebih baik.
2. Bagi peneliti, bahasan penelitian ini masih terbatas pada variabel kemudahan operasional, variabel kenyamanan, dan variabel ketersediaan fitur terhadap keputusan nasabah menggunakan *e-banking* sehingga masih banyak kajian yang belum disentuh dalam penelitian ini, maka peneliti selanjutnya diharapkan dapat lebih mengembangkan penelitian ini dengan menambahkan periode penelitian serta jumlah sampel, mengganti objek penelitian pada bank tertentu, mengganti proksi yang digunakan, dan menambah variabel penelitian lain sehingga dapat memperbaiki kekurangan-kekurangan yang ada.



## DAFTAR PUSTAKA

- Al Arif, M. Nur Rianto. *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfa Beta, 2012.
- Al-Sheikh, Abdullah Bin Muhammad Bin Abdurahman Bin Ishaq. *Lubaabut Tafsir Min Ibnu Katsir*, Terj. M. Abdul Ghoffar, et. al., *Tafsir Ibnu Katsir*, Bogor: Pustaka Imam Asy-Syafi'i, 2004.
- Bawono, Anton. *Multivariate Analysis dengan SPSS*. Salatiga: STAIN Salatiga Press, 2006.
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivarieted dengan Program SPSS*, Semarang: BP UNDIP, 2005.
- \_\_\_\_\_. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23*. Ed. 8. Cet. 8. Semarang: BP Universitas Diponegoro, 2016.
- Hair, Lamb dan Mc Daniel. *Pemasaran*, Jakarta: Salemba Emban Raya, 2001.
- Hasan, Alwi. *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka, 2007.
- Jogiyanto, H. M. *Sistem Informasi Keperilakuan*, Yogyakarta: Erlangga, 2007.
- Kadir, Abdul dan Tera Ch. Triwahyuni. *Pengenalan Teknologi Informasi*, Yogyakarta: Andi, 2005.
- Kasmir. *Dasar-dasar Perbankan*, Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada, 2010.
- \_\_\_\_\_. *Managemen Perbankan*, Jakarta: Rajawali Pers, 2002.
- Kementerian Agama RI. *Al-Quran dan Terjemahannya*, Jakarta: PT Sinergi Pustaka Indonesia, 2012.
- Khan, Muhammad Akram. *Ajaran Nabi Muhammad SAW Tentang Ekonomi: (Kumpulan Hadist-hadist Tentang Ekonomi)*, PT. Bank Muamalat Indonesia, tt, tp.
- Kuncoro, Mudrajat. *Metode Riset Bisnis dan Ekonomi*, Jakarta: Erlangga, 2003.
- Moeljono, Djokosantoso. *Budaya Korporat dan Keunggulan Korporasi*, Jakarta: Elex Media Komputindo, 2003.
- Muhamad. *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam: Pendekatan Kuantitatif*, Jakarta: Rajawali Pers, 2013.

- Mursid, M. *Managemen Pemasaran*, Jakarta: Bumi Aksara, 1997.
- Nasution, M. Nur. *Managemen Jasa Terpadu*, Jakarta: Ghalia Indonesia, 2009.
- Priyanto, Dwi. *Mandiri Belajar SPSS*, Yogyakarta: Mediakom, 2008.
- \_\_\_\_\_. *5 Jam Belajar Olah Data dengan SPSS 17*, Yogyakarta: ANDI, 2009.
- Rahmani, Nur Ahmadi Bi. *Metodologi Penelitian Ekonomi*. Medan: FEBI UIN SU Press, 2016.
- Rivai, Veithzal dan Rifki Ismail. *Islamic Risk Management for Islamic Bank*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2013.
- Sangadji, Etta Mamang dan Sopiiah. *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai Jurnal Penelitian*, Yogyakarta: ANDI, 2013.
- Sanusi, Anwar. *Metodologi Penelitian Bisnis*, Jakarta: Salemba Empat, 2011.
- Setiadi, Nugroho J. *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Pemasaran Cet 3*, Jakarta: Kencana Media Group, 2008.
- \_\_\_\_\_. *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*, Jakarta: Prenada Media Group, 2003.
- Sugiono. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: BP UNDIP, 2008.
- Sujadi dan Edi Purwo Saputro. *E-Banking: Urgensi Aspek di Era E-Service*, Jakarta: Raja Grafindo, 2006.
- Suliyanto. *Ekonometrika Terapan*, Yogyakarta: ANDI, 2003.
- Sumarwan, Ujang. *Perilaku Konsumen*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2002.
- Supriyono, Maryanto. *Buku Pintar Perbankan*, Yogyakarta: ANDI, 2011.
- Sutabri, T. *Sistem Informasi Managemen*, Yogyakarta: ANDI, Cet. 1, 2016.
- Swastha, Basu dan Hani Handoko. *Managemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*, Yogyakarta: BPEE, 2000.
- Tarigan, Azhari Akmal, et. al. *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*, Medan: La Tansa Press, 2011.
- Tjiptono, Fandi. *Service Quality and Satisfaction*, Yogyakarta: Andy, 2008.

### **Jurnal dan Skripsi**

- Afifah, Risma. *Pengaruh Manfaat, Kemudahan, Kepercayaan, dan Ketersediaan Fitur Terhadap Penggunaan Mobile Banking Bank Syariah Mandiri*, Skripsi, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2017.
- Aini, Latifah Nur. *Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat Menggunakan Internet Banking Pada Nasabah BNI Syariah Yogyakarta (Studi Kasus Pada Nasabah Bank BNI Syariah)*, Skripsi, UIN Sunan Kalijaga, 2015.
- Aini, Nur. *Pengaruh Kepercayaan, Manfaat Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Internet Banking Pada Bank Mandiri Di Surabaya*, Jurnal, STIE Perbanas Surabaya, 2016.
- Alifia, Fitri Rizki. *Pengaruh Manfaat, Kemudahan Dan Keamanan Terhadap Keputusan Menggunakan Internet Banking Nasabah Bank BCA Di Surabaya*, Jurnal, STIE Perbanas Surabaya, 2015.
- Azizi, Muamar. *Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan, Dan Risiko Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan E-Banking pada PT. Bank BNI Syariah KC Yogyakarta*, Skripsi, IAIN Salatiga, 2016.
- Davis, F.D. *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology*, MIS Quarterly, Vol.13, ISS.3, 1989.
- Nisa, Dede Dzurotun. et. al. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah Menggunakan Internet Banking Mandiri*, Jurnal Manajemen, Universitas Telkom, 2013.
- Poon, W. C. *Users' Adoption of E-Banking Service*, Journal of Business & Industrial Marketing, Vol.23, No.1, 2008.
- Sartika, Leni. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Untuk Menggunakan Fasilitas Muamalat Mobile*, Skripsi, UIN Sumatera Utara, 2015.
- Siagian, Anita. *Peran Internet Banking Terhadap Kelancaran Transaksi pada PT. Bank Syariah Mandiri*, Skripsi, UIN Sumatera Utara, 2012.
- Yudha, Hafid Nur dan Jaka Isgiyarta. *Analisis Pengaruh Persepsi Nasabah Bank terhadap Internet Banking Adoption: Studi Pada Nasabah Perbankan Yang Menggunakan Internet Banking di Kota Surakarta*, Jurnal, Universitas Diponegoro, 2015.

**Website**

Bank Indonesia, "*Mengenal Elektronik Banking*," [www.bi.go.id](http://www.bi.go.id), Diakses tanggal 28 Desember 2017.

[http://www.bnisyariah.co.id/produk/faq-mobile banking](http://www.bnisyariah.co.id/produk/faq-mobile-banking). Diakses tanggal 07 Desember 2017.

## LAMPIRAN

### Lampiran I : Kuesioner Penelitian

#### KUESIONER PENELITIAN

#### FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN NASABAH MENGUNAKAN *E-BANKING* PADA BANK BNI SYARIAH CABANG MEDAN

Kepada Yth,

Bpk/Ibu/Sdr/i

Di Medan

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Dengan hormat,

Bersama ini saya:

Nama : Meliza Melgandis

NIM : 51144054

Pekerjaan : Mahasiswi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
UIN Sumatera Utara

Sedang mengadakan penelitian dengan judul skripsi "**Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menggunakan *E-Banking* pada Bank BNI Syariah Cabang Medan**". Untuk keperluan tersebut, saya memohon bantuan Bpk/Ibu/Sdr/i untuk memberikan penilaian melalui kuesioner ini dengan sebenar-benarnya berdasarkan keputusan Bpk/Ibu/Sdr/i terhadap penggunaan *E-Banking*. Kuesioner ini dibuat dalam rangka penyusunan skripsi yang menjadi salah satu syarat penyelesaian Program Sarjana (S1) Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.

Semoga partisipasi yang Bpk/Ibu/Sdr/i berikan dapat bermanfaat untuk kepentingan ilmu pengetahuan serta dapat membantu upaya meningkatkan minat

saya menjamin kerahasiaan atas data dan informasi yang diberikan kepada saya untuk tidak diberitahukan kepada pihak lain dalam kepentingan apapun.

Atas bantuan dan perhatian anda, saya ucapkan terima kasih.

Wassalamua'laikum Wr.Wb.

**Nama** :

(Boleh Tidak Isi)

**Alamat** :

(Boleh Tidak Isi)

### **Bagian I**

Berilah tanda ceklis pada salah satu pilihan dibawah ini sesuai dengan keadaan

Anda:

1. Usia :

  - a.  20-25 tahun
  - b.  26-30 tahun
  - c.  31-35 tahun
  - d.  36-40 tahun
  - e.  >40 tahun

2. Jenis Kelamin :

  - a.  Laki-laki
  - b.  Perempuan

3. Pendidikan Terakhir :

  - a.  SMA
  - b.  Akademisi/Diploma
  - c.  Sarjana/Pasca Sarjana

4. Pekerjaan :

  - a.  Pegawai Swasta
  - b.  Pegawai Negeri
  - c.  Pegawai BUMN
  - d.  Wirausaha
  - e.  Mahasiswa
  - f.  Lain-lain

5. Pendapatan Per Bulan :
- a.  Rp. 1.000.000 – Rp. 3.000.000
  - b.  Rp. 3.500.000 – Rp. 5.000.000
  - c.  Rp. 5.500.000 – Rp. 8.000.000
  - d.  Rp. 8.500.000 – Rp. 10.000.000
  - e.  > Rp. 10.000.000
6. Perangkat yang biasa digunakan untuk mengakses *E-Banking*:
- a.  Laptop
  - b.  Tab
  - c.  Smartphone
  - d.  Komputer
7. Jenis *Elektronik Banking* yang digunakan:
- a.  *Mobile Banking*
  - b.  *Internet Banking*
  - c.  *SMS Banking*

## Bagian II

### ❖ Petunjuk Pengisian Pertanyaan:

Pilihlah jawaban yang sesuai dengan pendapat Anda dengan cara memberikan tanda silang (X) pada kotak yang tersedia.

### ❖ Alternatif Pilihan:

SS = Sangat Setuju

S = Setuju

KS = Kurang Setuju

TS = Tidak Setuju

STS = Sangat Tidak Setuju

No	Kemudahan Operasional	SS	S	KS	TS	STS
1	<i>E-Banking</i> mempermudah saya untuk menyelesaikan transaksi perbankan.					
2	saya mudah untuk melakukan <i>Login</i> aplikasi <i>E-Banking</i> .					
3	Sistem dalam <i>E-Banking</i> dapat dipahami dengan mudah.					
4	<i>E-Banking</i> dapat menghemat waktu saya.					
No	Kenyamanan	SS	S	KS	TS	STS
5	Saya merasa nyaman menggunakan <i>E-Banking</i> .					
6	<i>E-Banking</i> dapat diakses dimana saja dan kapan saja.					
7	Sistem dalam <i>E-Banking</i> sangat fleksibel untuk digunakan.					
8	Tidak terdapat antrian dalam bertransaksi menggunakan <i>E-Banking</i> .					
No	Ketersediaan Fitur	SS	S	KS	TS	STS
9	Fitur <i>E-Banking</i> sangat lengkap.					
10	<i>E-Banking</i> menyediakan beragam layanan transfer pembayaran <i>utilitas publik</i> (pembayaran tagihan PLN, kartu kredit, pembelian pulsa, dll).					
11	Tersedia layanan fitur transaksi dalam hal informasi saldo dan mutasi rekening.					
12	<i>E-Banking</i> BNI Syariah KC Medan terus menerus menyempurnakan layanan perbankan.					
No	Keputusan Nasabah	SS	S	KS	TS	STS
13	Saya mengetahui layanan <i>E-Banking</i> dari karyawan BNI Syariah					
14	Saya melakukan pengambilan keputusan secara sadar dan rasional memilih produk <i>E-Banking</i> .					



15	Saya menggunakan <i>E-Banking</i> karena sesuai dengan kebutuhan saya.				
16	Saya menggunakan produk <i>E-Banking</i> BNI Syariah karena memiliki keunggulan dibandingkan produk <i>E-Banking</i> lainnya.				
17	Saya merasa sudah tepat menjatuhkan pilihan untuk menggunakan <i>E-Banking</i> .				
18	Saya merasa puas atas fasilitas layanan yang saya dapatkan dari <i>E-Banking</i> .				

**Lampiran II : Tabel Jawaban Responden**

**Rekapitulasi Angket**

**Hasil Penelitian Variabel Kemudahan Operasional**

No. Responden	Nomor Butir Angket				Total Skor
	KO1	KO2	KO3	KO4	
1	5	5	5	5	20
2	5	5	5	5	20
3	4	4	4	4	16
4	4	4	4	4	16
5	5	5	5	5	20
6	4	4	4	4	16
7	5	5	5	5	20
8	4	4	4	5	17
9	5	5	5	5	20
10	5	4	4	5	18
11	5	5	5	5	20
12	4	4	4	5	17
13	4	5	4	5	18
14	5	5	5	5	20
15	5	4	4	4	17
16	4	5	5	5	19
17	5	5	5	5	20
18	4	4	4	5	17
19	5	5	4	5	19
20	5	5	4	4	18
21	5	4	4	4	17
22	5	4	4	5	18
23	5	5	5	5	20

24	5	4	5	5	19
25	5	4	4	5	18
26	5	5	5	5	20
27	5	4	5	5	19
28	5	5	5	5	20
29	5	4	5	5	19
30	5	5	5	5	20
31	5	4	5	5	19
32	5	5	5	5	20
33	5	5	5	5	20
34	5	4	5	5	19
35	5	5	5	5	20
36	5	5	5	5	20
37	4	5	5	5	19
38	5	5	5	5	20
39	5	5	5	5	20
40	5	5	5	5	20
41	5	5	4	5	19
42	4	4	4	4	16
43	5	5	5	5	20
44	5	5	4	5	19
45	5	5	5	5	20
46	5	5	5	5	20
47	5	5	5	5	20
48	5	5	5	5	20
49	5	5	5	5	20
50	5	5	5	5	20
51	4	4	4	5	17
52	5	5	5	5	20
53	5	4	5	5	19
54	5	5	5	5	20
55	5	5	5	5	20
56	5	4	5	5	19
57	4	5	5	5	19
58	5	5	5	5	20
59	5	5	5	5	20
60	5	5	5	5	20
61	4	4	4	5	17
62	4	5	5	5	19
63	5	5	5	5	20
64	5	5	5	5	20

65	4	5	5	5	19
66	5	5	5	5	20
67	5	5	5	5	20
68	4	4	4	4	16
69	5	5	5	4	19
70	5	5	5	5	20
71	5	5	5	5	20
72	5	5	5	5	20
73	4	4	4	4	16
74	4	4	4	4	16
75	5	5	5	5	20
76	5	5	5	5	20
77	5	5	5	5	20
78	5	5	4	5	19
79	5	4	5	5	19
80	5	5	5	5	20
81	5	5	5	5	20
82	5	5	5	5	20
83	5	5	5	5	20
84	5	5	5	5	20
85	5	5	4	5	19
86	4	4	4	5	17
87	5	5	5	5	20
88	5	5	5	5	20
89	5	5	5	5	20
90	4	4	4	4	16
91	5	5	5	5	20
92	5	5	5	5	20
93	5	5	5	5	20
94	5	4	5	5	19
95	5	5	5	5	20
96	5	5	5	5	20
97	4	5	5	5	19
98	5	5	5	5	20
99	5	4	5	5	19
100	4	4	4	5	17

**Rekapitulasi Angket**  
**Hasil Penelitian Variabel Kenyamanan**

No. Responden	Nomor Butir Angket				Total Skor
	KY1	KY2	KY3	KY4	
1	4	4	3	4	15
2	5	4	4	5	18
3	4	4	4	4	16
4	4	5	5	5	19
5	4	4	4	5	17
6	4	3	3	4	14
7	5	4	5	5	19
8	4	4	4	5	17
9	3	3	3	4	13
10	5	5	4	5	19
11	5	4	5	5	19
12	5	5	4	5	19
13	4	5	5	5	19
14	5	5	5	5	20
15	4	4	4	4	16
16	5	5	4	4	18
17	4	4	4	5	17
18	4	4	3	4	15
19	3	3	3	3	12
20	5	4	4	4	17
21	5	5	4	4	18
22	4	4	4	5	17
23	5	4	5	5	19
24	5	4	5	5	19
25	5	4	4	5	18
26	5	5	5	5	20
27	5	4	5	5	19
28	5	4	5	5	19
29	5	3	5	5	18
30	5	4	4	4	17
31	5	4	5	5	19
32	3	4	4	4	15
33	5	4	5	5	19
34	5	4	5	5	19
35	3	4	4	4	15
36	5	4	5	5	19

37	4	4	4	5	17
38	2	3	2	3	10
39	4	5	4	5	18
40	4	5	4	5	18
41	4	5	4	5	18
42	4	4	4	4	16
43	5	4	4	5	18
44	5	5	4	5	19
45	4	5	5	5	19
46	5	4	5	5	19
47	5	5	4	5	19
48	5	4	4	5	18
49	5	4	5	5	19
50	5	4	4	5	18
51	4	4	4	4	16
52	5	4	5	5	19
53	5	5	4	5	19
54	5	5	5	5	20
55	5	5	5	5	20
56	5	5	4	5	19
57	5	4	4	4	17
58	4	4	3	5	16
59	4	4	4	4	16
60	4	4	4	4	16
61	5	5	4	5	19
62	4	4	4	5	17
63	5	5	4	5	19
64	5	5	4	4	18
65	4	4	4	5	17
66	5	5	4	5	19
67	4	4	4	5	17
68	4	4	4	4	16
69	4	5	4	5	18
70	4	5	4	5	18
71	5	5	4	5	19
72	4	4	3	4	15
73	4	4	4	4	16
74	5	5	4	5	19
75	4	5	4	5	18
76	4	5	5	5	19
77	5	4	3	5	17

78	5	5	4	5	19
79	5	5	4	5	19
80	5	5	4	5	19
81	4	5	4	5	18
82	4	4	5	5	18
83	5	5	4	5	19
84	5	5	5	5	20
85	5	5	5	5	20
86	3	4	4	5	16
87	5	5	5	5	20
88	5	4	5	5	19
89	5	5	4	5	19
90	4	4	4	4	16
91	5	4	5	5	19
92	5	3	2	4	14
93	5	4	5	5	19
94	5	4	4	5	18
95	4	4	5	5	18
96	4	5	3	5	17
97	4	5	3	5	17
98	5	5	4	5	19
99	4	4	5	5	20
100	5	5	5	5	20

### Rekapitulasi Angket

#### Hasil Penelitian Variabel Ketersediaan Fitur

No. Responden	Nomor Butir Angket				Total Skor
	KF1	KF2	KF3	KF4	
1	5	5	5	5	20
2	4	5	5	4	18
3	4	4	4	4	16
4	4	4	4	4	16
5	5	3	4	4	16
6	4	4	4	4	16
7	4	4	4	4	16
8	4	4	5	3	16
9	5	5	5	5	20
10	4	4	4	4	16
11	4	5	4	4	17
12	4	4	3	3	14

13	4	4	4	5	17
14	5	5	4	4	18
15	4	4	4	4	16
16	4	4	5	5	18
17	5	5	5	4	19
18	4	5	4	4	17
19	4	4	4	4	16
20	5	5	4	4	18
21	5	4	4	5	18
22	4	4	4	4	16
23	5	5	5	5	20
24	5	5	5	5	20
25	4	4	5	5	18
26	4	5	4	5	18
27	5	5	4	5	19
28	5	5	5	5	20
29	5	4	5	5	19
30	5	5	4	4	18
31	4	5	4	5	18
32	5	5	5	5	20
33	4	5	5	4	18
34	5	5	5	5	20
35	4	5	4	4	17
36	5	5	4	3	17
37	4	4	4	4	16
38	4	4	4	3	15
39	5	5	5	5	20
40	4	5	4	4	17
41	4	5	4	4	17
42	4	4	4	4	16
43	5	5	5	5	20
44	5	5	4	4	18
45	4	5	5	5	19
46	5	5	4	4	18
47	4	5	5	5	19
48	4	5	5	4	18
49	5	5	5	5	20
50	5	5	5	5	20
51	5	5	5	5	20
52	5	5	5	5	20
53	4	5	5	5	19

54	5	5	5	5	20
55	4	4	4	4	16
56	4	4	4	4	16
57	4	5	5	5	19
58	4	5	5	5	19
59	4	5	4	4	17
60	5	5	4	4	18
61	4	4	5	4	17
62	4	5	5	5	19
63	5	5	5	5	20
64	5	5	5	5	20
65	5	5	5	5	20
66	5	5	5	5	20
67	4	4	5	4	17
68	5	5	5	4	19
69	4	4	5	4	17
70	4	4	4	4	16
71	5	5	5	4	19
72	4	4	5	5	18
73	4	4	4	4	16
74	5	5	5	5	20
75	5	5	5	5	20
76	5	5	5	5	20
77	4	5	5	5	19
78	4	5	5	5	19
79	4	5	5	5	19
80	4	4	5	5	18
81	4	5	5	5	19
82	4	5	5	4	18
83	4	5	5	5	19
84	4	5	5	5	19
85	5	5	5	5	20
86	4	4	5	5	20
87	5	5	4	4	18
88	5	5	4	4	18
89	4	4	4	4	16
90	4	4	4	4	16
91	4	4	4	4	16
92	5	4	4	4	17
93	5	5	5	5	20
94	4	4	4	4	16



95	4	4	4	4	16
96	4	5	5	5	19
97	5	5	5	5	20
98	4	5	5	5	19
99	5	5	5	5	20
100	4	5	5	5	19

### Rekapitulasi Angket

#### Hasil Penelitian Variabel Ketersediaan Fitur

No. Responden	Nomor Butir Angket						Total Skor
	KN1	KN2	KN3	KN4	KN5	KN6	
1	5	5	5	5	5	5	30
2	5	5	5	5	5	5	30
3	4	4	4	4	4	4	24
4	5	4	4	4	5	4	26
5	5	5	4	4	4	4	26
6	5	4	4	4	4	4	25
7	4	5	5	5	5	4	28
8	5	4	4	4	4	4	25
9	3	5	5	5	5	5	28
10	4	4	4	5	4	4	25
11	5	5	5	5	5	5	30
12	5	5	5	4	4	5	28
13	3	4	4	4	5	4	24
14	5	5	5	5	5	5	30
15	4	4	4	4	4	4	24
16	5	5	5	5	5	3	28
17	5	5	5	5	5	5	30
18	4	4	5	4	5	4	26
19	4	4	4	4	4	4	24
20	5	4	4	4	4	5	26
21	4	4	5	5	4	4	26
22	5	4	4	4	4	4	25
23	5	5	5	5	5	5	30
24	5	5	5	5	5	5	30
25	5	4	4	5	4	5	27
26	5	5	5	5	5	5	30
27	5	5	5	5	5	5	30
28	4	5	5	4	5	5	28
29	5	5	5	5	5	5	30

30	5	5	5	5	5	5	30
31	5	5	4	5	4	4	27
32	4	5	5	4	5	5	28
33	5	5	5	5	5	5	30
34	5	5	5	5	5	5	30
35	4	5	5	5	5	5	29
36	5	5	4	4	5	4	27
37	5	5	5	4	4	4	27
38	5	5	5	5	4	5	29
39	4	5	5	5	5	5	29
40	5	5	5	4	5	5	29
41	4	5	5	5	5	5	29
42	4	4	4	4	4	4	24
43	5	5	5	5	5	5	30
44	5	5	5	5	5	5	30
45	4	5	5	4	5	5	28
46	5	5	5	5	5	5	30
47	5	5	5	5	5	5	30
48	4	5	5	4	5	4	27
49	5	5	5	5	5	5	30
50	5	5	5	4	5	5	29
51	5	5	5	5	5	5	30
52	4	5	5	4	5	4	27
53	5	5	5	5	5	5	30
54	4	5	5	5	5	5	29
55	5	5	5	5	5	4	29
56	4	5	5	5	5	5	29
57	5	5	5	4	5	4	28
58	5	5	5	5	5	5	30
59	4	4	4	4	4	4	24
60	4	5	5	4	5	5	28
61	4	5	5	5	5	5	29
62	4	5	4	4	4	4	25
63	5	5	4	4	5	5	28
64	5	5	5	4	5	5	29
65	4	5	5	5	5	4	28
66	5	5	5	4	5	5	29
67	5	5	5	5	5	4	29
68	5	5	5	4	5	4	28
69	4	4	4	4	4	4	24
70	5	5	5	5	5	5	30

71	4	5	5	5	5	5	29
72	4	5	5	4	5	5	28
73	5	5	5	4	5	4	28
74	4	4	4	4	4	4	24
75	4	5	5	4	5	5	28
76	5	5	5	5	5	5	30
77	4	5	5	4	5	5	28
78	4	5	5	5	5	5	29
79	5	4	5	4	5	5	28
80	5	5	5	5	5	5	30
81	5	5	5	4	5	5	29
82	4	5	5	5	5	5	29
83	5	5	5	5	5	5	30
84	5	5	5	5	5	5	30
85	4	5	5	5	5	5	29
86	4	5	5	4	5	3	26
87	5	5	5	5	5	5	30
88	4	5	5	5	5	5	29
89	4	5	5	4	5	5	28
90	5	4	4	4	4	4	25
91	5	5	5	5	5	5	30
92	4	5	5	4	5	5	28
93	5	5	5	4	5	5	29
94	4	5	5	5	5	5	29
95	4	4	5	4	5	4	26
96	5	5	5	5	5	5	30
97	4	5	5	4	5	5	28
98	5	5	5	5	5	5	30
99	4	5	5	5	5	5	29
100	5	5	5	4	4	5	28

**Lampiran III : Hasil Analisis Data IBM SPSS Statistics Version 25**

**A. Hasil Uji Validitas Data**

**1. Variabel Kemudahan Operasional**

**Correlations**

		KO.1	KO.2	KO.3	KO.4	Total Skor
KO.1	Pearson Correlation	1	,442**	,547**	,398**	,763**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100
KO.2	Pearson Correlation	,442**	1	,585**	,430**	,803**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100
KO.3	Pearson Correlation	,547**	,585**	1	,538**	,859**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100
KO.4	Pearson Correlation	,398**	,430**	,538**	1	,714**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100
Total Skor	Pearson Correlation	,763**	,803**	,859**	,714**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100

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

**2. Variabel Kenyamanan**

**Correlations**

		KY.1	KY.2	KY.3	KY.4	Total Skor
KY.1	Pearson Correlation	1	,340**	,438**	,489**	,753**
	Sig. (2-tailed)		,001	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100
KY.2	Pearson Correlation	,340**	1	,241*	,469**	,656**
	Sig. (2-tailed)	,001		,016	,000	,000
	N	100	100	100	100	100
KY.3	Pearson Correlation	,438**	,241*	1	,536**	,769**
	Sig. (2-tailed)	,000	,016		,000	,000
	N	100	100	100	100	100
KY.4	Pearson Correlation	,489**	,469**	,536**	1	,803**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100

Total_	Pearson Correlation	,753**	,656**	,769**	,803**	1
Skor	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100

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

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

### 3. Variabel Ketersediaan Fitur

#### Correlations

		KF.1	KF.2	KF.3	KF.4	Total Skor
KF.1	Pearson Correlation	1	,410**	,215*	,256*	,602**
	Sig. (2-tailed)		,000	,032	,010	,000
	N	100	100	100	100	100
KF.2	Pearson Correlation	,410**	1	,432**	,415**	,729**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100
KF.3	Pearson Correlation	,215*	,432**	1	,665**	,792**
	Sig. (2-tailed)	,032	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100
KF.4	Pearson Correlation	,256*	,415**	,665**	1	,813**
	Sig. (2-tailed)	,010	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100
Total_	Pearson Correlation	,602**	,729**	,792**	,813**	1
Skor	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100

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

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

### 4. Variabel Keputusan Nasabah

#### Correlations

		KN1	KN2	KN3	KN4	KN5	KN6	TOTAL SKOR
KN1	Pearson Correlation	1	0,196	0,081	0,178	0,014	0,166	,438
	Sig. (2-tailed)		0,050	0,425	0,076	0,887	0,098	0,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
KN2	Pearson Correlation	0,196	1	,724	,391	,640	,483	,800

	Sig. (2-tailed)	0,050		0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
KN3	Pearson Correlation	0,081	,724**	1	,411**	,734**	,506**	,800**
	Sig. (2-tailed)	0,425	0,000		0,000	0,000	0,000	0,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
KN4	Pearson Correlation	0,178	,391**	,411**	1	,333**	,384**	,664**
	Sig. (2-tailed)	0,076	0,000	0,000		0,001	0,000	0,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
KN5	Pearson Correlation	0,014	,640**	,734**	,333**	1	,434**	,724**
	Sig. (2-tailed)	0,887	0,000	0,000	0,001		0,000	0,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
KN6	Pearson Correlation	0,166	,483**	,506**	,384**	,434**	1	,729**
	Sig. (2-tailed)	0,098	0,000	0,000	0,000	0,000		0,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
TOTAL_SKOR	Pearson Correlation	,438**	,800**	,800**	,664**	,724**	,729**	1
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	
	N	100	100	100	100	100	100	100

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

## B. Hasil Uji Realibilitas Data

### 1. Variabel Kemudahan Operasional

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,791	4

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
KO.1	14,31	1,044	,566	,756
KO.2	14,39	,947	,602	,741
KO.3	14,36	,899	,709	,679
KO.4	14,21	1,198	,552	,768

**2. Variabel Kenyamanan****Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,729	4

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
KY.1	13,26	1,891	,539	,657
KY.2	13,40	2,182	,416	,726
KY.3	13,57	1,844	,506	,683
KY.4	13,02	2,080	,666	,608

**3. Variabel Ketersediaan Fitur****Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,729	4

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
KF.1	13,67	1,718	,355	,754
KF.2	13,45	1,503	,544	,654
KF.3	13,53	1,423	,593	,624
KF.4	13,62	1,309	,595	,620

#### 4. Variabel Keputusan Nasabah

##### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,763	6

##### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
KN1	23,56	2,996	,170	,823
KN2	23,32	2,543	,700	,684
KN3	23,33	2,526	,698	,683
KN4	23,58	2,589	,472	,737
KN5	23,34	2,631	,591	,709
KN6	23,47	2,433	,554	,714

#### C. Hasil Uji Asumsi Klasik

##### 1. Uji Normalitas Metode P-Plot dan Kolmogorov Smirnov

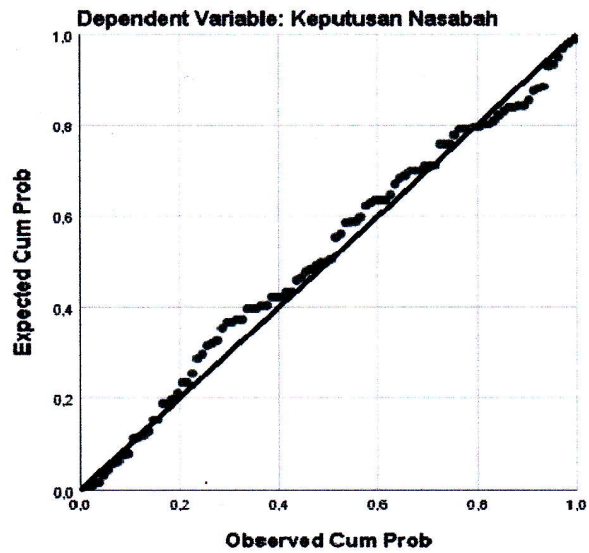
##### Residuals Statistics<sup>a</sup>

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	24,64	29,70	28,12	1,246	100
Residual	-4,099	3,221	,000	1,432	100
Std. Predicted Value	-2,793	1,271	,000	1,000	100
Std. Residual	-2,819	2,215	,000	,985	100

a. Dependent Variable: Keputusan Nasabah



Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Residuals Statistics<sup>a</sup>

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	24,64	29,70	28,12	1,246	100
Residual	-4,099	3,221	,000	1,432	100
Std. Predicted Value	-2,793	1,271	,000	1,000	100
Std. Residual	-2,819	2,215	,000	,985	100

a. Dependent Variable: Keputusan Nasabah

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,43182822
Most Extreme Differences	Absolute	,075
	Positive	,054
	Negative	-,075
Test Statistic		,075
Asymp. Sig. (2-tailed)		,184 <sup>c</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

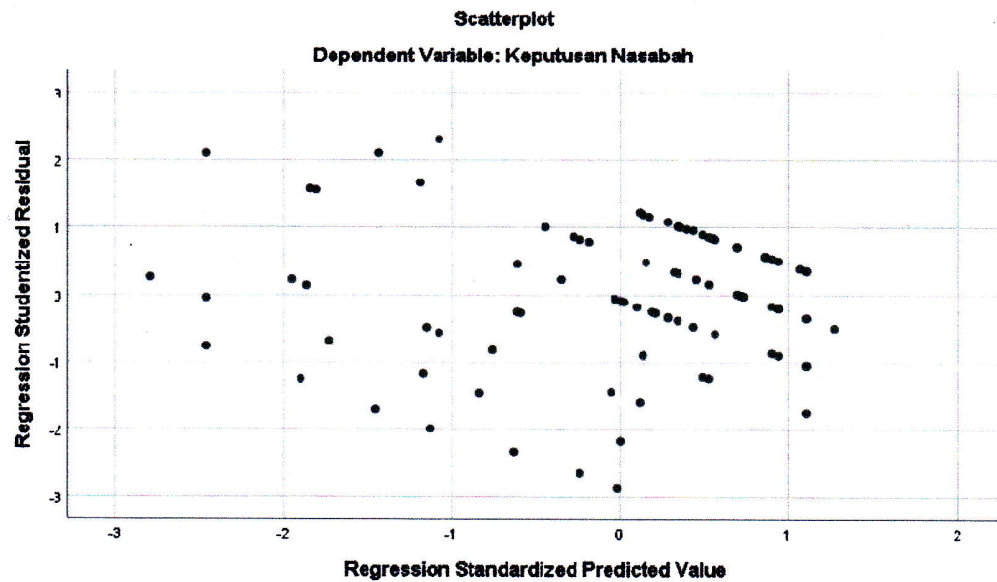
c. Lilliefors Significance Correction.

## 2. Uji Heteroskedastisitas Metode Scatterplot dan Glejser

**Residuals Statistics<sup>a</sup>**

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	24,64	29,70	28,12	1,246	100
Std. Predicted Value	-2,793	1,271	,000	1,000	100
Standard Error of Predicted Value	,148	,710	,275	,094	100
Adjusted Predicted Value	24,60	29,73	28,11	1,265	100
Residual	-4,099	3,221	,000	1,432	100
Std. Residual	-2,819	2,215	,000	,985	100
Stud. Residual	-2,868	2,308	,003	1,012	100
Deleted Residual	-4,241	3,503	,008	1,514	100
Stud. Deleted Residual	-2,983	2,363	,000	1,025	100
Mahal. Distance	,031	22,644	2,970	3,178	100
Cook's Distance	,000	,346	,015	,041	100
Centered Leverage Value	,000	,229	,030	,032	100

a. Dependent Variable: Keputusan Nasabah



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

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5,311	1,510		3,518	,001
	Kemudahan Operasional	-,078	,070	-,115	-1,107	,271
	Kenyamanan	-,040	,049	-,083	-,814	,418
	Ketersediaan Fitur	-,110	,059	-,195	-1,866	,065

a. Dependent Variable: RES2

### 3. Uji Multikolinieritas

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

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	6,485	2,552		2,541	0,013		
	Kemudahan Operasional	0,696	0,119	0,478	5,866	0,000	0,893	1,119
	Kenyamanan	0,209	0,083	0,200	2,509	0,014	0,929	1,076
	Ketersediaan Fitur	0,256	0,100	0,212	2,567	0,012	0,872	1,147

a. Dependent Variable: Keputusan Nasabah

#### Collinearity Diagnostics<sup>a</sup>

Model		Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions			
				(Constant)	Kemudahan Operasional	Kenyamanan	Ketersediaan Fitur
1	1	3,986	1,000	0,00	0,00	0,00	0,00
	2	0,007	23,162	0,01	0,05	0,94	0,13
	3	0,005	29,738	0,07	0,27	0,02	0,85
	4	0,002	42,592	0,91	0,68	0,04	0,02

a. Dependent Variable: Keputusan Nasabah

#### D. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6,485	2,552		2,541	,013
	Kemudahan Operasional	,696	,119	,478	5,866	,000
	Kenyamanan	,209	,083	,200	2,509	,014
	Ketersediaan Fitur	,256	,100	,212	2,567	,012

a. Dependent Variable: Keputusan Nasabah

#### E. Hasil Uji Hipotesis

##### 1. Uji R<sup>2</sup>, Uji t, dan Uji f

**Variables Entered/Removed<sup>a</sup>**

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Ketersediaan Fitur, Kenyamanan, Kemudahan Operasional <sup>b</sup>		Enter

a. Dependent Variable: Keputusan Nasabah

b. All requested variables entered.

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,656 <sup>a</sup>	,431	,413	1,454

a. Predictors: (Constant), Ketersediaan Fitur, Kenyamanan, Kemudahan Operasional

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6,485	2,552		2,541	,013
	Kemudahan Operasional	,696	,119	,478	5,866	,000
	Kenyamanan	,209	,083	,200	2,509	,014

Ketersediaan Fitur	,256	,100	,212	2,567	,012
--------------------	------	------	------	-------	------

a. Dependent Variable: Keputusan Nasabah

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	153,597	3	51,199	24,217	,000 <sup>b</sup>
	Residual	202,963	96	2,114		
	Total	356,560	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Nasabah

b. Predictors: (Constant), Ketersediaan Fitur, Kenyamanan, Kemudahan Operasional

## **DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

### **I. IDENTITAS PRIBADI**

1. Nama : Meliza Melgandis
2. NIM : 51144054
3. Tpt/Tgl Lahir : Kuta Binjei, 27 Desember 1996
4. Pekerjaan : Mahasiswa
5. Alamat : Dusun Keude Klep, Kec. Julok, Kab. Aceh Timur

### **II. RIWAYAT HIDUP**

1. Tamatan TK Bungoeng Jeumpa Kuta Binjei
2. Tamatan SD Negeri 1 Kuta Binjei Berijazah Tahun 2008
3. Tamatan SMP Negeri 1 Julok Berijazah Tahun 2011
4. Tamatan SMA Negeri 1 Julok Berijazah Tahun 2014

### **III. RIWAYAT ORGANISASI**

1. Anggota Osis (2012)
2. Kader UIE (2014-2015)

Medan, 10 Agustus 2018

No. : MES/01/888

Lamp : -

**Kepada Yth.**  
**Dekan Bidang Akademik**  
**Universitas Islam Negeri Sumatera Utara**  
Fakultas Ekonomi & Bisnis Islam  
Jl. William Iskandar Pasar V Medan Estate  
Medan

Hal : Izin Riset

Surat Saudara Nomor: B-1282/EB.I/PP.00.9/06/2018, tanggal 25 Juni 2018

*Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.*

Menunjuk surat Saudara tersebut diatas perihal pokok surat, dengan ini Kami beritahukan kepada Saudara bahwa nama siswa dibawah ini :

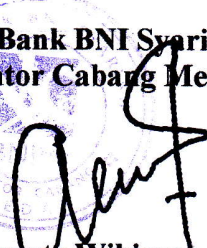
Nama : **Meliza Melgandis**  
NIM : 51144054  
Program Studi : VIII/Ekonomi Perbankan Syariah

Skripsi yang berjudul "*Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menggunakan E-Banking pada bank BNI Syariah Cabang Medan*" dapat kami berikan izin riset. Kepada Mahasiswa yang melakukan riset harus mematuhi segala peraturan yang berlaku di PT. Bank BNI Syariah.

Demikian Kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.

*Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.*

**PT. Bank BNI Syariah**  
**Kantor Cabang Medan**



**Ariyanto Wibisono**  
Operational Manager