

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN *E-FORM* TERHADAP TINGKAT
KEPUASAN NASABAH PADA PT BANK SYARIAH INDONESIA
KANTOR CABANG MATARAM PEJANGGIK 1
(Studi Kasus Mahasiswa Perbankan Syariah 2020/2021
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Mataram)**



Oleh:
Mar'atun Faizah
NIM 170502025

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MATARAM
MATARAM
2021**

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN *E-FORM* TERHADAP TINGKAT
KEPUASAN NASABAH PADA PT BANK SYARIAH INDONESIA
KANTOR CABANG MATARAM PEJANGGIK 1
(Studi Kasus Mahasiswa Perbankan Syariah 2020/2021
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Mataram)**

Skripsi

**diajukan kepada Universitas Islam Negeri Mataram
untuk melengkapi persyaratan mencapai gelar
Sarjana Ekonomi**



Oleh:

**Mar'atun Faizah
NIM 170502025**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MATARAM
MATARAM
2021**

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi oleh: Mar'atun Faizah, NIM 170502025 dengan judul "Pengaruh Kualitas Layanan *E-Form* Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Pada PT Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Mataram Pejanggik 1 (Studi Kasus Mahasiswa Perbankan Syariah 2020/2021 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Mataram)" telah memenuhi syarat dan disetujui untuk diuji.

Disetujui pada tanggal: 13 April 2021

Pembimbing I,


Dr. Riduan Mas'ud, M.Ag.
NIP 197111102002121001

Pembimbing II,


Any Tsalasatul Fitriyah, S.Si., M.Si.
NIP 199006162015032007



Perpustakaan UIN Mataram

Mataram, 13 April 2021

Hal : **Ujian Skripsi**

Yang Terhormat
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
di Mataram

Assalamu'alaikum, Wr. Wb.

Dengan hormat, setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi, kami berpendapat bahwa skripsi Saudara/i:

Nama Mahasiswa : Mar'atun Faizah

NIM : 170502025

Jurusan/Prodi : Perbankan Syariah

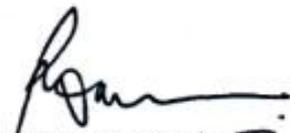
Judul : Pengaruh Kualitas Layanan *E-Form* Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Pada PT Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Mataram Pejanggalik 1 (Studi Kasus Mahasiswa Perbankan Syariah 2020/2021 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Mataram)

telah memenuhi syarat untuk diajukan dalam sidang *munaqasyah* skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Mataram. Oleh karena itu, kami berharap agar skripsi ini dapat segera di-*munaqasyah*-kan.

Wassalammu'alaikum, Wr. Wb.

Perpustakaan UIN Mataram

Pembimbing I,



Dr. Riduan Mas'ud, M.Ag.
NIP 197111102002121001

Pembimbing II,



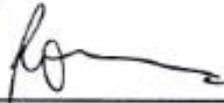
Any Tsalasatul Fitriyah, S.Si., M.Si.
NIP 199006162015032007

PENGESAHAN

Skripsi oleh: Mar'atun Faizah, NIM: 170502025 dengan judul "Pengaruh Kualitas Layanan *E-Form* terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Pada PT Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Mataram Pejanggik 1 (Studi Kasus Mahasiswa Perbankan Syariah 2020/2021 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Mataram)", telah dipertahankan di depan dewan penguji Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Mataram pada tanggal 06/05/2021

Dewan Penguji

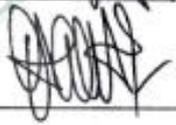
Dr. Riduan Mas'ud, M.Ag.
(Ketua Sidang/Pemb. I)



Any Tsalasatul Fitriyah, S.Si., M.Si.
(Sekretaris Sidang/Pemb. II)



Baiq Ari Yusrini, M.M.
(Penguji I)



Dahlia Bonang, M.Si.
(Penguji II)

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
MATARAM

Perpustakaan UIN Mataram

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. H. Ahmad Amir Aziz, M.Ag.
NIP. 196401041997031001



Perpustakaan IIN Mataram

MOTTO

“Let’s walk together, we don’t have to run, let’s just walk.

Let’s walk, watching everything on the path.”

~ Mark Lee

PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan *Allahmdulillahirabbil'alamin*, peneliti persembahkan skripsi ini untuk:

Kedua orang tuaku, saudaraku, dan keluarga besarku yang saya cintai dan sayangi yang telah membesarkan, mendidik saya dari kecil, memberikan kasih sayang yang tiada hentinya, memberikan semangat dan motivasinya langsung maupun tidak langsung dan selalu mendo'akan agar selalu diberikan kelancaran dalam menghadapi cobaan dan rintangan yang harus dilalui.



KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji syukur kehadirat Allah SWT, Tuhan semesta alam dan shalawat serta salam semoga selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, juga kepada keluarga, sahabat, dan semua pengikutnya. Amiin. Sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi dengan judul **“Pengaruh Kualitas Layanan E-Form Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Pada PT Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Mataram Pejangik 1 (Studi Kasus Mahasiswa Perbankan Syariah 2020/2021 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Mataram)”**.

Penulis menyadari bahwa proses penyelesaian skripsi ini tidak akan sukses tanpa bantuan dan keterlibatan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis memberikan penghargaan setinggi-tingginya dan ucapan terimakasih kepada pihak-pihak yang telah membantu sebagai berikut.

1. Orang tua saya, Bapak dan Ibu saya tercinta. Terimakasih untuk semua yang telah kalian berikan kepada saya, yang selalu mendo'akan saya agar selalu diberikan kelancaran dalam menyelesaikan segala urusan saya, selalu mengingatkan dan menasehati saya, bekerja keras membiayai saya sampai saya menyelesaikan studi S1 ini serta mengabulkan semua permintaan saya yang selama ini *Alhamdulillah* sudah terpenuhi. Dan sekali lagi saya ucapkan terimakasih banyak-banyak.
2. Untuk kedua saudara saya, terimakasih banyak atas bantuannya selama ini, dan yang selalu ada di saat saya membutuhkan sesuatu hal.
3. Terimakasih banyak untuk Dosen pembimbing I, Bapak Dr. Riduan Mas'ud, M.Ag dan Dosen pembimbing II, Ibu Any Tsalasatul Fitriyah, S.Si., M.Si. yang selama ini telah membimbing, membantu, dan memotivasi saya dalam mengerjakan skripsi ini. Terimakasih telah meluangkan waktunya untuk bimbingannya.

4. Seluruh Dosen yang telah mengajari saya. Terimakasih atas ilmunya dan pengalaman ini, sehingga telah menjadi mahasiswa yang berkualitas di kampus UIN Mataram tercinta ini.
5. Kepada sahabat dari awal masuk kuliah di UIN Mataram Yeni, Wiwin dan Intan. Terimakasih atas pertemanan dan kebersamaannya serta semua dukungan yang telah diberikan.
6. Teman selama KKP Yuyun dan Rosita, terimakasih atas pertemanan yang baik selama KKP dan sampai sekarang.
7. Dan seluruh teman seperjuangan prodi Perbankan Syariah 2017 kelas A, terimakasih atas kebersamaan nya.

Semoga amal kebaikan dari berbagai pihak tersebut mendapat pahala yang berlipat ganda dari Allah SWT. Dan semoga karya ilmiah ini bermanfaat bagi semesta. Amiin.

Akhirnya, penyusun sadar bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaah, baik dalam pemilihan bahasa, teknik penyusunan dan analisisnya. Oleh karena itu, kritik dan saran dari semua pihak sangat diharapkan dalam rangka perbaikan dan penyempurnaan skripsi ini serta untuk penelitian selanjutnya.

Perpustakaan UIN Mataram

Mataram, 06 Mei 2021

Penulis,

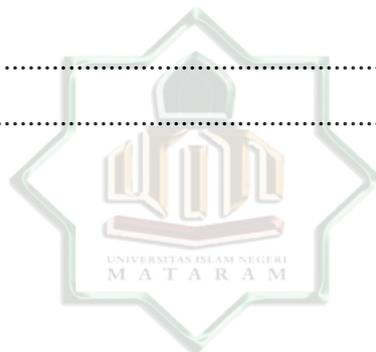


Mar'atun Faizah

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN LOGO	iii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iv
NOTA DINAS PEMBIMBING	v
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	vi
PENGESAHAN	vii
HALAMAN MOTTO	viii
HALAMAN PERSEMBAHAN	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
ABSTRAK	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan dan Batasan Masalah.....	6
C. Tujuan dan Manfaat	6
D. Definisi Operasional.....	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS PENELITIAN	9
A. Kajian Pustaka.....	9
B. Kerangka Berpikir	15
C. Hipotesis Penelitian.....	31
BAB III METODE PENELITIAN	33
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	33
B. Populasi dan Sampel	35
C. Waktu dan Tempat Penelitian	37

D. Variabel Penelitian	38
E. Desain Penelitian.....	39
F. Instrumen/Alat dan Bahan Penelitian.....	39
G. Teknik Pengumpulan Data/Prosedur Penelitian.....	40
H. Teknik Analisis Data.....	43
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	51
A. Hasil Penelitian	51
B. Pembahasan.....	75
BAB V PENUTUP	78
A. Kesimpulan.....	77
B. Saran.....	77
DAFTAR PUSTAKA	79
LAMPIRAN.....	81



Perpustakaan UIN Mataram

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Definisi Operasional Variabel.....	8
Tabel 3.1	Interval Kontinum.....	35
Tabel 3.2	Skala <i>Likert</i>	42
Tabel 4.1	Tanggapan Responden Terhadap <i>Effeciency</i>	58
Tabel 4.2	Tanggapan Responden Terhadap <i>Availability</i>	59
Tabel 4.3	Tanggapan Responden Terhadap <i>Fulfillment</i>	61
Tabel 4.4	Tanggapan Responden Terhadap <i>Privacy</i>	62
Tabel 4.5	Tanggapan Responden Terhadap Kepuasan Nasabah.....	63
Tabel 4.6	Hasil Uji Validitas.....	64
Tabel 4.7	Hasil Uji Reliabilitas.....	66
Tabel 4.8	Hasil Uji Normalitas.....	67
Tabel 4.9	Hasil Uji Linearitas.....	69
Tabel 4.10	Hasil Uji Heteroskedasitas.....	70
Tabel 4.11	Hasil Uji Regresi Linear Sederhana.....	71
Tabel 4.12	<i>Output</i> SPSS (<i>Coefficients</i>).....	72
Tabel 4.13	Koefisien Determinasi.....	74

Perpustakaan UIN Mataram

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1	Struktur Organisasi Bank Syariah Indonesia	54
Gambar 4.2	Diagram Jenis Kelamin	55
Gambar 4.3	Usia Responden.....	56
Gambar 4.4	Pekerjaan Responden	57
Gambar 4.5	Normal P-Plot.....	68



Perpustakaan UIN Mataram

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner Penelitian.....	82
Lampiran 2	Tabulasi Data.....	86
Lampiran 3	Uji Validitas.....	93
Lampiran 4	Uji Reliabilitas.....	95
Lampiran 5	Kartu Konsultasi Skripsi.....	96



Perpustakaan UIN Mataram

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN *E-FORM* TERHADAP TINGKAT
KEPUASAN NASABAH PADA PT BANK SYARIAH INDONESIA
KANTOR CABANG MATARAM PEJANGGIK 1
(Studi Kasus Mahasiswa Perbankan Syariah 2020/2021
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Mataram)**

Oleh:

Mar'atun Faizah
NIM 170502025

ABSTRAK

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif deskriptif yang bertujuan untuk menguji pengaruh kualitas layanan *e-form* terhadap tingkat kepuasan nasabah. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Populasi penelitian menggunakan mahasiswa Perbankan Syariah 2020/2021 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Mataram sejumlah 106 orang dan sampel yang digunakan sejumlah 85 orang. Teknik pengumpulan data dalam penelitian adalah observasi, dokumentasi dan kuesioner. Data dalam penelitian ini diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner pada sampel sebanyak 85 orang yang seluruhnya adalah mahasiswa Perbankan Syariah 2020/2021 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Mataram. Berdasarkan hasil uji hipotesis yang telah dilakukan, hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan elektronik berpengaruh secara signifikan yang dibuktikan dengan hasil analisis data yaitu, $t_{hitung} 9,462 > t_{tabel} 1,992$ yang berarti terdapat pengaruh kualitas layanan elektronik terhadap kepuasan nasabah. Dan, berdasarkan hasil analisis secara parsial pada regresi linear sederhana dapat diketahui nilai signifikansi (Sig.) sebesar 0,000 lebih kecil dari $< 0,05$ dan dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima, yang artinya terdapat pengaruh layanan elektronik terhadap tingkat kepuasan nasabah. Dan hasil analisis jalur, diperoleh hasil bahwa pengaruh kualitas layanan elektronik berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah dengan koefisien sebesar 0,519. Dan dapat disimpulkan dari hasil data yang diperoleh bahwa kualitas layanan elektronik terhadap tingkat kepuasan nasabah terdapat pengaruh secara signifikan dan positif.

Kata kunci: Kualitas Layanan, Layanan Elektronik, Kepuasan Nasabah

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di era seperti masa sekarang ini tidak terlepas dari teknologi yang semakin berkembang. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya masyarakat yang menggunakan dan memanfaatkan sebuah teknologi yang berupa informasi, keamanan, pendidikan, budaya, dan lainnya. Dengan kehadiran internet ini merupakan sebuah fenomena kemajuan teknologi yang menyebabkan terjadinya penyebaran informasi dan komunikasi dengan cepat. Teknologi informasi ialah jenis peralatan yang digunakan untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan baik melalui media cetak maupun media elektronik. Dan komunikasi pada saat sekarang merupakan sesuatu yang sangat penting bagi seluruh manusia di dunia. Dengan semakin majunya teknologi, perbankan pun mulai memanfaatkan perkembangan teknologi informasi dalam pelayanan perbankannya dengan meluncurkan media layanan transaksi perbankan berbasis teknologi. Di samping itu, setiap bank memiliki keunggulan tersendiri dalam hal pelayanan, pembiayaan dan fasilitas untuk memuaskan nasabahnya. Salah satunya bank syariah dimana selalu mengutamakan dan mendepankan fungsi layanan untuk memberikan yang terbaik kepada nasabah dan agar selalu bersaing dengan bank-bank lainnya.

Pada saat ini, seluruh lapisan masyarakat telah mengenal dunia perbankan dan mereka pun semakin cerdas dan selektif dalam memilih bank

yang dapat memberikan keuntungan serta kemudahan lebih bagi mereka, tidak hanya dari segi kuantitas melainkan dari segi kualitas juga. Salah satunya dari segi kualitas layanan, sudah tentu setiap nasabah akan mencari dan memilih bank yang memberikan layanan terbaik bagi mereka, baik dari segi kecepatan, keamanan, kenyamanan, kemurahan, keramahan serta memberikan akses bagi mereka dalam melakukan transaksi dimana saja dan kapan saja.

Dengan pesatnya perkembangan jaringan internet pada saat ini, hampir semua bidang kehidupan yang berhubungan langsung dengan teknologi dan internet, mulai dari pembelajaran sekolah/kampus, pekerjaan manual, pusat informasi dan dokumen, jejaring sosial, layanan pembelian tiket pesawat/hotel, penjualan/pemesanan makanan hingga layanan bank pun menggunakan teknologi internet yang dimana layanan tersebut saat ini menggunakan teknologi media internet yang dapat diakses dimana saja dan kapanpun dengan menggunakan *smartphone* atau *laptop/notebook* yang terhubung dengan sambungan internet. Oleh karena itu, peran perkembangan teknologi di bidang perbankan sangatlah penting. Dengan kemajuan sistem perbankan yang didukung oleh teknologi informasi, maka semakin kompleks fasilitas yang diterapkan untuk memfasilitasi pelayanan, maka hal ini menunjukkan bahwa perkembangan teknologi pada bank semakin beragam dengan seiring perkembangan teknologi, dengan begitu perbankan mulai menggunakan teknologi yang menyediakan layanan atau jasa internet banking yang dikenal dengan istilah *e-Banking* adalah kegiatan yang

melakukan transaksi, pembayaran, dan transaksi lainnya melalui internet dengan *website* milik bank yang dilengkapi dengan sistem keamanan.

Perkembangan teknologi digital ini telah menunjukkan semakin banyak bank memberikan layanan digital dari waktu ke waktu. Selain untuk mengedepankan operasional internal lembaga, perkembangan teknologi di industri perbankan juga bertujuan untuk memudahkan pelayanan terhadap nasabah. Sehingga, tanpa adanya teknologi informasi dalam internet banking maka tidak akan berjalan dan dimanfaatkan oleh industri perbankan. Salah satu kemudahan yang dapat menunjang efisiensi pelayanan terhadap nasabah dalam jaringan internet sekarang ini adalah dengan hadirnya layanan digital Buka Rekening Online atau BRO dengan menggunakan layanan *e-form* yang juga dapat meningkatkan efisiensi layanan nasabah di jaringan internet. Dengan perkembangan teknologi yang pesat ini, telah banyak dimanfaatkan oleh perusahaan untuk meningkatkan pangsa pasar dengan memanfaatkan teknologi yang ada khususnya di industri perbankan. Bank Permata, Bank BNI, Bank BCA, Bank BRI, BPTN, Bank Mandiri, Bank Sinarmas, dan bank lain-lainnya telah memanfaatkan layanan digital di jaringan internet seperti *e-Form* yang berfungsi untuk memberikan kemudahan layanan kepada nasabah bank dalam hal buka rekening online maupun transaksi lainnya, termasuk bank merger bank syariah pun juga memiliki layanan *e-form*.

Layanan digital *e-Form* merupakan salah satu layanan perbankan digital yang terdapat pada Bank BNI Syariah yang sekarang menjadi bank merger Bank Syariah Indonesia. Layanan digital *e-form* adalah pengganti

formulir pembukaan rekening dengan menggunakan *Elektronik Formulir (e-Form)*. Nasabah dapat mengisi formulir buka rekening online melalui jaringan internet yang dapat di akses pada situs *website* resmi dari masing-masing bank peserta merger seperti BNI Syariah dengan link: www.bnisyariah.co.id atau <http://bro.bnisyariah.co.id/>, dengan menu yang dapat mudah dipahami,¹ akan tetapi nasabah tetap wajib datang ke cabang-cabang BSI (BRIS, BNIS dan BSM) terdekat guna mengambil ATM dan Buku Tabungan. Dengan adanya layanan digital *e-Form* ini diharapkan dapat memenuhi kebutuhan masyarakat dengan gaya hidup modern dan serba digital ini, serta masyarakat bisa menikmati layanan perbankan syariah dengan lebih produktif dan efisien. Sesuai dengan Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (OJK), bahwa layanan perbankan digital adalah Layanan Perbankan Elektronik yang dikembangkan dengan optimal pemanfaatan data nasabah dalam rangka melayani nasabah secara cepat, mudah, dan sesuai dengan kebutuhan (*customer experience*), serta dapat dilakukan secara mandiri sepenuhnya oleh nasabah, dengan memperhatikan aspek pengamanannya.²

Di samping itu, dengan adanya pembukaan rekening online ini merupakan salah satu strategi yang dilakukan BNI Syariah atau yang sekarang telah tergabung menjadi salah satu bank merger BSI (BRIS, BNIS

¹ Hasanah Online. <https://www.bnisyariah.co.id/id-id/Personal/Layanan-Lainnya/Hasanah-Online>. Di akses pada tanggal 4 Desember 2020, pada pukul 12.39 a.m.

² Otoritas Jasa Keuangan, *Penyelenggaraan Layanan Perbankan Digital oleh Regulasi*, 2018.

dan BMS) untuk meningkatkan layanan di era digital.³ Dan dengan adanya layanan *e-Form (Elektronik Formulir)* ini dapat memudahkan nasabah dalam buka rekening serta transaksi-transaksi lainnya secara online dan mengurangi perpanjangan antrian di bank.

Dan ini senada dengan hasil wawancara dengan salah satu mahasiswa mengenai layanan elektronik formulir mengatakan bahwa, dalam menggunakan layanan tersebut pengguna merasakan kemudahan dan kepuasan dalam pelayanan yang diberikan. Karena dengan di rumah saja sudah memudahkan dalam membuat rekening secara online sehingga tidak perlu ke bank lagi untuk mengantri, dan untuk seperti ATM serta buku tabungannya sendiri akan diantarkan ke rumah nasabah langsung oleh pihak bank melalui jasa antar yang telah berkerja sama dengan pihak bank sendiri. Akan tetapi, pengguna sedikit memiliki masalah dalam proses pembuatan rekening dikarenakan beberapa proses akses memiliki kendala seperti terlalu lama memproses untuk kehalaman selanjutnya.⁴

Oleh karena itu, berdasarkan uraian tersebut maka peneliti tertarik untuk meneliti permasalahan dengan judul **“Pengaruh Kualitas Layanan *E-Form* Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah pada PT Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Mataram Pejanggik 1 (Studi Kasus Mahasiswa Perbankan Syariah 2020/2021 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Mataram”**.

³ Siaran Pers BNI Syariah. *BNI Syariah Targetkan Pembukaan Rekening Online di akhir 2019*. Di akses pada tanggal 4 Desember 2020, pada pukul 12.47 a.m.

⁴ Hasil wawancara dengan saudari Fadila Galib, Mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah 2020/2021 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Mataram. Pada tanggal 12 Januari 2020.

B. Rumusan Masalah dan Batasan Masalah

1. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu, apakah terdapat pengaruh kualitas layanan *e-form* terhadap tingkat kepuasan nasabah pada PT Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Mataram Pejanggik 1 (Studi Kasus Mahasiswa Perbankan Syariah 2020/2021 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Mataram)?

2. Batasan Masalah

Dalam penelitian ini, agar tidak meluas dan fokus terhadap permasalahan yang akan dibahas dan mencapai hasil yang diharapkan, maka peneliti perlu membuat batasan. Batasan yang dimaksud ialah peneliti memfokuskan pada variabel kualitas layanan *e-Form* yang mempengaruhi tingkat kepuasan nasabah dengan menggunakan populasi seluruhnya mahasiswa jurusan Perbankan Syariah 2020/2021 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Mataram sejumlah 106 orang dan sampel yang digunakan sejumlah 85 orang yang dipilih secara acak, serta metode analisis yang digunakan dalam penelitian adalah regresi linear sederhana.

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah yang telah dipaparkan di atas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan *e-Form* terhadap tingkat kepuasan nasabah pada PT Bank Syariah

Indonesia Kantor Cabang Mataram Pejanggik 1 (Studi Kasus Mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah 2020/2021 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Mataram).

2. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini, antara lain sebagai berikut:

a. Manfaat Teoritis

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat menambah wawasan tentang perbankan syariah dalam bidang pelayanan dan menjadi bahan referensi bagi penelitian-penelitian selanjutnya.

b. Manfaat Praktis

1) Bagi Masyarakat

Dengan adanya penelitian ini diharapkan memberikan informasi mengenai produk layanan bank yang dapat memudahkan masyarakat serta pemahaman yang lebih mendalam mengenai layanan digital perbankan syariah terhadap masyarakat serta dapat memanfaatkan jaringan internet kapanpun dan dimanapun guna menunjang pelayanan perbankan.

2) Bagi Perusahaan

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat mendukung perusahaan dalam meningkatkan kualitas layanan di jaringan internet yang baik dan dapat melayani dengan setulus hati, serta dapat menjadi bahan rekomendasi bagi pihak manajemen perbankan untuk meningkatkan kualitas layanan terhadap nasabah

atau pengguna jasa perbankan syariah di seluruh wilayah Indonesia melalui layanan digital banking.

D. Definisi Operasional

Definisi operasional adalah suatu dimensi yang diberikan makna pada suatu variabel dengan memberikan arti atau menspesifikasikan kegiatan atau memberikan suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur variabel tersebut.⁵ Penelitian ini menggunakan dua variabel yaitu kualitas layanan *e-form* (X) sebagai variabel independen terhadap tingkat kepuasan nasabah (Y) sebagai variabel dependen.

Tabel. 1.1 Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Variabel	Indikator
Kualitas Layanan Elektronik (X)	Kualitas layanan elektronik/ <i>e-Service Quality</i> didefinisikan sebagai sejauh mana situs <i>website</i> memfasilitasi belanja, pembelian dan pengiriman produk atau jasa secara efektif dan efisien	a. <i>Efficiency</i> (Efisiensi) b. <i>System Availability</i> (Ketersediaan Sistem) c. <i>Fulfillment</i> (Penyelesaian) d. <i>Privacy</i> (Rahasia Pribadi)
Kepuasan Nasabah (Y)	Pengguna yang puas dengan layanan elektronik BSI adalah pengguna yang merasa bahwa dengan menggunakan layanan elektronik BSI telah mampu memenuhi harapan dan kebutuhan transaksi, termasuk mampu dalam memberikan pengalaman bertransaksi yang baik serta merasa benar-benar puas dengan keputusan mereka menggunakan layanan elektronik BSI.	a. Pengguna puas atas layanan elektronik, b. Pengguna puas ketika transaksi yang dilakukan berhasil dengan sukses, c. Layanan elektronik memenuhi harapan pelanggan.

⁵ Tarsito, Sugiyono. "Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D." (Bandung: Alfabeta, 2014), hlm 61

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS PENELITIAN

A. Kajian Pustaka

Pada kajian pustaka ini, peneliti mengambil beberapa penelitian terdahulu yang mempunyai kaitan dengan penelitian yang peneliti lakukan yaitu:

1. Dahlia Bonang. “Pengaruh Layanan *E-Banking* Terhadap Sikap Nasabah Bank Syariah di Kota Mataram”. (*Jurnal Ekonomi Syariah* Vol. 8 No. 2, 2017).⁶

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan yang menggunakan metode kuantitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan metode kuesioner, observasi, dan dokumentasi. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah bank syariah di Mataram yang menggunakan jasa layanan *e-banking*. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 100 orang yang dipilih secara acak dengan menggunakan teknik *Accidental Sampling*.

Hasil penelitian yang diperoleh dalam penelitian tersebut didapatkan bahwa kualitas pelayanan terhadap sikap nasabah bank syariah di Mataram, dapat disimpulkan bahwa, dimensi *tangible* memiliki pengaruh terhadap sikap nasabah. Taraf signifikansi X_1 sebesar $0,034 < 0,05$, maka dapat dikatakan terdapat pengaruh yang positif dan

⁶ Dahlia Bonang. “Pengaruh Layanan *E-Banking* Terhadap Sikap Nasabah Bank Syariah di Kota Mataram”. (*Jurnal Ekonomi Syariah* Vol. 8 No. 2, 2017).

signifikan antaran kualitas layanan *Tangible* dengan sikap nasabah di bank syariah di Mataram. Dimensi *realibility* memiliki pengaruh terhadap sikap nasabah dengan taraf signifikansi X_2 sebesar $0,015 < 0,05$, maka dapat dikatakan terdapat pengaruh yang positif dan signifikan anatar kualitas layanan *Realibility* dengan sikap nasabah di bank syariah Mataram. Dimensi *responsiveness* memiliki pengaruh terhadap sikap nasabah. Taraf signifikansi X_3 sebesar $0,500 > 0,05$, maka dapat dikatakan tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas layanan *responsiveness* dengan sikap nasabah di bank syariah Mataram. Dimensi *assurance* memiliki pengaruh terhadap sikap nasabah. Taraf signifikansi X_4 sebesar $0,001 < 0,05$, maka dapat dikatakan terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas layanan *assurance* dengan sikap nasabah bank syariah di Mataram. Dan dimensi *emphaty* memiliki pengaruh terhadap sikap nasabah.

Perbedaan dalam penelitian tersebut dengan penelitian yang dilakukan adalah dari jumlah populasi dan sampel yang digunakan, lokasi penelitian, serta dimensi pengukuran kualitas layanan menggunakan *e-Service Quality* dalam penelitian yang akan dilakukan.

2. Supriyantini, Imam, & Riyadi. “Pengaruh *Efficienncy*, *Fulfillment*, *System Availability*, dan *Privacy* Terhadap *e-Satisfaction* (Survei Pada

PT Danareksa Aekuritas Cabang Universitas Islam Maulanan Malik Ibrahim Malang)”. (*Jurnal Administrasi Bisnis* Vol. 5 No. 2, 2014).⁷

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh secara bersama-sama atau individu antara variabel *Efficiency*, *Fulfillment*, *System availability*, dan *Privacy* terhadap *e-Satisfaction*. Dokumentasi dan pengumpulan data menggunakan kuesioner yang disebarakan kepada 78 pelanggan, PT. Cabang Danareksa Sekuritas UIN Maliki aktif melakukan perdagangan online menggunakan aplikasi D'ONE secara mandiri (tanpa bantuan broker). Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *Efficiency*, *Fulfillment*, *System availability*, dan *Privacy* secara bersama-sama dan individu mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap *e-Satisfaction*.

Perbedaan dalam penelitian tersebut dengan penelitian yang dilakukan adalah dari populasi dan sampel yang digunakan serta lokasi penelitian, dan menggunakan regresi linear sederhana.

3. Suryani & Sumiati. “Penggunaan Model *E-S-Qual* dalam Studi Pengaruh Kualitas Layanan Perbankan Online Terhadap Kepuasan Nasabah”. (*Jurnal Ekonomi Bisnis* Vol. 11 No. 1, 2010).⁸

⁷ Supriyantini, Imam, & Riyadi. “Pengaruh *Efficiency*, *Fulfillment*, *System Availability*, dan *Privacy* Terhadap *e-Satisfaction* (Survei Pada PT Danareksa Aekuritas Cabang Universitas Islam Maulanan Malik Ibrahim Malang)”. (*Jurnal Administrasi Bisnis* Vol. 5 No. 2, 2014).

⁸ Suryani & Sumiati. “Penggunaan Model *E-S-Qual* dalam Studi Pengaruh Kualitas Layanan Perbankan Online Terhadap Kepuasan Nasabah”. (*Jurnal Ekonomi Bisnis* Vol. 11 No. 1, 2010).

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kualitas layanan online di industri perbankan terhadap kepuasan nasabah. Riset tersebut melibatkan 124 pelanggan internet banking. Dengan mengukur validitas kriteria ES-QUAL ditemukan bahwa ES-QUAL memiliki validitas dan reliabilitas yang baik untuk mengukur kualitas layanan perbankan online. Dengan menggunakan uji F, diperoleh hasil bahwa semua dimensi kualitas layanan online berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dengan menggunakan uji t hanya variabel estetika situs yang berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Implikasi manajerial dari penelitian ini adalah bahwa industri perbankan harus mengembangkan layanan online tidak hanya untuk efisiensi, ketersediaan sistem, privasi, jaminan, tetapi yang terpenting juga aspek estetika untuk meningkatkan kepuasan nasabahnya

Perbedaan dari penelitian tersebut dengan penelitian yang dilakukan adalah dari populasi dan sampel yang digunakan serta lokasi penelitian serta menggunakan uji regresi linear sederhana.

4. Ali Arifin, “Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Internet Banking Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah dengan Menggunakan E-S-Qual dan E-Recs-Qual (Studi Pada Pengguna Layanan BSMNet Bank Syariah Mandiri), 2017.⁹

⁹ Ali Arifin, Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Internet Banking Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah dengan Menggunakan E-S-Qual dan E-Recs-Qual (Studi Pada Pengguna Layanan BSMNet Bank Syariah Mandiri). *Skripsi* Fakultas Ilmu Komputer: Universitas Brawijaya, 2017.

Penelitian ini melakukan pengujian terhadap pengaruh kualitas layanan *internet banking* yang ditawarkan oleh BSM terhadap kepuasan dan loyalitas para pengguna layanan BSMNet, dengan menggunakan metode *E-S-Qual* dan *E-Rec-Qual* melalui teknik analisis regresi linear. Peneliti menggunakan nasabah Bank Syariah Mandiri wilayah Cilacap yang telah menggunakan BSMNet sebagai sampel responden dari penelitian tersebut.

Hasil penelitian tersebut, menunjukkan bahwa secara simultan, kepuasan pengguna BSMNet dipengaruhi oleh semua variabel pada dimensi *E-S-Qual* dan *E-Rec-Qual* (*effeciency, fulfillment, system availability, privacy, responsiveness, compensation, contact*), sedangkan secara parsial kepuasan pengguna BSMNet dipengaruhi oleh variabel *fulfillment* dan *effeciency*. Efek dari kepuasan tersebut yang akan mempengaruhi tingkat loyalitas pengguna terhadap layanan BSMNet.

Perbedaan dari penelitian tersebut dengan penelitian yang akan dilakukan adalah dari populasi dan sampel yang digunakan serta lokasi penelitian, serta metode yang digunakan hanya E-S-Qual yang terdiri dari *effeciency, system availability, fulfillment, dan privacy*.

5. Siti Zawiyah, Pengaruh Digitalitas Bank Syariah Mandiri dalam Peningkatan Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah, 2019.¹⁰

Penelitian tersebut bertujuan untuk mengetahui pengaruh pelayanan digital Bank Syariah Mandiri terhadap kepuasan nasabah baik

¹⁰ Siti Zawiyah, Pengaruh Digitalitas Bank Syariah Mandiri dalam Peningkatan Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah. *Skripsi* Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam: UIN Sutha Jambi, 2019.

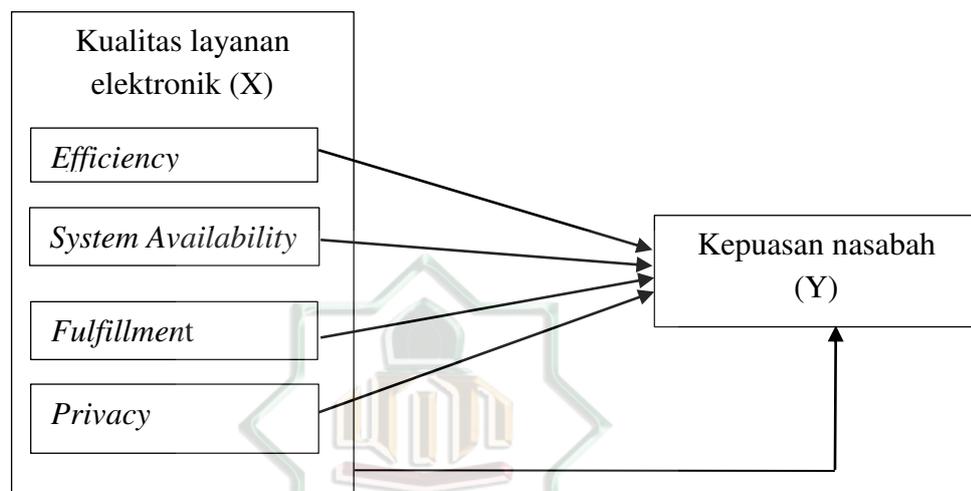
secara parsial, maupun secara simultan yang dilihat menggunakan dimensi *E-Servqual* yaitu *Effeciency, reliability, fulfillment, privacy, responsiveness, compensation, dan contact*). Data yang digunakan dalam penelitian tersebut adalah data primer yang didapatkan langsung dari tanggapan 100 responden yang merupakan nasabah BSM yang menggunakan fasilitas layanan elektronik bank seperti ATM, BSMNet, *SMS Banking*, dan *Mobile Banking*. Metode analisis yang digunakan adalah metode analisis regresi linear berganda.

Dan hasil penelitian tersebut diketahui bahwa *effeciency, fulfillment, dan contact* memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah dari nilai t_{hitung} lebih besar dari pada nilai t_{tabel} sebesar 1,661. Variabel yang mendominasi terhadap pengaruh kepuasan nasabah adalah variabel *contact*. Sedangkan untuk variabel *privacy, dan responsiveness* tidak memiliki pengaruh karena t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} . Akan tetapi hasil uji simultan keenam variabel secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah dengan F_{hitung} sebesar 29,139. Untuk uji koefisien determinasi (R^2) variasi variabel bebas yang digunakan dalam model mampu menjelaskan sebesar 65,3% variasi variabel terikat. Dan untuk sisanya sebesar 34,7% dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian tersebut.

Perbedaan yang terdapat pada penelitian tersebut dengan penelitian yang akan dilakukan adalah dimensi yang digunakan dalam

pengukuran kualitas layanan elektronik yaitu, dimensi E-Servqual yang terdiri dari *effeciency*, *system availability*, *fulfillmen* dan *privacy*, jumlah populasi serta lokasi penelitian dan metode regresi linear yang digunakan adalah regresi linear sederhana.

B. Kerangka Berpikir



Dalam penelitian ini, peneliti akan menguji pengaruh kualitas layanan elektronik sebagai variabel independen (X) dan kepuasan nasabah sebagai variabel dependen (Y). Sehingga hasil dari penelitian akan menemukan hasil antara adanya pengaruh atau tidak adanya pengaruh antara kedua variabel tersebut.

Berikut ini penjabaran variabel yang digunakan:

1. Konsep Kualitas Layanan Elektronik

a. Pengertian Kualitas Layanan

Kualitas adalah kondisi dinamis dari produk, layanan, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melampaui harapan.

Sedangkan, layanan merupakan aktivitas yang tidak berwujud akan tetapi keuntungan yang disediakan perusahaan dengan maksud untuk memuaskan kebutuhannya ketika mereka mengeluarkan uang.

Kualitas Pelayanan merupakan suatu proses atau aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan yang dapat dirasakan secara langsung hasilnya yang dimana dapat memenuhi harapan pelanggan.¹¹

Oleh karena itu, kualitas layanan dapat diartikan sebagai upaya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen serta memberikan metode penyampaian yang seimbang dengan harapan konsumen. Pelayanan yang berkualitas akan memuaskan nasabah yang merupakan faktor penting dalam bisnis perbankan.¹²

1) Definisi Pelayanan

Kata pelayanan, secara *etimologis* dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia mengandung arti usaha melayani kebutuhan orang lain. Pelayanan pada dasarnya adalah kegiatan yang ditawarkan kepada konsumen atau nasabah yang dilayani yang bersifat tidak nampak dan tidak dapat dimiliki. Pengertian lebih luas disampaikan oleh Davidow dan Uttal bahwa pelayanan merupakan usaha apa saja yang menaikkan kepuasan pelanggan. Sedangkan untuk pengertian pelayanan prima merupakan

¹¹ Fandy Tjiptono, “*Manajemen Jasa*” Edisi Kedua, (Yogyakarta: Andy Offset: 2000), hlm. 90

¹² Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra, “*Service, Quality, dan Satisfication*”, (Yogyakarta: Andi, 2005), hlm. 11

terjemahan dari istilah “*Service Excellent*” yang secara harfiah berarti pelayanan terbaik atau sangat baik karena sesuai dengan standar pelayanan yang berlaku atau yang dimiliki instansi pemberi layanan seperti bank.¹³

Berdasarkan pengertian tersebut, dapat dijabarkan karakteristik dari suatu pelayanan tersebut:

- a) Pelayanan bersifat tidak dapat diraba, pelayanan sangat berlawanan sifatnya dengan barang jadi.
- b) Pelayanan pada kenyataannya terdiri dari tindakan nyata dan merupakan pengaruh yang bersifat tindakan sosial.
- c) Kegiatan produksi dan konsumsi dalam pelayanan tidak dapat dipisahkan secara nyata, karena pada umumnya terjadi dalam waktu dan tempat bersamaan.

Karakteristik tersebut dapat diwujudkan sebagai dasar pemberian pelayanan terbaik bagi nasabah. Sejalan dengan pengertian tersebut, pengertian pelayanan prima atau layanan unggul pada nasabah itu sendiri dapat diperluas menjadi bagaimana pihak pemberi layanan, hal ini pihak bank memberikan layanan secara maksimal kepada nasabah, dan kesiapan dalam mengatasi permasalahan yang muncul secara profesional. Pelayanan ini akan menimbulkan kesan yang baik bagi nasabah sehingga mereka akan

¹³ Ikatan Bankir Indonesia (IBI), *Mengelola Kualitas Layanan Perbankan – Ed. 1.* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2014), hlm. 75-76

seterusnya datang kembali untuk menjadi rekan bisnis bank yang baik.¹⁴

2) Layanan Prima

Pelayanan prima adalah layanan yang bermutu tinggi, layanan istimewa, layanan yang terbaik dan layanan yang prima. Layanan prima (*Service Excellent*) merupakan gambaran etos/budaya kerja suatu organisasi dan karyawannya. Apapun pelayanan kepada masyarakat tentu telah ada suatu ketentuan tata laksanaanya, prosedur dan kewenangnya, sehingga penerima pelayanan merasa puas apa yang telah diterimanya.¹⁵ Bentuk pelayanan prima yang baik adalah pelayanan yang dilakukan dengan ramah, cepat, tepat, dan nyaman sehingga memenuhi kepuasan atau harapan nasabahnya, bahkan melebihi apa yang menjadi harapan nasabahnya.

Oleh karena itu, untuk memberikan pelayanan yang baik, cepat, dan cermat maka suatu bank perlu memahami dan melaksanakan budaya pelayanan prima, yaitu suatu sistem pelayanan yang bertujuan untuk menyenangkan dan memuaskan nasabah. Pelayanan prima, sebagaimana tuntutan pelayanan yang memuaskan pelanggan/masyarakat, maka memerlukan persyaratan agar dapat dirasakan oleh setiap pelayanan untuk memiliki kualitas kompetensi yang profesional, dengan demikian kualitas kompetensi

¹⁴ *Ibid.*, hlm. 75-76

¹⁵ Ikatan Bankir Indonesia (IBI), *Mengelola Kualitas Layanan*. . . , hlm. 76

profesionalisme menjadi suatu aspek yang penting dan wajar dalam setiap transaksi. Pelayanan prima adalah segala upaya yang terbaik dan sempurna dari seseorang yang diwujudkan dalam memenuhi kebutuhan orang lain, sehingga orang tersebut merasa puas.

Disamping itu, penggunaan teknologi canggih dalam pelayanan jasa akan mengarah pada suatu tujuan dimana produktivitas pegawai merupakan salah satu kunci menuju profitabilitas dan secara khusus akan menghemat waktu pegawai (mempercepat waktu pengerjaan) dalam melayani pelanggan dan akan meningkatkan tingkat akurasi hasil pelayanan.¹⁶ Berdasarkan Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (OJK), menyatakan bahwa layanan perbankan digital adalah Layanan Perbankan Elektronik yang dikembangkan dengan optimal pemanfaatan data nasabah dalam rangka melayani nasabah secara cepat, mudah, dan sesuai dengan kebutuhan (*customer experience*), serta dapat dilakukan secara mandiri sepenuhnya oleh nasabah, dengan memperhatikan aspek pengamanannya.¹⁷

b. Kualitas Pelayanan Elektronik

Perkembangan teknologi pada saat ini telah memberikan banyak kemudahan dalam berkomunikasi yang di mana mampu mengubah perilaku masyarakat. Akan tetapi, di sisi lain dengan peningkatan

¹⁶ Wardhana, Aditya. Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking (*m-Banking*) Terhadap Kepuasan Nasabah Di Indonesia. (*DeReMa Jurnal Manajemen Vol. 10 No. 2*). 2015, hlm 275

¹⁷ Otoritas Jasa Keuangan, *Penyelenggaraan Layanan Perbankan Digital oleh Bank Umum*. Regulasi, 2018.

pengguna internet merupakan peluang bagi pemasar untuk merancang strategi pemasarannya dengan memanfaatkan teknologi salah satunya perbankan.

Menurut Fandy Tjiptono, mendefinisikan *e-Service Quality* atau kualitas pelayanan elektronik sebagai berikut.¹⁸

“Kualitas pelayanan elektronik merupakan sejauh mana situs memfasilitasi layanan yang efektif dan efisien dalam hal pembelian, pemesanan dan pengiriman.”

Sedangkan menurut Parasuraman dalam Lupiyoadi, mendefinisikan *e-Service Quality* sebagai berikut.

“Kualitas pelayanan elektronik merupakan suatu layanan sebuah *website* secara efektif dan efisien memfasilitasi dalam hal berbelanja, melakukan pembelian dan proses penyerahan dari produk dan jasa. Penilaian kualitas *website* tidak hanya saat pengalaman selama melakukan interaksi dengan *website* tetapi juga interaksi setelah mendapatkan layanan tersebut”.¹⁹

c. Dimensi Kualitas Layanan Elektronik

Skala *e-SERVQUAL* merupakan skala yang dikembangkan oleh Parasuraman, *et al.*, pada tahun 2005 dengan mengembangkan skala *e-SERVQUAL* yang terdiri dari 7 (tujuh) dimensi. Ketujuh dimensi tersebut terbagi menjadi dua skala yaitu, *E-ServQual (E-Core - Service Quality Scale)* dan *E-Rec-ServQual (E-Recovery Service Quality Scale)*.

¹⁸ Fandy Tjiptono, “*Pemasaran Jasa*”, Yogyakarta: Andi, 2014. Hlm., 410

¹⁹ Rambat Lupiyoadi, “*Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi Edisi 3*”, Jakarta: Salemba Empat, 2013. Hlm., 230

E-ServQual mencakup untuk digunakan mengukur persepsi pelanggan terhadap pengalamannya dalam menunjungi/interaksi dengan *website*. Dengan menggunakan metode *e-ServQual* dan *e-RecsQual* dapat diandalkan untuk mengukur persepsi kualitas layanan terhadap kepuasan individu pada saat menggunakan suatu layanan tertentu.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan skala *e-ServQual* untuk mengukur persepsi pelanggan. Skala ini merupakan model inti dalam melakukan pengukuran kualitas layana sistem elektronik. *E-ServQual* adalah skala multi item yang dikembangkan untuk mengukur kualitas pelayanan yang diberikan melalui situs *web e-commerce* sebagai tempat di mana pelanggan berbelanja *online*,²⁰ yang mencakup 4 dimensi yang dijabarkan oleh Santaoridis sebagai berikut:²¹

1. *Efficiency* (Efisiensi): kemampuan pelanggan dalam mencari produk yang diinginkan dan informasi yang berkaitan dengan produk tersebut, kemudahan dan kecepatan dalam mengakses serta menggunakan situs tersebut. Efisiensi dianggap sangat penting dalam pelayanan *online* karena kemudahan dan penghematan waktu umumnya dianggap sebagai alasan utama untuk bertransaksi *online*.²²

²⁰ Parasuraman, A., Zeithaml, Valerie A., Malhotra, "ES-QUAL: A Multipleitem Scale For Assessing Electronic Service Quality". *Journal of Service Research*, Vol. 7, pp. 213-233, 2005.

²¹ Supriyantini, Imam, & Riyadi. "Pengaruh *Efficiency, Fulfillment, System Availability*, dan *Privacy* Terhadap *e-Satisfaction*". *Jurnal Adminstrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 5 No. 2, 2014., hlm. 4

²² Ranganathan, C., & S. Ganapathy, "Key dimensions of business-toconsumer web sites (dalam Tan et al., 2009)". *Journal Information & Management*, No. 6 Vol. 39, 457-465, 2002.

2. *Fulfillment* (Pemenuhan): Menurut Parasuraman, et al. Pemenuhan merupakan sebagai dimensi kualitas layanan elektronik yang didefinisikan sebagai tingkat pemenuhan janji yang disediakan oleh situs. Sejauh mana janji-janji situs terpenuhi, pemenuhan produk dan memberikan layanan yang diminta pelanggan secara benar dan tepat waktu serta segala macam transaksi yang dilakukan dapat diselesaikan sesuai harapan.

Pemenuhan adalah salah satu faktor yang paling penting untuk penilaian kualitas sebuah bisnis *online* karena menepati janji layanan dan pemenuhan pesanan yang akurat adalah elemen dari kualitas pelayanan yang mengarah kepada kepuasan pelanggan atau ketidakpuasan.²³

3. *System Availability* (Ketersediaan Sistem): Segala macam fungsi teknik yang tersedia dapat berjalan dengan lancar. Fungsi masalah seperti tombol tidak bekerja atau *link* yang hilang dapat menyebabkan pelanggan kecewa dan dapat menyebabkan pelanggan keluar. Akibatnya, perusahaan kehilangan kesempatan untuk meningkatkan loyalitas pelanggan.

4. *Privacy* (Rahasia Pribadi): Sejauh mana situs tersebut aman dan melindungi informasi pelanggan dan dapat memberikan suatu keamanan dan jaminan terhadap data-data pribadi pelanggan.

²³ Yang, Z. and Fang, X, "Online Service Quality Dimensions and Their Relationship with Satisfaction". *International Journal of Service Industry Management*, Vol. 15 No. 3, pp. 302-326, 2004.

Privacy telah terbukti sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dan kualitas situs secara keseluruhan.²⁴

2. Definisi Digital Banking

Menurut OJK, layanan perbankan digital merupakan kegiatan perbankan yang dapat diakses secara mandiri dengan menggunakan elektronik, baik itu melalui media digital milik nasabah, calon nasabah maupun milik bank sendiri. Layanan perbankan elektronik (*Elektronik Banking*) adalah layanan bagi nasabah Bank untuk memperoleh informasi, melakukan komunikasi dan melakukan transaksi perbankan melalui media elektronik.²⁵

Dengan adanya layanan digital perbankan ini dapat mempermudah calon nasabah dan nasabah untuk mendapatkan informasi, registrasi, pembukaan rekening, melakukan komunikasi, penutupan rekening, transaksi di luar produk perbankan seperti halnya informasi mengenal hal nasihat keuangan (*financial advisory*), transaksi sistem perdagangan berbasis elektronik (*e-Commerce*), investasi dan lain sebagainya.

Perkembangan layanan digital perbankan menurut OJK di dorong oleh bebrapa hal, antara lain sebagai berikut:

- a. Pesatnya perkembangan teknologi informasi.
- b. Gaya hidup masyarakat yang terus mengikuti perkembangan teknologi informasi.

²⁴ Yoo, B and Donthu, N. "Developing and Validating a Multidimensional Consumer-Based Brand Equity Scale. *Journal of Business Research*, Vol. 52, 1-14, 2001.

²⁵ Peraturan Otoritas Jasa Keuangan, "Penerapan Manajemen Risiko dalam Penggunaan Teknologi Informasi Oleh Bank Umum", 2016., hlm. 3

- c. Adanya kecenderungan masyarakat terhadap layanan yang efektif, efisien, komprehensif, mudah, serta dapat diakses kapanpun dan dimanapun.
- d. Adanya kompetisi antar industri perbankan dalam memberikan layanan kepada nasabah
- e. Perbankan memerlukan operasional yang efisien dan terintegrasi.

Saat ini, *digital banking* menjadi daya tarik tersendiri untuk menarik nasabah. Alhasil, perbankanpun mulai berlomba-lomba mendapatkan akses layanan perbankan secara mandiri (*self service*) tanpa harus mengunjungi bank. Adapun layanan perbanka secara mandiri, seperti melakukan transaksi (tunai, transfer dan pembayaran), buka rekening, dan layanan lainnya.

Dan, salah satu layanan digital perbankan yaitu, *e-form* merupakan *electronik formulir* merupakan aplikasi berbasis *website* yang digunakan sebagai media pengisian formulir transaksi, berupa pembukaan rekening secara mandiri yang dapat dilakukan dimanapun dan kapanpun untuk memudahkan dan kenyamanan nasabah. Layanan ini tersedia untuk membantu dan memudahkan nasabah atau calon nasabah dalam melakukan buka rekening online dan transaksi lainnya.

Keunggulan yang dimiliki layanan *e-Form* adalah dapat diakses kapanpun dan dimanapun, mengkomodisi kebutuhan nasabah yang mengedepankan kecepatan pelayanan, tidak perlu antri terlalu lama serta tanpa ada biaya administrasi tambahan.

3. Konsep Kepuasan Nasabah (Y)

a. Pengertian Kepuasan Nasabah

Kepuasan adalah perasaan seseorang yang disebabkan karena membandingkan kinerja (atau hasil) yang dirasakan dari produk dengan ekspektasi mereka. Jika kinerja yang dilakukan gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan akan merasa tidak puas. Begitu sebaliknya, jika kinerja yang dilakukan sesuai dengan ekspektasi, pelanggan akan sangat puas atau senang.²⁶

Namun demikian untuk mewujudkan kepuasan nasabah secara menyeluruh bukanlah suatu yang mudah. Kepuasan pelanggan adalah kepuasan yang didapatkan pelanggan karena mendapatkan nilai (*value*) dari pemasok, produsen, atau penyedia jasa. Nilai (*value*) dapat berasal dari produk, layanan, sistem, atau faktor emosional tertentu. Pelanggan yang puas adalah pelanggan yang akan berbagi kepuasan dengan pelanggan lainnya. Faktanya menurut penelitian, pelanggan yang puas akan membagikan pengalaman mereka dengan 3-5 temannya, akan tetapi jika mereka merasa tidak puas mereka akan memberi tahu 10-15 orang lainnya. Oleh karena itu, makna kepuasan pelanggan sangat penting untuk dijadikan acuan bagi perusahaan terkait seperti bank.

Kepuasan diartikan sebagai tingkat kepuasan seseorang setelah mengetahui kinerja atau hasil yang diharapkannya. Sedangkan pelanggan merupakan seseorang atau kelompok yang datang atau secara

²⁶ Tjiptono, Fandy. *Perspektif Manajemen dan pemasaran Kontemporer - Ed. 1, Cet. 1.* (Yogyakarta: Andi, 2000), hlm. 90

berulang kali datang ke suatu tempat yang sama untuk memuaskan keinginan dengan memiliki suatu produk atau mendapatkan pelayanan jasa.²⁷ Berikut ini definisi mengenai kepuasan pelanggan/konsumen yang dikutip dari beberapa ahli, yaitu:²⁸

- a) Philip Kotler mengatakan bahwa kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang ia rasakan sesuai dengan harapan.
- b) Wilkie mendefinisikan kepuasan konsumen sebagai suatu tanggapan emosional pada evaluasi terhadap pengalaman konsumsi suatu produk atau jasa.
- c) Kotler, Richard F. Gerson mendefinisikan kepuasan konsumen sebagai persepsi konsumen bahwa harapannya telah terpenuhi atau terlampaui.
- d) Meowen mendefinisikan bahwa kepuasan konsumen merupakan sikap keseluruhan dari konsumen setelah memperoleh dan menggunakan suatu produk atau jasa.
- e) Oliver menyatakan bahwa kepuasan pelanggan didefinisikan sebagai evaluasi purnabeli, dimana persepsi terhadap kinerja alternatif produk atau jasa yang dipilih memenuhi atau melebihi harapan sebelum pembelian. Apabila persepsi terhadap kinerja

²⁷ Eko Purnomo, Retno Widowati. Pengaruh Persepsi Nasabah BRI Pada Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah BRI Kanca Wonosari. (*Jurnal Bisnis Teori dan Implementasi*, Vol. 10; 52-6). 2019, hlm 52.

²⁸ Ikatan Bankir Indonesia (IBI), *Mengelola Kualitas Layanan Perbankan – Ed. 1.* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2014), hlm. 80-81

tidak dapat memenuhi harapan, maka yang terjadi adalah ketidakpuasan.

Dari definisi mengenai kepuasan nasabah yang dikutip oleh beberapa ahli, bahwa kepuasan nasabah adalah perasaan senang atau puas seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dipersepsikan terhadap kinerja yang diharapkan.

Dalam konteks kualitas produk dan kepuasan nasabah, terdapat konsensus bahwa harapan nasabah memiliki peranan yang besar sebagai standar perbandingan dalam evaluasi kualitas maupun kepuasan. Harapan nasabah merupakan keyakinan nasabah sebelum mereka mencoba untuk menggunakan produk sebuah bank, yang dimana dijadikan acuan dalam menilai kualitas produk tersebut. Dan dua hal yang diharapkan oleh nasabah adalah rasa senang dan puas, serta pemecahan atas masalah yang dihadapinya, dengan demikian keberhasilan atau kepuasan nasabah tergantung kepada seberapa banyak nasabah tersebut diberikan kedua hal tersebut.²⁹

b. Metode Pengukuran Kepuasan Nasabah

Beberapa faktor penentuan atau determinan dari kepuasan pelanggan adalah persepsi pelanggan mengenai kualitas jasa yang berfokus pada dimensi jasa. Selain itu, juga dipengaruhi oleh kualitas produk, harga, dan faktor-faktor yang bersifat pribadi serta bersifat sesaat. Di samping itu, pengukuran terhadap pelanggan telah menjadi

²⁹ Ikatan Bankir Indonesia (IBI), *Mengelola Kualitas Layanan Perbankan – Ed. 1.* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2014), hlm. 81

suatu yang sangat penting bagi setiap perusahaan. Hal ini disebabkan karena, kepuasan pelanggan menjadi umpan balik dan masukan bagi perusahaan pengembangan dan implementasi strategi dalam peningkatan kepuasan pelanggan. Menurut Kotler, ada beberapa cara untuk mengukur kepuasan, yaitu:³⁰

1) Sistem keluhan dan saran (*Complaint and Sugestion system*)

Perusahaan yang berorientasi pada pelanggan perlu menyediakan kesempatan dan akses yang mudah dan nyaman bagi para pelanggan guna menyampaikan saran, kritik, pendapat, dan keluhan mereka. Media yang biasa digunakan berupa kotak saran, kartu komentar, saluran telepon khusus bebas pulsa, *website*, dan lain-lain. Dimana metode ini memberikan ide atau masukan yang berharga bagi perusahaan dan memungkinkan untuk bereaksi secara tanggap dan cepat untuk mengatasi masalah-masalah yang timbul.

2) Pembeli bayangan (*Ghost / Mystery Shopping*)

Salah satu cara memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah dengan memperkejakan beberapa orang untuk berperan atau bersikap sebagai nasabah atau pelanggan potensial. Para pembelanja misterius akan diminta untuk mengamati secara seksama dan menilai cara perusahaan dan pesaingnya melayani permintaan spesifik pelanggan, menjawab pertanyaan pelanggan

³⁰ Philip Kotler & Kevin Lane Keller, "Manajemen Pemasaran" Edisi 14. Jakarta: PT. Prenhalindo, 2012., hlm. 42

dan menangani setiap keluhan berdasarkan pengalaman mereka dalam pembelian produk-produk tersebut. Selain itu, para *ghost shoppers* juga dapat mengobservasi cara penanganan setiap keluhan.

3) Analisis pelanggan yang lari (*Lost customer analysis*)

Setiap perusahaan berusaha menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli atau yang telah pindah pemasok agar dapat memahami mengapa hal itu terjadi dan bisa mengambil tindakan dari kejadian tersebut. Akan tetapi, metode ini sulit diterapkan karena mantan pelanggan cenderung untuk tidak bersedia berpartisipasi pada riset ini disebabkan karena mereka sudah pindah pemasok dan tidak memiliki kepentingan lagi dengan perusahaan yang bersangkutan.

4) Survei kepuasan pelanggan (*Customer satisfactions surveys*)

Umumnya penelitian mengenai kepuasan pelanggan dilakukan dengan metode survei untuk mendeteksi komentar pelanggan, baik melalui pos, *e-mail*, telepon, *website* maupun wawancara langsung. Diharapkan dari survei ini perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik secara langsung dari pelanggan dan juga memberikan indikasi yang positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap para pelanggannya.

Pengukuran kepuasan pelanggan dengan metode ini dapat dilakukan dengan cara, sebagai berikut:³¹

- a) *Directly Reported Satisfaction*, pengukuran dilakukan menggunakan item-item spesifik yang menanyakan langsung tingkat kepuasan yang dirasakan pelanggan.
- b) *Derived Satisfaction*, pertanyaan yang diajukan yaitu tingkat harapan atau ekspektasi pelanggan terhadap kinerja produk atau jasa perusahaan pada atribut-atribut relevan, dan persepsi pelanggan terhadap kinerja aktual atau jasa perusahaan yang bersangkutan.
- c) *Problem Analysis*, responden diminta mengungkapkan masalah-masalah yang mereka hadapi yang berkaitan dengan produk atau jasa perusahaan dan saran-saran perbaikan.
- d) *Importance Performance Analysis*, responden diminta untuk menilai tingkat kepentingan berbagai atribut relevan dan tingkat kinerja perusahaan pada masing-masing atribut tersebut.

c. Indikator Kepuasan Nasabah

Kepuasan tersebut merupakan suatu respon dari pelanggan terhadap evaluasi kesesuaian yang dirasakan antara ekspektasi pelanggan dengan hasil kinerja produk.

Adapun indikator kepuasan, sebagai berikut:³²

³¹ Fandy Tjiptono & Greforius Chandra, “*Service, Quality & Satisfaction*”, Edisi 3. Yogyakarta: Andi, 2011., hlm. 316-319.

- 1) Nasabah puas atas layanan elektronik BSI
- 2) Nasabah puas ketika transaksi yang dilakukan berhasil dengan sukses.
- 3) Layanan elektronik dapat memenuhi harapan nasabah.
- 4) Layanan elektronik tidak menimbulkan komplain dari nasabah.
- 5) Layanan elektronik menyediakan informasi.
- 6) Layanan elektronik menyediakan *contac center*.

C. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah yang diajukan.³³ Hipotesis akan ditolak jika pernyataan sementara tersebut tidak sesuai fakta, begitu sebaliknya.³⁴ Berdasarkan penelitian sebelumnya bahwa kualitas layanan secara signifikan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Sehingga peneliti ingin mengetahui apakah dengan adanya kualitas layanan *e-Form* berpengaruh terhadap meningkatnya kepuasan nasabah pada bank Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Mataram Pejanggik 1 (Studi Kasus Mahasiswa Perbankan Syariah 2020/2021 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Mataram).

H₁: Diduga terdapat pengaruh kualitas layanan *e-form* terhadap tingkat kepuasan nasabah pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Mataram

³² Anggraeni & Yasa, "E-Service Quality Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan dalam Penggunaan Internet Banking". (*Jurnal Keuangan dan Perbankan*, Vol. 16, 293-306, 2012), hlm. 296

³³ Suryani, Hendryadi, *Metode Riset Kuantitatif: Teori dan Aplikasi Pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam Ed. I*. (Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2015), hlm. 98

³⁴ Sugiyono. *Metode Penelitian Bisnis*. (Bandung: Alfabeta, 2009), hlm 25

Pejanggik 1 (Studi Kasus Mahasiswa Perbankan Syariah 2020/2021 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Mataram).

H₀: Diduga tidak terdapat pengaruh kualitas layanan *e-form* terhadap tingkat kepuasan nasabah pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Mataram Pejanggik 1 (Studi Kasus Mahasiswa Perbankan Syariah 2020/2021 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Mataram).



BAB III

METODE PENELITIAN

Metode penelitian adalah metode yang digunakan untuk merancang, melaksanakan, mengelola data dan menarik kesimpulan atas masalah penelitian tertentu. Berdasarkan tujuan utama dalam penelitian ini ialah menjelaskan apakah terdapat pengaruh kualitas layanan *e-form* terhadap tingkat kepuasan nasabah berdasarkan persepsi nasabah Bank Syariah Indonesia.

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif, penelitian deskriptif dimaksud untuk mendeskripsikan secara sistematis dan akurat atau area populasi tertentu yang bersifat faktual.³⁵

Sedangkan menurut Sugiyono, metode penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat positivisme, bertujuan untuk menggabungkan dan menguji hipotesis yang dibuat peneliti. Penelitian kuantitatif memuat banyak angka-angka mulai dari pengumpulan data, pengelolaan data serta hasil yang didominasi angka.

Sebelumnya, peneliti telah menjelaskan bahwa jenis metode yang digunakan salah satunya adalah deskriptif. Analisis deskriptif dilakukan untuk mendeskriptifkan dan menggambarkan tentang ciri-ciri responden dan variabel penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan analisis

³⁵ Sudarwan Danim. *Riset Keperawatan, Sejarah dan Metodologi*. (Jakarta: Buku Kedokteran EGC, 2003), hlm 52

deskriptif untuk variabel independen dan dependen yang selanjutnya dilakukan pengklasifikasian terhadap jumlah skor responden.

Dari jumlah skor jawaban responden yang diperoleh kemudian akan disusun kriteria penilaian untuk setiap item pernyataan. Untuk mendeskripsikan data pada setiap variabel penelitian dilakukan dengan menyusun tabel distribusi frekuensi untuk mengetahui tingkat perolehan skor variabel penelitian masuk dalam kategori sangat setuju; setuju; cukup; tidak setuju; dan sangat tidak setuju. Untuk mengetahui skor rata-rata dapat menggunakan rumus berikut ini.

$$\sum_p \frac{\sum \text{Jawaban Kuesioner}}{\sum \text{Pertanyaan} \times \sum \text{Responden}} = \text{Skor Rata - rata}$$

Setelah diketahui skor rata-rata, maka hasil tersebut dimasukkan kedalam garis kontinum dengan kecenderungan jawaban responden akan di dasarkan pada nilai rata-rata skor. Kemudian, dikategorikan pada rentang skor sebagai berikut.

$$\frac{ST - SR}{K}$$
$$r = \frac{5 - 1}{5} = 0,8$$

Nilai tertinggi = 5, nilai terendah = 1

Keterangan :

r = Rentang/skala

ST = Skor Jawaban

SR = Skor Jawaban

K = Kategori

Nilai rata-rata tersebut dapat diinterpretasikan kedalam garis kontum. Garis kontinum dapat dilihat pada Gambar 3.1 dibawah ini.

Tabel 3.1
Interval Kontinum

No.	Interval Kontinum	Keterangan
1	1 – 1,80	Sangat Tidak Baik
2	1,80 – 2,60	Tidak Baik
3	2,60 – 3,40	Cukup Baik
4	3,40 – 4,20	Baik
5	4,20 - 5	Sangat Baik

Sumber: Sugiyono (2017)

B. Populasi dan Sampel

Dalam penelitian yang akan dilakukan peneliti terdapat dua hal yaitu populasi dan sampel yang akan dijelaskan sebagai berikut:

a. Populasi

Populasi merupakan area yang terdiri dari obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.³⁶ Populasi dalam penelitian ini menggunakan mahasiswa jurusan Perbankan Syariah 2020/2021 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Mataram sejumlah 106 orang, yang merupakan salah satu nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Mataram Pejanggik 1. Pada penelitian ini jumlah populasinya adalah 106 orang yang terdiri dari tiga kelas jurusan Perbankan Syariah semester 2.

³⁶ Sugiyono. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. (Bandung: Alfabeta, 2017), hlm. 80

b. Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang memiliki karakteristik yang sama dengan objek yang akan diteliti. Apabila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, karena keterbatasan seperti dana, tenaga dan waktu.³⁷ Maka teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Non Probability Sampling* atau penarikan sampel secara acak dengan menggunakan teknik *convenience sampling*.

Non probability sampling ialah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan yang sama bagi setiap unsur anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel, sedangkan teknik *convenience sampling* adalah sebuah kumpulan informasi dari anggota-anggota populasi yang mudah diperoleh dan mampu menyediakan informasi tersebut.³⁸

Dalam menentukan jumlah sampel yang berukuran besar dan jumlah yang tidak diketahui ditentukan berdasarkan hasil perhitungan menggunakan rumus slovin, sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$
$$n = \frac{106}{1 + 106 (0.05)^2}$$
$$n = \frac{106}{1.265} = 83.794 = 84$$

³⁷ Sugiyono. *Metodologi Penelitian Kuantitatif...*, hlm. 81

³⁸ Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. (Bandung: Alfabeta, 2017)

Keterangan:

n = Besar sampel yang dicari

N = Ukuran Populasi atau jumlah elemen dalam populasi

e = Nilai presisi atau tingkat signifikansi yang ditentukan 0.05.

Berdasarkan perhitungan yang diperoleh diatas, maka jumlah sampel yang akan diteliti adalah sebesar 83.794 responden. Akan tetapi, Agar memudahkan dalam penelitian, sehingga peneliti menetapkan jumlah sampel yang digunakan sejumlah 85 orang yang merupakan mahasiswa Perbankan Syariah 2020/2021 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Mataram semester 2 yang merupakan nasabah dari Bank Syariah Kantor Cabang Mataram Pejanggik 1.

C. Waktu dan Tempat Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti akan mengambil tempat penelitian di Kampus II UIN Mataram Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Jl. Gajah Mada No. 100 Mataram. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh kualitas layanan *e-form* terhadap tingkat kepuasan nasabah pada PT Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Mataram Pejanggik 1 (Studi Kasus Mahasiswa Perbankan Syariah 2020/2021 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Mataram).

D. Variabel Penelitian

Variabel penelitian merupakan kegiatan menguji hipotesis, yaitu menguji penerapan antara teori empiris dan kenyataan.³⁹ Variabel adalah suatu konsep atau konstruk yang akan dipelajari dan diambil kesimpulannya dari kegiatan penelitian.⁴⁰ Dan dalam penelitian ini, peneliti akan menggunakan dua variabel yaitu variabel bebas (*Independence Variable*) dan variabel terikat (*Dependent Variable*).

1. Variabel Bebas (*Independence Variable*)

Variabel bebas (*Independent Variable*) adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel *dependen* (terikat).⁴¹ Maka, yang menjadi variabel bebas dalam penelitian ini yaitu, Kualitas Layanan Elektronik.

2. Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Variabel terikat (*Dependent Variable*) merupakan variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas.⁴² Variabel terikat adalah variabel yang memberikan reaksi atau respon jika dihubungkan dengan variabel bebas.⁴³ Dan yang menjadi variabel terikat dalam penelitian ini adalah Kepuasan Nasabah.

³⁹ Julainsyah Noor, *Metode Penelitian Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah*. (Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2011), hlm. 47

⁴⁰ Suryani, Hendryadi, *Metode Riset Kuantitatif: Teori dan Aplikasi Pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam Ed. I*. (Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2015), hlm. 90

⁴¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methode)*. (Bandung: Alfabeta, 2012), hlm. 148

⁴² *Ibid.*, hlm 148

⁴³ Suryani, Hendryadi, *Metode Riset Kuantitatif: Teori dan Aplikasi Pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam Ed. I*. (Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2015), hlm. 91

E. Desain Penelitian

Desain penelitian adalah semua proses yang diperlukan dalam perencanaan dan pelaksanaan penelitian.⁴⁴ Desain penelitian melibatkan seperangkat keputusan mengenai topik yang akan dipelajari, bagaimana populasi penelitian, metode penelitian apa yang akan digunakan, serta tujuan apa penelitian dilakukan.⁴⁵ Maka dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif. Berdasarkan latar belakang masalah yang diuraikan sebelumnya, desain tulisan ini termasuk jenis penelitian studi kasus yang dilakukan dengan mengumpulkan data dan informasi yang diperoleh langsung dari mahasiswa Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Mataram sebagai responden.

Jenis penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif yaitu menggambarkan bagaimana pengaruh kualitas layanan *e-Form* terhadap tingkat kepuasan nasabah. Alat yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuisioner (angket). Dan, untuk teknik pengumpulan data dengan menyebarkan kuisioner pada responden.

F. Instrumen/Alat dan Bahan Penelitian

Instrumen penelitian merupakan suatu alat yang akan digunakan dalam mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati.⁴⁶ Instrumen penelitian digunakan untuk melakukan pengukuran dengan tujuan menghasilkan data kuantitatif yang akurat, sehingga setiap instrumen harus

⁴⁴ Moh Nazir, *Metode Penelitian*. (Bogor: Ghalia Indonesia, 2011), hlm. 84

⁴⁵ Suryani, Hendryadi, *Metode Riset Kuantitatif: Teori dan Aplikasi Pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam Ed. I*. (Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2015), hlm. 109

⁴⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi*. (Bandung: Alfabeta, 2014), hlm. 147

mempunyai skala. Di samping itu, jumlah instrumen yang akan digunakan untuk peneliti tergantung dari jumlah variabel yang diteliti.⁴⁷

Untuk alat yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuisisioner (Angket). Kuisisioner (Angket) ialah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab.⁴⁸

G. Teknik Pengumpulan Data/Prosedur Penelitian

Teknik pengumpulan data ialah suatu cara yang digunakan dalam upaya memperoleh dan mengumpulkan data yang diperlukan dalam suatu penelitian.⁴⁹ Berikut teknik yang akan peneliti gunakan dalam pengumpulan data penelitian ini sebagai berikut:

1. Observasi

Observasi merupakan suatu teknik pengumpulan data dengan melakukan pengamatan terhadap kegiatan yang sedang berlangsung. Tujuan observasi adalah untuk menemukan, mengembangkan, membuktikan teori serta mengungkapkan sasaran yang ingin dicapai.⁵⁰ Observasi dapat dilakukan secara partisipasi atau non partisipasi. Yang dimaksud dengan observasi partisipasi ialah pengamat tidak ikut serta

⁴⁷ Iwan Hermawan, *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif dan Mixed Methode*. (Kuningan: Hidayatul Quran Kuningan, 2009), hlm. 73

⁴⁸ *Ibid.*, hlm. 149

⁴⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi, Kuantitatif dan Mixed Methode*. (Bandung: Alfabeta, 2014), hlm. 308

⁵⁰ Ni'matuzuhroh dan Susanti Prasetyaningrum, *Observasi: Teori dan Aplikasi dalam Psikolog*. (Universitas Muhamadiyah Malang, 2018), hlm. 155

dalam kegiatan, dimana hanya berperan mengamati kegiatan, dan begitu sebaliknya.⁵¹

Dalam penelitian ini, yang mejadi objek penelitian observasi adalah Mahasiswa Perbankan Syariah 2020/2021 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Mataram.

2. Dokumentasi

Dokumentasi adalah mencari data atau mengenai hal-hal atau variasi berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, noutulen, hasil rapat dan sebagainya.⁵² Dokumen yang diperlukan dalam penelitian ini yakni untuk memperoleh data-data tertulis yang akan dibutuhkan dilokasi penelitian berupa berkas, profil, struktur organisasi Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Mataram Pejanggik I, serta data-data yang berkaitan dengan layanan *e-Form* terhadap tingkat kepuasan nasabah.

3. Kuisisioner (Angket)

Kuisisioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab.⁵³ Untuk pertanyaan dalam sebuah kuisisioner berpedoman pada indikator-indikator variabel, pengerjaan dengan memiliki salah satu alternatif jawaban yang telah disediakan. Kuisisioner (angket) ini akan

⁵¹ Nana Syaodih Sukmadinata, *Metode Penelitian Pendidikan*. (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010), hlm. 308

⁵² Suharsimi Arikanto, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif*. (Jakarta: Bina Aksara, 1989), hlm. 224

⁵³ *Ibid*, hlm. 142

disebarkan kepada mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah 2020/2021 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Mataram.

Penelitian ini akan menggunakan pengukuran skala *likert*. Skala *likert*, yaitu skala untuk mengukur pendapat seorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan skala *likert*, variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Dan selanjutnya, indikator tersebut dijadikan sebagai tolak ukur untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan.⁵⁴ Dari masing-masing pernyataan atau pertanyaan kuisisioner tersebut, peneliti akan memberi skor sebagai berikut:

Tabel 3.2 Skala Likert

Skala Likert	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Kurang Setuju (KS)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Diharapkan dengan penelitian ini dapat menggali banyak informasi dari subyek yang berkaitan secara langsung dengan masalah penelitian yang merupakan menjadi fokus utama dalam penelitian ini.

⁵⁴ Wardhana, Aditya. Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking (*m-Banking*)..., hlm. 278

H. Teknik Analisis Data

Analisis data ialah suatu kegiatan yang dilakukan oleh peneliti setelah data terkumpul. Analisis data dilakukan untuk menjawab rumusan masalah dan hipotesis yang diajukan. Untuk mendukung hasil penelitian ini, data penelitian yang diperoleh akan dianalisis menggunakan alat bantu program aplikasi komputer IBM SPSS.

Adapun pengujian-pengujian yang digunakan dalam menganalisis data dalam penelitian ini adalah:

1. Uji Instrumen

a. Uji Validitas dan Relibilitas

1) Uji Validitas

Validitas merupakan digunakan untuk mengukur ketetapan antara data yang sesungguhnya terjadi pada obyek penelitian dengan data yang dilaporkan oleh peneliti.⁵⁵ Uji validitas merupakan item digunakan untuk mengukur ketetapan suatu item dalam kuisioner atau skala, apakah item-item tersebut pada kuisioner sudah tetap dalam mengukur apa yang ingin diukur, atau bisa juga melakukan penilaian langsung dengan metode korelasi *person* atau metode *Corrected item-Total correlation*.⁵⁶

Metode uji validitas digunakan untuk mengukur kevalidan tidaknya suatu kuisioner. Suatu kuisioner dikatakan valid jika

⁵⁵ Margono, *Metode Penelitian Pendidikan*. (Jakarta: Rineka Cipta, 2004), hlm. 118

⁵⁶ Duwi Priyatno, *SPSS Analisis Statistik Data Lebih Cepat Lebih Akurat*. (Yogyakarta: Medikom, 2011), hlm. 24

pernyataan atau pertanyaan pada kuisioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuisioner tersebut.

Metode uji validitas ini menggunakan cara mengkorelasikan masing-masing skor item dengan skor total item. Skor total item adalah penjumlahan dari keseluruhan item. Pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan alat bantu program aplikasi komputer IBM SPSS, dengan kriteria sebagai berikut:

- (a) Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka pertanyaan atau pernyataan tersebut dinyatakan valid.
- (b) Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka pertanyaan atau pernyataan tersebut dinyatakan tidak valid.

2) Uji Reliabilitas

Menurut Duwi, reliabilitas adalah tingkat keandalan suatu instrumen penelitian. Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat pengukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang.⁵⁷

Metode penelitian yang sering digunakan dalam penelitian untuk mengukur skala rentang seperti skala *likert* 1-5 adalah *Cronbach Alpha*, yang memiliki fungsi untuk mengetahui apakah alat ukur yang digunakan dapat diandalkan.

⁵⁷ Duwi Priyatno, *SPSS Analisis Statistik Data...*, hlm 24

Di mana suatu instrumen dikatakan handal (reliabel) bila memiliki koefisien keandalan atau alpha sebesar 0,6 atau lebih. Pengujian validitas ini dilakukan dengan menggunakan alat bantu program aplikasi komputer IBM SPSS. Butir pertanyaan yang dinyatakan valid dalam uji validitas akan ditentukan reliabilitasnya dengan kriteria sebagai berikut:

- (a) Jika $r_{\alpha} > r_{\text{tabel}}$, maka pertanyaan atau pernyataan reliabel.
- (b) Jika $r_{\alpha} < r_{\text{tabel}}$, maka pertanyaan atau pernyataan tidak reliabel.

b. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan pengujian pada variabel penelitian dengan menggunakan regresi, dalam penelitian ini, peneliti menggunakan regresi sederhana.

a) Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah terdapat variabel pengganggu atau residu. Uji normalitas dapat dilakukan dengan menggunakan uji *kolmogorov smirnov* satu arah. Pengambilan kesimpulan untuk menentukan apakah suatu data mengikuti distribusi normal atau tidak dengan menilai signifikannya.

- (1) Jika signifikansinya $> 0,05$ maka berdistribusi normal.

- (2) Jika signifikansinya $< 0,05$ maka variabel tidak berdistribusi normal.

Penguji normalitas dalam penelitian ini menggunakan alat bantu program aplikasi komputer IBM SPSS.

b) Uji Linearitas

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linear secara signifikan atau tidak. Menurut sugiyono dan susanto, uji linearitas dapat dipakai untuk mengetahui apakah variabel terikat dengan variabel bebas memiliki hubungan linear atau tidak secara signifikan. Dasar pengambilan keputusan dalam uji linearitas dapat dilakukan dengan dua cara, yaitu:

(a) Membandingkan Nilai Signifikansi (Sig.) dengan 0,05

- Jika nilai Deviation from Linearity Sig. $> 0,05$, maka ada hubungan yang linear secara signifikan antara variabel bebas dengan variabel terikat.
- Jika nilai Deviation from Linearity Sig. $< 0,05$, maka tidak ada hubungan yang linear secara signifikan antara variabel bebas dengan variabel terikat.

(b) Membandingkan Nilai F_{hitung} dengan F_{tabel}

- Jika nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka ada hubungan yang linear secara signifikan antara variabel bebas dengan variabel terikat.

- Jika nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka tidak ada hubungan yang linear secara signifikan antara variabel bebas dengan variabel terikat.

Uji linieritas ini dapat dilakukan melalui *test of linearity* pada IBM SPSS.

c) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan variabel dari residu pengamatan ke pengamatan yang lainnya.⁵⁸ Dasar pengambilan keputusan uji heteroskedastisitas yaitu:

- a. Jika nilai signifikansi $> \alpha = 0.05$, tidak terjadinya heteroskedastisitas.
- b. Jika nilai signifikansi $< \alpha = 0.05$, terjadi heteroskedastisitas.

c. Uji Hipotesis

Uji hipotesis merupakan prosedur untuk menguji pendugaan suatu fenomena dari perilaku konsumen dan perilaku pasar.⁵⁹

a) Analisis Regresi Linear Sederhana

Regresi linear sederhana adalah model probabilistik yang menyatakan hubungan linear antara dua variabel di mana salah satu variabel dianggap mempengaruhi variabel yang lain.

Variabel yang mempengaruhi dinamakan variabel independen dan

⁵⁸ Widarjono, *Metode Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar Untuk Penulisan Skripsi dan Analisis Data dengan SPSS*, di terj, Nikolaus Duli, (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2019), hlm. 122

⁵⁹ Ujang Sumarwan, et. Al., *Riset Pemasaran dan Konsumen*. (Bogor: IPB Press, 2012), hlm 37

variabel yang dipengaruhi dinamakan variabel dependen.⁶⁰ Secara umum persamaan regresi linear sederhana adalah

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

a = angka konstan

b = angka koefisien regresi

X = variabel independen (Kualitas layanan *e-form* hasanah)

Y = variabel dependen (Kepuasan nasabah)

Pengambilan keputusan dalam uji regresi linear sederhana dapat dilakukan dengan dua cara diantaranya yaitu, dengan membandingkan nilai t_{hitung} dengan t_{tabel} atau dengan membandingkan nilai signifikansi dengan nilai probabilitas 0,05.

(a) Membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel}

Dalam pengujian hipotesis ini sering disebut dengan Uji t, yang dimana digunakan untuk melihat signifikansi pengaruh dari variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y).⁶¹ Uji t pada dasarnya, menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel *dependent* (terikat). Dasar pengambilan keputusan dalam uji t adalah:

- Jika nilai t_{hitung} lebih besar > dari t_{tabel} maka terdapat pengaruh

⁶⁰ Suyono, *Analisis Regresi untuk Penelitian Ed. 1, Cet. 1.* (Yogyakarta: Deepublish, 2018), hlm. 5

⁶¹ Dwi priyanri, *Mandiri Belajar SPSS untuk ...*, hlm. 82

- Jika nilai t_{hitung} lebih kecil < dari t_{tabel} maka tidak terdapat pengaruh

(b) Membandingkan Nilai Signifikansi dengan Probabilitas 0,05

Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan signifikansi 5% atau 0,05. Untuk memastikan apakah koefisien regresi tersebut signifikan atau tidak, peneliti dapat melakukan uji hipotesis dengan cara membandingkan nilai signifikansi (Sig.) dengan probabilitas 0,05. Dan dasar pengambilan keputusan dilakukan dengan kriteria:

- Jika nilai signifikan tidak lebih < dari nilai probabilitas 0.05, maka terdapat pengaruh

Ini berarti variabel independen (variabel bebas) mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (variabel terikat), maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.

- Jika nilai signifikan lebih > dari nilai probabilitas 0.05 maka tidak terdapat pengaruh

Ini berarti variabel independen (variabel bebas) tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependent (variabel terikat).

b) Koefisiensi Determinasi (R^2)

Koefisiensi determinasi (R^2) yaitu ukuran untuk mengetahui persentase kesesuaian atau ketetapan hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen dalam suatu persamaan regresi. Koefisiensi regresi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan dalam menerangkan variasi variabel terikat. Nilai koefisiensi determinasi berkisaran antara 0 dan 1.⁶²

Secara sistematis jika nilai R^2 adalah 0-1 ($0 < R^2 < 1$), dengan ketentuan R^2 mendekati 1, maka hubungan antara variabel bebas dan terikat semakin erat. Sedangkan jika nilai R^2 menjauhi 1, maka hubungan antara variabel bebas dan terikat semakin renggang.



⁶² Suyono, *Analisis Regresi untuk Penelitian Ed. 1, Cet. 1.* (Yogyakarta: Deepublish, 2018), hlm. 84

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Profil PT Bank Syariah Indonesia

a. Sejarah Perusahaan

Indonesia sebagai negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia, memiliki potensi untuk menjadi yang terdepan dalam industri keuangan Syariah. Meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap *halal matter* serta dukungan *stakeholder* yang kuat, merupakan faktor penting dalam pengembangan ekosistem industri halal di Indonesia. Termasuk di dalamnya adalah Bank Syariah. Bank Syariah memainkan peranan penting sebagai fasilitator pada seluruh aktivitas ekonomi dalam ekosistem industri halal.

Keberadaan industri perbankan Syariah di Indonesia sendiri telah mengalami peningkatan dan pengembangan yang signifikan dalam kurun tiga dekade ini. Inovasi produk, peningkatan layanan, serta pengembangan jaringan menunjukkan trend yang positif dari tahun ke tahun. Bahkan, semangat untuk melakukan percepatan juga tercermin dari banyaknya Bank Syariah yang melakukan aksi korporasi. Tidak terkecuali dengan Bank Syariah yang dimiliki Bank BUMN, yaitu Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah.

Pada 1 Februari 2021 yang bertepatan dengan 19 Jumadil Akhir 1442 H menjadi penanda sejarah bergabungnya Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah menjadi satu entitas yaitu PT Bank Syariah Indonesia Tbk (BSI). Penggabungan ini akan menyatukan kelebihan dari ketiga Bank Syariah sehingga menghadirkan layanan yang lebih lengkap, jangkauan lebih luas, serta memiliki kapasitas permodalan yang lebih baik. Didukung sinergi dengan perusahaan induk (Mandiri, BNI, BRI) serta komitmen pemerintah melalui Kementerian BUMN, Bank Syariah Indonesia didorong untuk dapat bersaing di tingkat global.⁶³

Penggabungan ketiga Bank Syariah tersebut merupakan ikhtiar untuk melahirkan Bank Syariah kebanggaan umat, yang diharapkan menjadi energi baru pembangunan ekonomi nasional serta berkontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat luas. Keberadaan Bank Syariah Indonesia juga menjadi cerminan wajah perbankan Syariah di Indonesia yang modern, universal, dan memberikan kebaikan bagi segenap alam (Rahmatan Lil 'Aalamiin).

b. Visi dan Misi Bank Syariah Indonesia

- **Visi BSI**

- 1) TOP 10 *Global Islamic Bank*

⁶³ Sejarah Perusahaan Bank Syariah Indonesia, di akses pada tanggal 21 Maret 2021 pukul 22.44 WITA. <https://bankbsi.co.id/company-information/tentang-kami>.

2) Menciptakan BANK SYARIAH yang masuk ke dalam 10 besar menurut kapitalisasi pasar secara global dalam waktu 5 tahun ke depan

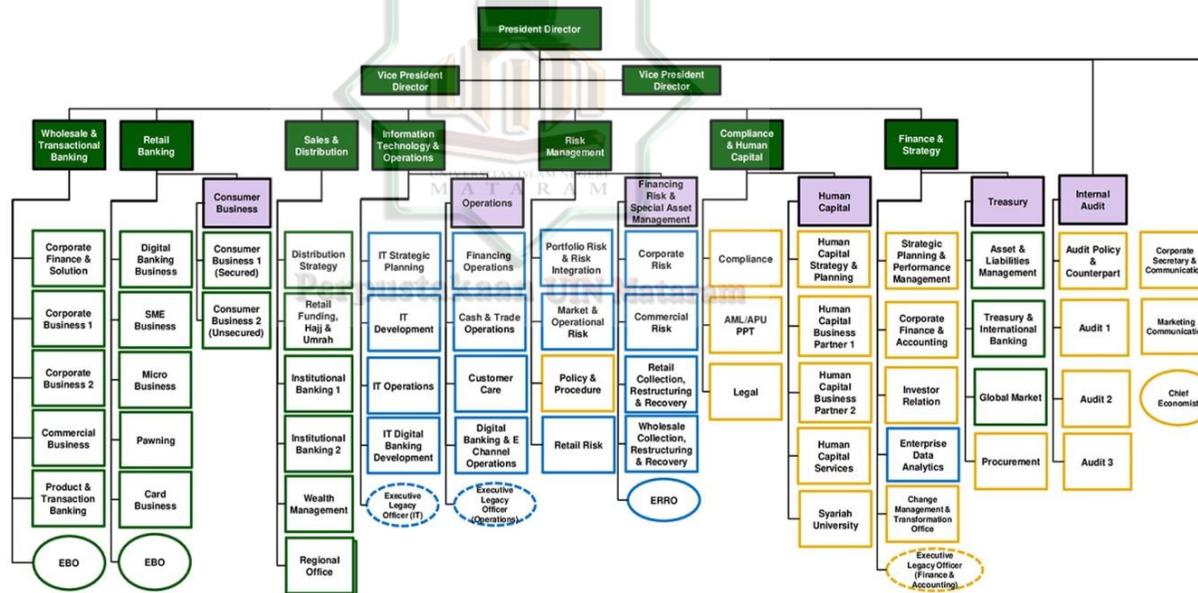
- **Misi BSI**

- 1) Memberikan akses solusi keuangan syariah di Indonesia.
- 2) Melayani > 20 juta nasabah dan menjadi top 5 bank berdasarkan asset (500+T) dan nilai buku 50 T di tahun 2025.
- 3) Menjadi bank besar yang memberikan nilai terbaik bagi para pemegang saham.
- 4) Top 5 bank yang paling profitable di Indonesia (ROE 18%) dan valuasi kuat (PB>2).
- 5) Menjadi perusahaan pilihan dan kebanggaan para talenta terbaik Indonesia.
- 6) Perusahaan dengan nilai yang kuat dan memberdayakan masyarakat serta berkomitmen pada pengembangan karyawan dengan budaya berbasis kinerja.

c. Struktur Organisasi Bank Syariah Indonesia

Struktur organisasi adalah susunan kedudukan dari para staf dan pegawai atau karyawan yang ada dalam suatu perusahaan, yang mana dimulai dari tingkat yang paling tinggi hingga tingkat yang paling rendah. Adapun struktur organisasi Bank Syariah Indonesia secara sederhana dapat dilihat pada bagan berikut:⁶⁴

Gambar 4.1
Struktur Organisasi Bank Syariah Indonesia



⁶⁴Sejarah Perusahaan Bank Syariah Indonesia, di akses pada tanggal 21 Maret 2021 pukul 22.44 WITA. <https://bankbsi.co.id/company-information/tentang-kami>

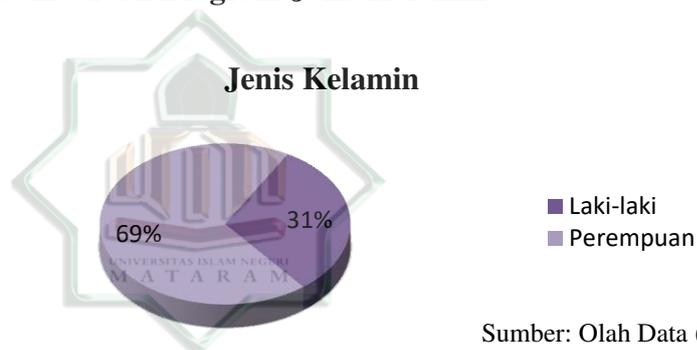
2. Analisis Penelitian

1) Deskriptif Responden

Penelitian ini dilakukan pada mahasiswa jurusan Perbankan Syariah 2020/2021 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Semester 2 yang merupakan nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Mataram Pejanggik 1. Adapun deskripsi responden mengenai jenis kelamin, usia, dan pekerjaan yaitu, sebagai berikut.

a) Jenis Kelamin

Gambar 4.2 Diagram Jenis Kelamin

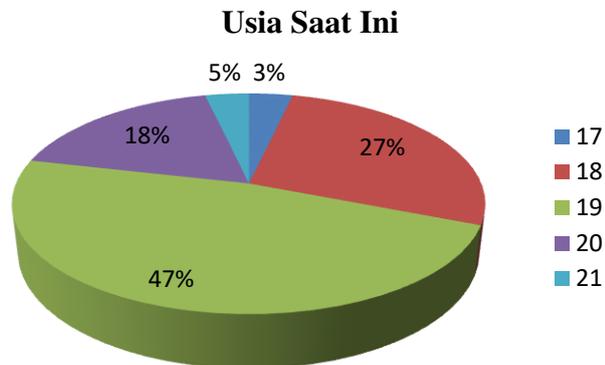


Sumber: Olah Data (2021)

Dari jumlah sampel dari mahasiswa jurusan Perbankan Syariah tahun 2020/2021 semester 2 sejumlah 85 orang. Diketahui bahwa karakteristik dari jenis kelamin responden dominannya adalah Perempuan. Dengan perbandingan persentase perempuan dengan laki-laki adalah 69% dan 31%. Atau dengan kata lainnya, responden yang berjenis kelamin perempuan berjumlah 59 orang dan laki-laki berjumlah 26 orang.

b) Usia Responden

Gambar 4.3 Usia Responden



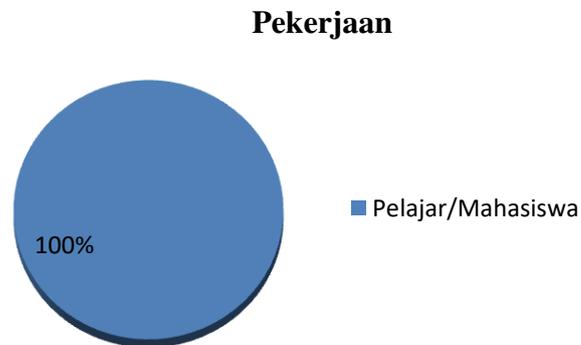
Sumber: Olah data (2021)

Dari hasil pengolahan data dapat diketahui bahwa usia responden yang berusia 17 tahun berjumlah 3 orang atau sebesar 3%, responden yang berusia 18 tahun berjumlah 23 orang atau sebesar 27%, responden yang berusia 19 tahun berjumlah 40 orang atau sebesar 47%, responden berusia 20 tahun berjumlah 15 orang atau sebesar 18% dan responden berusia 21 tahun berjumlah 4 orang atau sebesar 5%. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa usia responden yang paling dominan adalah usia 19 tahun yang berjumlah 40 atau sebesar 47%.

c) Pekerjaan Responden

Karakteristik pekerjaan responden dapat digolongkan menjadi 6 kategori, yaitu: pelajar/mahasiswa, pegawai negeri, pegawai swasta, wiraswasta/pengusaha, TNI/POLRI/Purnawirawan dan IRT.

Gambar 4.4 Pekerjaan Responden



Sumber: Olah data (2021)

Berdasarkan hasil pengolahan data, persentase tabel pekerjaan responden dominannya diperoleh data pelajar/mahasiswa sebanyak 85 orang dengan persentase 100%. Karena peneliti melakukan penelitian terhadap mahasiswa UIN Mataram Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam jurusan Perbankan Syariah 2020/2021.

2) Deskriptif Statistik Variabel

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan terhadap 85 responden melalui penyebaran kuesioner. Adapun gambaran umum dari persepsi responden terhadap masing-masing pernyataan dalam variabel kualitas layanan elektronik dan kepuasan nasabah.

a. Kualitas Layanan Elektronik

Variabel dalam penelitian ini di ukur melalui 4 indikator yang mempersentasikan pernyataan dari variabel ini. Berikut ini hasil tanggapan responden kualitas layanan elektronik dapat dijelaskan pada setiap tabel variabel berikut ini:

1. *Efficiency* (Efisiensi)

Efisiensi merupakan salah satu hal yang dianggap sangat penting dalam pelayanan *online* karena kemudahan dan penghematan waktu umumnya dianggap sebagai alasan utama untuk bertransaksi *online*. Adapun tanggapan responden mengenai *efficiency* terhadap kepuasan nasabah dapat dilihat pada tabel 4.1 dibawah ini.

Tabel 4.1
Tanggapan Responden Terhadap *Efficiency*

No	Pernyataan	Frekuensi					Mean
		SS	S	KS	TS	STS	
1	Saya dapat mengakses layanan <i>e-form</i> BSI dengan mudah dan cepat	35	45	3	0	2	4.30
2	Saya dapat melakukan transaksi dalam waktu yang relatif cepat dalam mengakses <i>e-form</i>	31	47	6	1	0	4.27
3	Layanan <i>website e-form</i> mudah diakses kapanpun dan dimanapun	57	23	5	0	0	4.61
4	Layanan <i>e-form</i> memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan	25	51	9	0	0	4.19
5	Dengan menggunakan layanan <i>e-form</i> tidak perlu mengantri terlalu lama	31	40	14	0	0	4.20
6	Menggunakan layanan <i>e-form</i> pelayanan saya menjadi cepat dan efisien	41	38	5	1	0	4.40
Jumlah Rata-rata							4,33

Sumber data: *Output IBM SPSS Statistics (2021)*

Berdasarkan tabel 4.1 di atas menjelaskan bahwa rata-rata yang diperoleh dari tanggapan responden terhadap *efficiency* adalah sebesar 4,33 yang berarti sangat baik, artinya

responden setuju bahwa efisiensi dalam layanan *e-form* memberikan kemudahan dan penghematan waktu dalam bertransaksi *online*.

2. System Availability (Ketersediaan Sistem)

Ketersediaan sistem menjadi salah satu hal penting yang harus diperhatikan oleh perusahaan saat mengembangkan suatu layanan digital. Hal ini bertujuan untuk meminimalisir resiko tidak berfungsinya sistem pengoprasian layanan digital yang memungkinkan terjadi. Adapun tanggapan responden mengenai ketersediaan sistem terhadap kepuasan nasabah dapat dilihat pada tabel 4.2 dibawah ini.

Tabel 4.2
Tanggapan Responden Terhadap System Availability

No	Pernyataan	Frekuensi					Mean
		SS	S	KS	TS	STS	
1	Sistem layanan <i>e-form</i> menjalankan permintaan nasabah secara akurat	19	58	7	1	0	4.12
2	Sistem <i>e-form</i> jarang terjadi kesalahan (<i>error</i>)	13	34	35	3	0	3.67
3	<i>Website e-form</i> dilengkapi dengan sistem keamanan	40	42	2	0	1	4.41
4	Kualitas <i>website e-form</i> BSI ringan hingga hanya memerlukan sedikit waktu untuk mengakses halaman web	28	50	6	0	1	4.22
5	Layanan <i>website e-form</i> difasilitasi dengan panduan penggunaan atau pengaplikasian hingga memudahkan saya dalam melakukan pengaplikasian.	49	33	3	0	0	4.54
Mean							4.20

Sumber data: Output IBM SPSS Statistics (2021)

Berdasarkan Tabel 4.2, diketahui bahwa rata-rata yang diperoleh dari tanggapan responden terhadap *system availability* (ketersediaan sistem) sebesar 4,20 yang berarti sangat baik, artinya responden setuju bahwa BSI telah menyediakan sistem yang memadai pada layanan *e-form*.

3. *Fulfillment* (Pemenuhan)

Pemenuhan adalah salah satu faktor yang paling penting untuk penilaian kualitas sebuah bisnis *online* karena menepati janji layanan dan pemenuhan pesanan yang akurat adalah elemen dari kualitas pelayanan yang mengarah kepada kepuasan pelanggan atau ketidakpuasan. Adapun tanggapan responden mengenai *fulfillment* (pemenuhan) terhadap kepuasan nasabah dapat dilihat tabel. 4.3 dibawah ini.

Tabel 4.3
Tanggapan responden terhadap *Fulfillment*

No	Pernyataan	Frekuensi					Mean
		SS	S	KS	TS	STS	
1	Layanan <i>e-form</i> pada BSI memiliki produk yang dapat dipilih	33	47	5	0	0	4.33
2	Layanan <i>e-form</i> pada BSI selalu menepati janji (misalnya: layanan cepat, aman, nyaman, efisien dan sebagainya)	42	38	4	1	0	4.42
3	Informasi yang didapatkan dari <i>website e-form</i> sama dengan informasi yang didapatkan dari bank	20	60	4	0	1	4.15
4	Saya mendapat jaminan atas resiko terhadap layanan <i>e-form</i>	17	54	13	1	1	4.02
5	Layanan <i>website e-form</i> menyediakan FAQ (fitur tanya jawab)	45	37	2	1	0	4.50
Mean							4,28

Sumber data: *Output IBM SPSS Statistics (2021)*

Berdasarkan tabel 4.3, diketahui bahwa rata-rata yang diperoleh dari tanggapan responden terhadap *fulfillman* adalah sebesar 4,28 yang berarti sangat baik, artinya responden setuju *e-form* BSI memiliki keakuratan yang bagus dan mampu mendeskripsikan kebutuhan nasabah.

4. *Privacy* (Kerahasiaan Pribadi)

Privacy merupakan salah satu komponen penting dan vital dalam komunikasi data elektronik. Berbagai sistem telah dikembangkan untuk menjaga keamanan seperti *private key* dan *public key*. Adapun tanggapan responden mengenai *privacy*

terhadap kepuasan nasabah dapat dilihat di Tabel 4.4 di bawah ini.

Tabel 4.4
Tanggapan Responden Terhadap *Privacy*

No	Pernyataan	Frekuensi					Mean
		SS	S	K S	TS	STS	
1	Sistem keamanan <i>website e-form</i> dapat dijamin	28	52	3	2	0	4.24
2	Tingkat gangguan dari pihak lain lebih rendah	18	39	24	3	1	4.00
3	Kerahasiaan identitas nasabah dijamin oleh pihak bank	34	46	4	1	0	4.33
4	Situs pada layanan <i>e-form</i> melindungi informasi data saya	29	50	5	1	0	4,26
5	Saya percaya pada sistem keamanan layanan <i>website e-form</i>	26	54	4	1	0	4.23
Mean							4,20

Sumber data: *Output IBM SPSS Statistics (2021)*

Berdasarkan tabel 4.4, diketahui bahwa rata-rata yang diperoleh dari tanggapan responden terhadap *privacy* sebesar 4,20 yang maknanya sangat baik, artinya responden setuju *digital banking e-form* BSI memiliki tingkat keamanan yang baik, dan mampu menjaga data nasabah serta dapat mendeskriptifkan kebutuhan nasabah.

b. Kepuasan Nasabah

Kepuasan merupakan hal penting yang perlu di perhatikan. Kepuasan berkaitan erat dengan sejauh mana suatu layanan dalam memenuhi harapan para penggunanya. Pengguna yang merasa puas

terhadap layanan *e-form* adalah pengguna yang merasa bahwa dengan menggunakan layanan *e-form* telah mampu memenuhi harapan dan kebutuhan transaksi perbankan mereka. Hal ini termasuk mampu memberikan pengalaman bertransaksi perbankan yang baik serta merasa benar-benar puas dengan keputusan mereka untuk menggunakan layanan *e-form*. Adapun tanggapan responden terhadap kepuasan nasabah dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 4.5
Tanggapan Responden Terhadap Kepuasan Nasabah

No	Pernyataan	Frekuensi					Mean
		SS	S	KS	TS	STS	
1	Saya merasa puas dengan layanan <i>website e-form</i> pada Bank Syariah Indonesia	28	54	2	1	0	4.28
2	Saya puas ketika dapat mengakses <i>website e-form</i> dengan cepat dan mudah	53	30	2	0	0	4,60
3	Saya lebih nyaman menggunakan <i>e-form</i> dari pada mengisi manual	31	46	7	1	0	4.25
4	Layanan yang diberikan sangat memuaskan sehingga tidak ada complain dari nasabah	20	46	17	2	0	4,00
5	<i>Website e-form</i> menyediakan informasi yang dibutuhkan nasabah	27	55	2	1	0	4.27
6	Situs layanan <i>e-form</i> menyediakan kontak telepon, <i>E-mail</i> , <i>Call center</i> , dll yang bisa dihubungi untuk mengatasi masalah dan keluhan	61	22	1	1	0	4,68
Mean							4,30

Sumber data: *Output IBM SPSS Statistics (2021)*

Berdasarkan Tabel 4.5, diketahui bahwa rata-rata yang diperoleh dari tanggapan responden terhadap Kepuasan Nasabah sebesar 4,30 yang maknanya sangat baik, artinya responden setuju layanan *e-form* BSI mampu memberikan kepuasan terhadap nasabah.

3) Analisis Data Penelitian

a. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

1. Uji Validitas

Uji validitas merupakan uji yang dilakukan untuk mengetahui valid atau tidaknya item-item pertanyaan yang telah disusun dalam kuesioner (Angket) penelitian. Peneliti telah melakukan penyebaran kuesioner pada 85 responden dengan item pertanyaan sebanyak 27 pertanyaan. Selama pengujian ini, peneliti menggunakan tingkat kesalahan 5% dengan $\alpha = 0,05$ dan nilai r_{tabel} adalah 0,213. Dan, berikut ini hasil yang diperoleh yaitu sebagai berikut: UIN Mataram

Tabel 4.6
Hasil Uji Validitas

No	Indikator	Item	r_{hitung} n = 85	r_{tabel} n = 85	Keterangan
1	Effeciency	Item 1	0,483	0,213	Valid
		Item 2	0,623		Valid
		Item 3	0,496		Valid
		Item 4	0,648		Valid
		Item 5	0,448		Valid
		Item 6	0,600		Valid

Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas (Lanjutan)

No	Indikator	Item	r_{hitung} n = 85	r_{tabel} n = 85	Keterangan
2	System Availability	Item 1	0,658	0,213	Valid
		Item 2	0,448		Valid
		Item 3	0,600		Valid
		Item 4	0,712		Valid
		Item 5	0,539		Valid
3	Fulfillment	Item 1	0,494	0,213	Valid
		Item 2	0,570		Valid
		Item 3	0,640		Valid
		Item 4	0,653		Valid
		Item 5	0,493		Valid
4	Privacy	Item 1	0,402	0,213	Valid
		Item 2	0,605		Valid
		Item 3	0,604		Valid
		Item 4	0,650		Valid
		Item 5	0,589		Valid
5	Kepuasan	Item 1	0,532	0,213	Valid
		Item 2	0,551		Valid
		Item 3	0,577		Valid
		Item 4	0,663		Valid
		Item 5	0,721		Valid
		Item 6	0,581		Valid

Sumber: data diolah (2021)

Berdasarkan Tabel 4.6 di atas, maka dapat disimpulkan bahwa berdasarkan perbandingan antara nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} keseluruhan pertanyaan dalam instrumen dinyatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan suatu pengujian yang bertujuan untuk mengukur sejauh mana suatu hasil pengukuran relatif konsisten apabila di alat ukur tersebut digunakan secara berulang-ulang. Dan setelah peneliti melakukan pengujian dengan bantuan menggunakan *SPSS Statistics*, hingga memperoleh hasil sebagai berikut.

Tabel 4.7
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Realibilitas Coefficient	Cronbach Alpha	Keterangan
X	21	0.909	Reliabel
Y	6	0.761	Reliabel

Sumber data: Olah data *SPSS Statistics* (2021)

Dasar pengambilan keputusan uji reliabilitas menurut V. Wiratna Sujarweni (2014), “Kuesioner dikatakan reliabel jika nilai Cronbach’s Alpha > 0.6 ”. Berdasarkan tabel 4.7 di atas diketahui nilai Cronbach’s Alpha sebesar 0.909, karena nilai Cronbach’s Alpha $0.909 > 0.6$, maka sebagaimana dasar pengambilan keputusan dalam uji reliabilitas, dapat disimpulkan bahwa pernyataan angket untuk variabel Kualitas Layanan (X) secara keseluruhan adalah reliabel atau konsisten dengan *N of item* atau banyaknya item pernyataan angket yang di analisis adalah 21 item soal.

Sedangkan untuk variabel Kepuasan Nasabah (Y) diketahui nilai Cronbach’s Alpha sebesar $0.761 > 0.6$, maka

sebagaimana dasar pengambilan keputusan dalam uji reliabilitas dapat disimpulkan bahwa pernyataan angket untuk variabel Kepuasan Nasabah (Y) secara keseluruhan adalah reliabel atau konsisten dengan *N Of Item* (banyaknya item pernyataan angket) adalah 6 item soal.

b. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah nilai residul berdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki nilai residul yang berdistribusi normal.

Tabel 4.8
Hasil Uji Normalitas

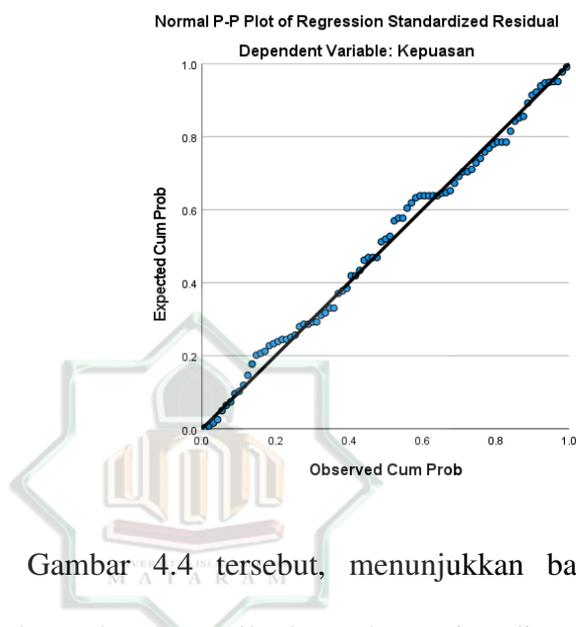
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
			Unstandardized Residual
N			85
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		.0000000
	Std. Deviation		1.62019337
Most Extreme Differences	Absolute		.059
	Positive		.049
	Negative		-.059
Test Statistic			.059
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c			.200 ^d
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^e	Sig.		.656
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.643
		Upper Bound	.668

Sumber: data diolah (2021)

Berdasarkan hasil uji normalitas yang dapat dilihat di Tabel 4.8 diketahui nilai signifikansi sebesar $0.200 > 0.05$, maka dapat disimpulkan bahwa nilai residul berdistribusi normal.

Selain pengujian menggunakan Kolmogorov Smirnov, peneliti juga menguji dengan normal P-Plot, dapat dilihat di Gambar 4.4 di bawah ini.

Gambar. 4.5
Normal P-Plot



Gambar 4.4 tersebut, menunjukkan bahwa titik-titik menyebar dan mengikuti arah garis diagonal. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan layak untuk digunakan karena memenuhi asumsi normalitas.

2) Uji Linearitas

Uji linearitas berfungsi untuk mengetahui bentuk hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat. Hubungan yang dimaksud adalah hubungan seperti garis lurus. Berikut ini hasil yang diperoleh yaitu, sebagai berikut.

Tabel 4.9
Hasil Uji Linearitas

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	
Kepuasan * Kualitas Layanan	Between Groups	(Combined)	321.429	29	11.084	4.452	.000
		Linearity	237.851	1	237.851	95.541	.000
		Deviation from Linearity	83.578	28	2.985	1.199	.278
	Within Groups		136.924	55	2.490		
	Total		458.353	84			

Sumber: data diolah (2021)

Berdasarkan nilai signifikansi (Sig) bahwa dari hasil *output* di atas, diperoleh nilai *Deviation from Linearity* Sig. sebesar $0,278 > 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa ada hubungan linear secara signifikan antara variabel Kualitas layanan elektronik (X) dengan variabel Kepuasan nasabah (Y).

3) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residu suatu pengamatan ke pengamatan yang lainnya. Jika varian dari residu pengamatan lainnya berbeda berarti adanya heteroskedastisitas dalam model regresi tersebut. Metode yang dilakukan dengan menggunakan uji glejser, uji glejser merupakan meregresikan antara variabel bebas dengan variabel *residual absolute*, apabila nilai $p > 0,05$ maka variabel tersebut dinyatakan bebas heteroskedastisitas. Suatu model regresi penelitian dikatakan baik apabila tidak terjadinya heteroskedastisitas.

Tabel. 4.10
Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	3.286	1.161		2.830	.006
	Kualitas Layanan	-.022	.013	-.187	-1.734	.087

a. Dependent Variable: ABRESID

Sumber: Olah data SPSS *Statistics* (2021)

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas pada tabel 4.10 diperoleh hasil signifikan X sebesar 0,087 lebih besar > dari 0,05, artinya tidak terjadi heteroskedastisitas karena tingkat signifikansi lebih dari 0,05.

c. Uji Hipotesis

1. Regresi Linear Sederhana

Regresi linear sederhana adalah model probabilistik yang menyatakan hubungan linear antara dua variabel di mana salah satu variabel dianggap mempengaruhi variabel yang lain. Variabel yang mempengaruhi dinamakan variabel independen dan variabel yang dipengaruhi dinamakan variabel dependen.

Tabel 4.11
Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

Coefficients^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.786	1.952		3.990	.000
	Kualitas Layanan	.206	.022	.720	9.462	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan
Sumber: data diolah (2021)

Secara umum rumus persamaan regresi linear sederhana adalah $Y = a + bX$. Berdasarkan tabel 4.11 di atas, maka model regresi yang diperoleh adalah sebagai berikut:

a = Angka konstan dari *Unstandardized Coefficients*. Dengan nilai sebesar 7,786. Artinya angka ini merupakan angka konstan bahwa jika tidak ada Kualitas Layanan (X) maka nilai konsisten Kepuasan Nasabah (Y) adalah sebesar 7,786.

b = angka koefisien regresi. Dengan nilai sebesar 0,206. Artinya angka ini mengandung arti bahwa setiap penambahan 1% tingkat Kualitas Layanan (X), maka Kepuasan Nasabah (Y) akan meningkat sebesar 0,206.

Maka, dengan demikian dapat dikatakan bahwa Kualitas Layanan (X) berpengaruh positif terhadap Kepuasan Nasabah (Y). Sehingga persamaan regresinya adalah

$$Y = 7,786 + 0,206X$$

2. Uji t (test)

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan statistik t. Untuk memastikan apakah koefisien regresi tersebut signifikan atau tidak (dalam arti variabel X berpengaruh terhadap variabel Y). Maka, peneliti dapat melakukan uji hipotesis dengan cara membandingkan nilai signifikan (Sig.) dengan probabilitas 0,05 atau dengan cara lain yaitu membandingkan nilai t_{hitung} dengan t_{tabel} .

Hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

H_0 : Tidak terdapat pengaruh kualitas layanan *e-form* terhadap tingkat kepuasan nasabah.

H_1 : Terdapat pengaruh kualitas layanan *e-form* terhadap tingkat kepuasan nasabah.

a. Uji Hipotesis dengan Membandingkan Nilai Sig dengan Probabilitas 0,05

Tabel 4.12
Output SPSS (Coefficients)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.786	1.952		3.990	.000
	Kualitas Layanan	.206	.022	.720	9.462	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan

Sumber: Olah data Ouput SPSS Statistics

Berdasarkan *output* di atas diketahui nilai signifikansi (Sig.) sebesar 0,000 lebih kecil dari $< 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 di tolak dan H_1 diterima, yang berarti bahwa “Ada pengaruh Kualitas Layanan *E-Form* (X) terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah (Y)”.

b. Uji Hipotesis dengan Membandingkan Nilai t_{hitung} dengan t_{tabel}

Pengujian hipotesis ini sering juga disebut dengan Uji t, dimana dasar pengambilan keputusan dalam uji t adalah:

- Jika nilai t_{hitung} lebih besar $>$ dari t_{tabel} maka terdapat pengaruh.
- Jika nilai t_{hitung} lebih kecil $<$ dari t_{tabel} maka tidak terdapat pengaruh.

Sehingga, untuk uji hipotesis membandingkan nilai t_{hitung} dengan t_{tabel} dapat di lihat dari hasil *output* di atas diketahui nilai t_{hitung} sebesar 9,462. Dan berikutnya, untuk mencari nilai t_{tabel} adapun rumus dalam mencari t_{tabel} adalah sebagai berikut:

$$\text{Nilai } \alpha : 2 = 0.05 : 2 = 0,025$$

$$df = n - 2 = 85 - 2 = 83$$

Nilai 0,025 : 83 , untuk nilai t_{tabel} didapatkan sebesar 1,992

Karena nilai t_{hitung} sebesar 9,462 lebih besar dari $> 1,992$, sehingga dapat disimpulkan bahwa “Terdapat pengaruh Kualitas layanan *e-form* (X) terhadap Kepuasan nasabah (Y)”.

3. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui keeratan hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat. Nilai R^2 terletak antara 0 sampai dengan 1 ($0 \leq R^2 \leq 1$). Tujuan menghitung koefisien determinansi adalah untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Dan berikut hasil analisis data diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.13
Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.720 ^a	.519	.513	1.630
a. Predictors: (Constant), Kualitas Layanan				
b. Dependent Variable: Kepuasan				

Sumber: Olah data (2021)

Berdasarkan tabel 4.13, diperoleh hasil bahwa nilai *R Square* (R^2) sebesar 0,519. Artinya nilai ini mengandung arti bahwa pengaruh Kualitas layanan *e-form* (X) terhadap Kepuasan Nasabah (Y) yaitu sebesar 51,9% sedangkan 48,1% kepuasan nasabah dipengaruhi oleh variabel yang lain yang tidak diteliti.

Kesimpulan dari uji analisis regresi linear sederhana adalah merujuk pada pembahasan di atas, maka dapat peneliti simpulkan bahwa “Kualitas Layanan (X) berpengaruh positif

terhadap Kepuasan Nasabah (Y) dengan total 51,9%. Pengaruh positif ini bermakna semakin meningkatnya kualitas layanan *e-form* maka akan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah tersebut.

B. Pembahasan

Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik Terhadap Kepuasan Nasabah

Kualitas layanan elektronik menjadikan kepuasan nasabah yang cukup besar, apabila pihak bank memiliki kualitas layanan elektronik yang baik akan memberikan kepercayaan kepada nasabah mengenai pelayanan bank yang handal dan berkualitas yang notabene nya dapat menghasilkan kepuasan nasabah.

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan, diperoleh hasil dari uji hipotesis penelitian yang telah dirumuskan sebelumnya. Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa variabel kualitas layanan elektronik secara keseluruhan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Ini didukung dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Suryani & Sumiati.⁶⁵ Hal ini juga didukung dengan penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh Ali Arifin. Di mana hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan nasabah dipengaruhi oleh semua variabel pada dimensi *E-S-Qual*.⁶⁶

Pengujian hipotesis dihitung secara bersama-sama menghasilkan nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($9,462 > 1,992$) pada taraf signifikansi 0,05 yang

⁶⁵ Suryani & Sumiati, Penggunaan Model E-S-Qual dalam Studi Pengaruh Kualitas Layanan Perbankan Online Terhadap Kepuasan Nasabah. (*Jurnal Ekonomi dan Bisnis* Vol. 11 No. 1, 2010: 478-486)

⁶⁶ Ali Arifin, "Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Internet Banking Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah dengan Menggunakan E-S-Qual dan E-Recs-Qual (Studi Pada Pengguna Layanan BSMNet Bank Syariah Mandiri)", *Skripsi* Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam: UIN Sutha Jambi, 2019.

berarti terdapat pengaruh terhadap kepuasan nasabah. Dan, berdasarkan hasil analisis secara parsial pada regresi linear sederhana dapat diketahui nilai signifikansi (Sig.) sebesar 0,000 lebih kecil dari $< 0,05$ yang di mana dapat disimpulkan bahwa H_0 di tolak dan H_1 diterima, yang artinya “Terdapat pengaruh layanan elektronik terhadap tingkat kepuasan nasabah”. Nilai koefisien determinasi *R Square* sebesar 0,519, hal ini menunjukkan bahwa sebesar 51,9% dari tingkat kepuasan nasabah dapat dijelaskan oleh variabel-variabel kualitas layanan elektronik, sedangkan 48,1% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Menurut Kotler & Keller, bahwa kualitas layanan merupakan kunci dari mengukur kepuasan nasabah. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi pelanggan, maka pelanggan akan tidak puas. Jika kinerja melebihi ekspektasi pelanggan, maka pelanggan akan merasa sangat puas dan senang. Oleh sebab itu, apabila ekspektasi pengguna terpenuhi terhadap kualitas layanan elektronik maka pengguna akan merasa puas terhadap layanan yang telah diberikan.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini meneliti tentang pengaruh kualitas layanan elektronik formulir terhadap tingkat kepuasan nasabah. Di mana kepuasan nasabah menjadi variabel dependen, sedangkan untuk kualitas layanan elektronik menjadi variabel independen. Diketahui kualitas layanan merupakan upaya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen serta memberikan metode penyampaian yang seimbang dengan harapan konsumen. Pelayanan yang berkualitas akan memuaskan nasabah yang merupakan faktor penting dalam bisnis perbankan. Oleh karena itu, berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan di bab sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan elektronik secara signifikan dan positif berpengaruh terhadap tingkat kepuasan nasabah. Karena semakin meningkatnya kualitas suatu layanan elektronik pada bank maka akan sangat berpengaruh terhadap tingkatnya kepuasan nasabah. Serta kepuasan nasabah juga dipengaruhi oleh variabel dimensi *ServQuality* yang dimana berpengaruh sangat baik.

B. Saran

Berikut ini merupakan beberapa saran yang peneliti ajukan berdasarkan hasil pada penelitian ini:

1. Perlu bagi Bank Syariah Indonesia untuk terus meningkatkan kualitas layanan elektronik agar terus meningkatkan kepuasan nasabah bagi pengguna layanan *e-form*.
2. Untuk peneliti selanjutnya dapat meneliti pada fokus penelitian dengan variabel berkaitan dengan kualitas pelayanan pada layanan *online (e-ServQual)*.
3. Dapat menggunakan metode dan alat uji yang lebih lengkap dan akurat agar memperoleh data yang lebih valid.



DAFTAR PUSTAKA

- Adi Kuswanto, “Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah”. *Jurnal Ekonomi Bisnis*, Vol. 14 No. 2, Agustus 2009.
- Ali Arifin, “Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Internet Banking Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah dengan Menggunakan E-S-Qual dan E-Recs-Qual (Studi Pada Pengguna Layanan BSMNet Bank Syariah Mandiri)”. *Skripsi Fakultas Ilmu Komputer: Universitas Brawijaya*, 2017.
- Anggraeni, Ni Made., & Yasa, Ni Nyoman. “E-Service Quality Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan dalam Penggunaan Internet Banking”. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, Vol. 16, 293-306, 2012.
- Dahlia Bonang. “Pengaruh Layanan *E-Banking* Terhadap Sikap Nasabah Bank Syariah di Kota Mataram”. *Jurnal Ekonomi Syariah* Vol. 8 No. 2, 2017.
- Duwi Priyatno, *SPSS Analisis Statistik Data Lebih Cepat Lebih Akurat*. Yogyakarta: Medikom, 2011.
- Supriyantini, Imam, & Riyadi. “Pengaruh *Efficiency, Fulfillment, System Availability*, dan *Privacy* Terhadap *e-Satisfaction* (Survei Pada PT Danareksa Aekuritas Cabang Universitas Islam Maulanan Malik Ibrahim Malang)”. (*Jurnal Administrasi Bisnis* Vol. 5 No. 2, 2014).
- Fandy Tjiptono, *Perspektif Manajemen dan pemasaran Kontemporer - Ed. 1, Cet. 1*. Yogyakarta: Andi, 2000.
- Ikatan Bankir Indonesia (IBI), *Mengelola Kualitas Layanan Perbankan – Ed. 1*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2014.
- Iwan Hermawan, *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif dan Mixed Methode*. Kuningan: Hidayatul Quran Kuningan, 2019.
- Izma Fazlun, J, “Pengaruh Penerapan Digital Banking Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada BNI Syariah Cabang Banda Aceh)”. *Skripsi UIN Ar-Raniry: Banda Aceh*, 2019.
- Jumarianingsih, Pengaruh Relationship Quality dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas di PT Bank NTB Syariah Mataram. *Skripsi UIN Mataram: Mataram*, 2019.
- Kotler, Philip, *Marketing Management, 11th Edition*. Prentice Hall Int’I, New Jersey, 2003.
- Margono, *Metode Penelitian Pendidikan*. Jakarta: Rineka Cipta, 2004.

- Nana Syaodih Sukmadinata, *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010.
- Ni'matuzuhroh & Susanti Prasetyaningrum, *Observasi: Teori dan Aplikasi dalam Psikolog*. Malang: Universitas Muhamadiyah Malang, 2018.
- Siaran Pers BNI Syariah. *BNI Syariah Targetkan Pembukaan Rekening Online di akhir 2019*. Di ambil pada 14 Desember 2020, pada pukul 12.47 WITA.
- Siti Zawiyah, "Pengaruh Digitalitas Bank Syariah Mandiri dalam Peningkatan Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah". *Skripsi* Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam: UIN Sutha Jambi, 2019.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi, Kuantitatif dan Mixed Methode*. Bandung: Alfabeta, 2014.
- Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2017.
- Suharsimi Arikanto, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif*. Jakarta: Bina Aksara, 1989.
- Suryani, Hendryadi, *Metode Riset Kuantitatif: Teori dan Aplikasi Pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam Ed. I*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2015.
- Tatik Suryani & May Sumiati. "Penggunaan Model *E-S-Qual* dalam Studi Pengaruh Kualitas Layanan Perbankan Online Terhadap Kepuasan Nasabah". (Jurnal Ekonomi Bisnis Vol. 11 No. 1, 2010).
- Suyono, *Analisis Regresi untuk Penelitian*. Yogyakarta: Deepublish, 2018.
- Tarsito, Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2014.
- Ujang Sumarwan, et. al, *Riset Pemasaran dan Konsumen*. Bogor: IPB Press, 2012.
- Widarjono, *Metode Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar Untuk Penulisan Skripsi dan Analisis Data dengan SPSS*, di terj, Nikolaus Duli, Yogyakarta: CV Budi Utama, 2019.
- <https://www.bnisyariah.co.id/id/Personal/Layanan-Lainnya/Hasanah-Online>, diambil pada 4 Desember 2020, pukul 12.39 WITA.
- Bank Syariah Indonesia, Sejarah Perusahaan Bank Syariah Indonesia, di akses pada tanggal 21 Maret 2021 pukul 22.44 WITA. <https://bankbsi.co.id/company-information/tentang-kami>

LAMPIRAN



Perpustakaan UIN Mataram

Lampiran 1

Hal : Permohonan Pengisian Kuesioner

Kepada Yth. Bapak/Ibu/Saudara/I

Di Tempat

Dengan hormat,

Sehubung dengan penyelesaian studi/tugas akhir sebagai mahasiswa program Strata satu (S1) di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Mataram, saya atas:

Nama : Mar'atun Faizah

NIM : 170502025

Prodi : Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Saat ini, saya sedang melakukan penelitian dalam rangka menyelesaikan tugas akhir dengan judul **“Pengaruh Kualitas Layanan *E-Form* Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Pada PT Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Mataram Pejangik 1 (Studi Kasus Mahasiswa Perbankan Syariah 2020/2021 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Mataram)”**. Oleh sebab itu, saya sangat mengharapkan kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/I meluangkan waktu untuk mengisi seluruh pertanyaan atau pernyataan dalam kuesioner ini dengan tepat dan teliti agar informasi ilmiah yang akan disajikan benar-benar dapat dipertanggung jawabkan dan berguna bagi peningkatan kualitas layanan pada PT Bank Syariah Indonesia.

Segala informasi yang diajukan dalam kuesioner ini hanya untuk kepentingan penelitian semata dan akan menjaga kerahasiaannya. Saya ucapkan terima kasih atas partisipasinya serta kesediaannya dalam meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner ini.

Hormat saya,

Mar'atun Faizah
NIM. 170502025

A. Identitas Responden

Nama :
 Jenis Kelamin : Laki-laki/Perempuan (*Coret yang benar)
 Usia :
 Pekerjaan anda saat ini :

B. Petunjuk Pengisian

Berilah tanda *checklist* (√) pada pilihan jawaban yang sesuai dengan pendapat anda pada kolom yang tersedia.

Keterangan :

- SS (5) : Sangat Setuju
- S (4) : Setuju
- KS (3) : Kurang Setuju
- TS (2) : Tidak Setuju
- STS (1) : Sangat Tidak Setuju

Kualitas Layanan Elektronik

No	Pernyataan	Pilihan Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
		5	4	3	2	1
Efficiency (Efisiensi)						
1	Saya dapat mengakses layana <i>e-form</i> BSI dengan mudah dan cepat					
2	Saya dapat melakukan transaksi dalam waktu yang relatif cepat dalam mengakses <i>e-form</i> (kecepatan diluar kondisi sinyal dan jaringan provider)					
3	Layanan <i>e-form</i> mudah diakses kapanpun dan dimanapun					
4	Layanan <i>e-form</i> memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan					
5	Dengan menggunakan layanan <i>e-form</i> tidak perlu mengantri terlalu lama					
6	Menggunakan layanan <i>e-form</i> pelayanan saya menjadi cepat dan efisien					

System Availability (Ketersediaan Sistem)					
7	Sistem layanan <i>e-form</i> menjalankan permintaan nasabah secara akurat				
8	Sistem layanan <i>e-form</i> jarang terjadi kesalahan (<i>error</i>)				
9	<i>Website e-form</i> dilengkapi dengan sistem keamanan				
10	Kualitas <i>website e-form</i> BSI ringan hingga hanya memerlukan sedikit waktu untuk mengakses halaman web				
11	Layanan <i>website e-form</i> difasilitasi dengan panduan penggunaan atau pengaplikasian hingga memudahkan saya dalam melakukan pengaplikasian.				
Fulfillment (Penyelesaian)					
12	Layanan <i>e-form</i> pada BSI memiliki produk yang dapat dipilih				
13	Layanan <i>e-form</i> pada BSI selalu menepati janji (misalnya: layanan cepat, aman, nyaman, dan sebagainya)				
14	Informasi yang didapatkan dari <i>website e-form</i> sama dengan informasi yang didapatkan dari bank				
15	saya mendapatkan jaminan atas resiko terhadap layanan <i>e-form</i>				
16	Layanan <i>website e-form</i> menyediakan FAQ (fitur tanya jawab)				
Privacy (Rahasia Pribadi)					
17	Sistem keamanan <i>website e-form</i> dapat dijamin				
18	Tingkat gangguan dari pihak lain lebih rendah				
19	Kerahasiaan identitas nasabah dijamin oleh pihak bank				
20	Situs pada layanan <i>e-form</i> melindungi informasi data saya				
21	Saya percaya pada sistem keamanan layanan <i>website e-form</i>				

Kepuasan Nasabah

No	Pernyataan	Pilihan Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
		5	4	3	2	1
1	Saya merasa puas dengan layanan <i>website e-form</i> pada Bank Syariah Indonesia					
2	Saya puas ketika dapat mengakses <i>website e-form</i> dengan cepat dan mudah					
3	Saya lebih nyaman menggunakan <i>e-form</i> dari pada mengisi manual					
4	Layanan yang diberikan sangat memuaskan sehingga tidak ada komplain dari nasabah					
5	<i>Website e-form</i> menyediakan informasi yang dibutuhkan nasabah					
6	Situs layanan <i>e-form</i> menyediakan kontak telepon, <i>E-mail</i> , <i>Call center</i> , dll yang bisa dihubungi untuk mengatasi masalah dan keluhan					



Perpustakaan UIN Mataram

Lampiran 2

**Tabulasi Data
Kualitas Layanan Elektronik (X)**

No	Kualitas Layanan Elektronik (X)																					Total X
	Effeciency						System Availability					Fulfillment					Privacy					
	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11	X12	X13	X14	X15	X16	X17	X18	X19	X20	X21	
1	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	103
2	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	85
3	5	3	5	3	3	3	4	3	4	3	3	3	2	3	3	3	2	2	4	3	2	66
4	4	4	4	3	5	5	3	3	3	3	3	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	80
5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	5	5	4	5	3	5	5	5	5	4	4	88
6	4	4	4	5	5	5	5	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	89
7	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	105
8	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	104
9	1	2	3	4	5	2	3	4	5	1	3	4	5	1	2	4	5	1	2	3	5	65
10	5	5	5	3	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	4	96
11	5	4	5	5	5	5	5	3	5	5	4	3	5	3	4	4	5	5	5	5	5	95
12	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	79
13	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	86
14	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	99
15	4	3	3	3	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	83
16	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	4	3	3	3	5	4	5	4	5	4	5	78

17	4	4	5	4	5	4	5	3	5	5	5	3	5	4	4	4	4	3	4	5	5	90
18	5	4	5	5	5	4	4	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	98
19	5	4	5	4	5	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	89
20	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	105
21	4	4	5	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	86
22	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	99
23	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	5	5	5	5	102
24	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	3	5	3	3	3	5	5	93
25	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	102
26	4	4	4	5	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	3	79
27	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	88
28	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	105
29	4	4	5	5	4	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	95
30	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	4	100
31	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	99
32	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	95
33	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	105
34	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	84
35	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	105
36	3	4	5	4	5	4	4	3	5	4	4	4	4	5	5	5	4	3	5	5	4	89
37	1	5	3	4	3	3	4	4	4	5	5	5	4	5	3	2	4	3	3	3	3	76
38	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	5	4	5	5	5	81
39	5	5	4	4	5	5	2	2	1	5	5	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	80
40	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	97

41	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	83
42	5	5	5	5	3	5	4	3	4	5	5	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	89
43	4	4	5	3	3	4	4	3	4	4	5	5	5	4	4	5	4	3	3	2	3	3	81
44	4	4	5	4	4	5	4	3	4	4	5	5	4	4	4	5	4	2	5	5	5	4	88
45	4	4	5	4	4	4	4	3	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	87
46	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	3	4	4	4	5	88
47	5	5	5	4	4	5	4	2	4	4	4	4	5	4	4	5	4	3	4	4	4	4	87
48	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	2	4	4	4	4	94
49	5	4	5	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	85
50	4	5	5	4	4	4	4	3	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	95
51	4	5	5	5	5	5	4	3	4	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	92
52	5	4	5	4	3	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	3	4	5	5	5	90
53	5	5	5	4	5	4	4	3	4	4	5	4	5	4	4	5	4	3	4	4	4	4	89
54	5	4	5	5	5	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5	5	3	4	4	4	4	93
55	5	5	5	5	4	5	4	3	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	4	5	5	97
56	4	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	5	3	3	5	4	4	4	5	4	4	91
57	5	5	5	4	3	5	4	3	5	4	5	4	5	4	4	5	4	3	5	5	5	5	92
58	5	5	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	5	4	4	4	4	4	4	86
59	4	5	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	86
60	4	3	5	4	3	4	4	3	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	85
61	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	83

62	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	88
63	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	90
64	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	3	4	4	4	4	87
65	5	4	4	4	4	3	3	2	4	4	5	4	4	4	3	5	4	3	4	4	4	4	81
66	5	4	5	3	5	4	3	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	82
67	4	4	5	4	4	5	4	3	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	87
68	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	90
69	5	5	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	94
70	4	4	4	4	3	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	82
71	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	82
72	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	89
73	5	5	5	4	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	95
74	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	3	5	4	4	4	89
75	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	5	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	93
76	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	84
77	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	87
78	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	91
79	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	4	4	87
80	4	4	5	4	3	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	87
81	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	89
82	4	4	5	4	4	3	4	3	4	3	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	82
83	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	85
84	4	4	5	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	81
85	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	5	5	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	80

**Tabulasi Data
Kepuasan Nasabah (Y)**

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

35	5	5	5	5	5	5	30
36	3	5	4	3	4	5	24
37	4	4	4	4	4	4	24
38	4	4	3	3	4	4	22
39	4	4	5	4	4	4	25
40	5	5	5	5	5	5	30
41	4	4	4	4	4	5	25
42	5	5	4	4	4	5	27
43	4	5	5	4	4	5	27
44	4	4	4	3	4	5	24
45	4	5	4	4	4	4	25
46	4	4	4	4	5	5	26
47	4	4	4	4	4	4	24
48	4	5	5	3	4	5	26
49	4	5	5	4	4	5	27
50	4	5	4	3	4	5	25
51	5	5	4	4	5	5	28
52	5	5	4	3	4	5	26
53	4	5	4	4	4	5	26
54	4	4	5	5	5	5	28
55	4	5	5	4	4	5	27
56	5	4	5	4	5	5	28
57	5	5	5	5	5	5	30
58	4	5	4	3	4	5	25
59	5	5	4	3	4	5	26
60	5	5	5	3	5	5	28
61	4	4	4	4	3	5	24
62	4	4	4	4	4	5	25
63	4	4	4	4	4	5	25
64	4	5	5	4	4	5	27
65	4	4	4	4	4	4	24
66	4	4	4	3	3	4	22
67	4	4	4	4	4	5	25
68	4	5	4	4	4	5	26
69	5	5	5	4	4	4	27
70	4	5	4	4	4	4	25
71	4	5	4	4	4	4	25
72	4	5	4	3	4	5	25
73	4	5	4	4	5	4	26

74	4	5	4	4	4	5	26
75	4	5	4	4	4	5	26
76	4	5	5	3	4	5	26
77	4	5	4	4	4	5	26
78	4	5	5	4	4	4	26
79	4	5	5	4	4	5	27
80	4	5	5	4	4	5	27
81	4	5	4	4	4	5	26
82	4	5	5	4	4	5	27
83	4	5	5	5	4	5	28
84	4	4	2	2	4	4	20
85	4	5	5	3	4	5	26



Perpustakaan UIN Mataram

Lampiran 3

**Uji Validitas SPSS
Kualitas Layanan Elektronik (X)**

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1	174.1882	254.536	.483	.740
X2	174.2235	253.580	.623	.738
X3	173.8824	256.867	.496	.742
X4	174.3059	253.834	.648	.739
X5	174.2941	256.162	.448	.742
X6	174.0941	253.729	.600	.739
X7	174.3765	254.118	.658	.739
X8	174.8235	252.409	.556	.738
X9	174.0824	254.410	.566	.740
X10	174.2706	250.962	.712	.735
X11	173.9529	256.617	.539	.742
X12	174.1647	257.139	.494	.743
X13	174.0706	254.638	.570	.740
X14	174.3412	253.989	.640	.739
X15	174.4706	253.133	.653	.738
X16	174.0118	256.750	.493	.742
X17	174.2471	258.164	.402	.744
X18	174.6706	249.819	.605	.735
X19	174.1647	254.330	.604	.739
X20	174.2353	253.539	.650	.738
X21	174.2588	255.289	.589	.740
Total X	89.2471	66.688	1.000	.909

Uji Validitas SPSS
Kepuasan Nasabah (Y)

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1	48.0706	18.876	.531	.747
Y2	47.7294	19.104	.551	.748
Y3	48.0824	18.243	.577	.737
Y4	48.3412	17.466	.663	.721
Y5	48.0706	18.304	.721	.729
Y6	47.6471	19.136	.581	.747
Total_Y	26.1765	5.457	1.000	.761



Perpustakaan UIN Mataram

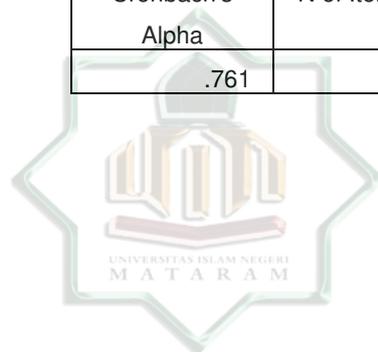
Lampiran 4

Uji Reliabilitas SPSS Kualitas Layanan Elektronik (X)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.909	21

Uji Reliabilitas SPSS Kepuasan Nasabah (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.761	6



Perpustakaan UIN Mataram