

SKRIPSI

**PENGARUH PENERAPAN *DIGITAL BANKING*
TERHADAP KEPUASAN NASABAH
(STUDI PADA BNI SYARIAH CABANG BANDA ACEH)**



Disusun Oleh:

**IZMA FAZLUN JANNAH
NIM. 150603253**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
BANDA ACEH
2019 M / 1441 H**

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertandatangan di bawah ini

Nama : Izma Fazlun Jannah
NIM : 150603253
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dengan ini menyatakan bahwa dalam penulisan SKRIPSI ini, saya:

1. Tidak menggunakan ide orang lain tanpa mampu mengembangkan dan mempertanggungjawabkan.
2. Tidak melakukan plagiasi terhadap naskah karya orang lain.
3. Tidak menggunakan karya orang lain tanpa menyebutkan sumber asli atau tanpa izin pemilik karya.
4. Tidak melakukan manipulasi dan pemalsuan data.
5. Mengerjakan sendiri karya ini dan mampu bertanggungjawab atas karya ini.

Bila di kemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan telah melalui pembuktian yang dapat dipertanggungjawabkan dan ternyata memang ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini, maka saya siap untuk dicabut gelar akademik saya atau diberikan sanksi lain berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Banda Aceh, 6 November 2019

Yang Menyatakan



(Izma Fazlun Jannah)

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Ar-Raniry Banda Aceh
Sebagai Salah Satu Beban Studi
Untuk Menyelesaikan Program Studi Perbankan Syariah

Dengan Judul:

“Pengaruh Penerapan *Digital Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada BNI Syariah Cabang Banda Aceh)”

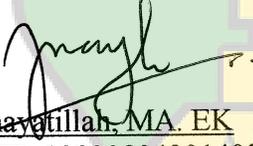
Disusun Oleh:

Izma Fazlun Jannah
NIM. 150603253

Disetujui untuk disidangkan dan dinyatakan bahwa isi dan formatnya telah memenuhi syarat sebagai kelengkapan dalam penyelesaian studi pada Program Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry

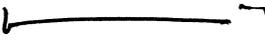
Pembimbing I,

Pembimbing II,


Inayatillah, MA. EK
NIP. 198208042014032002


Azimah Dianah, SE., M.Si. AK
NIDN. 2026028803

Mengetahui
Ketua Program Studi Perbankan
Syariah,


Dr. Israk Ahmadsyah, B.Ec., M. Ec., M. Sc
NIP. 197209072000031001

LEMBAR PENGESAHAN SIDANG SKRIPSI

SKRIPSI

Izma Fazlun Jannah

NIM. 150603253

Dengan Judul:

**PENGARUH PENERAPAN *DIGITAL BANKING* TERHADAP
KEPUASAN NASABAH
(Studi Pada BNI Syariah Cabang Banda Aceh)**

Telah Disidangkan Oleh Program Studi Strata Satu (S1) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry dan Dinyatakan Lulus Serta Diterima Sebagai Salah Satu Beban Studi Untuk Menyelesaikan Program Studi Strata 1 dalam bidang Perbankan Syariah.

Pada Hari/Tanggal : Rabu, 6 November 2019
9 Rabi'ul Awal 1441 H

Banda Aceh

Tim Penilai Sidang Skripsi

Ketua sidang,

Sekretaris Sidang,

Mayatillah, MA.Ek

NIP. 198208042014032002

Penguji I,

Ayumiati, S.E., M.Si

NIP. 197806152009122002

Azimah Dianah, S.E., M.Si., Ak

NIDN. 2026028803

Penguji II,

Evriyenni, S.E., M.Si

NIDN. 2013048301

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
UIN Ar-Raniry Banda Aceh



Dr. Zaki Fuad, M.Ag

NIP. 196403141992031003

**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH
UPT. PERPUSTAKAAN**



**Jl. Syekh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh
Telp. 0651-7552921, 7551857, Fax. 0651-7552922**

Web : www.library.ar-raniry.ac.id, Email : library@ar-raniry.ac.id

**FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH
MAHASISWA UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Izma Fazlun Jannah
NIM : 150603253
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah
E-mail : fazlunjannah1997@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry Banda Aceh, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah :

Tugas Akhir KKU Skripsi

yang berjudul:

**PENGARUH PENERAPAN *DIGITAL BANKING* TERHADAP
KEPUASAN NASABAH (Studi Pada BNI Syariah Cabang Banda Aceh)**

Beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini, UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh berhak menyimpan, mengalih-media formatkan, mengelola, mendiseminasikan, dan mempublikasikannya di internet atau media lain.

Secara *fulltext* untuk kepentingan akademik tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis, pencipta dan atau penerbit karya ilmiah tersebut.

UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh akan terbebas dari segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Banda Aceh
Pada tanggal : 15 Juni 2020

Mengetahui,

Penulis,

Pembimbing I,

Pembimbing II,


Izma Fazlun Jannah
NIM. 150603253


Inayatullah, MA.Ek
NIP. 198208042014032002


Azimah Dianah, S.E., M.Si., Ak
NIDN. 2026028803

LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Sesungguhnya setelah kesulitan akan ada kemudahan. Bila suatu urusan telah usai, maka tetaplah bekerja keras untuk urusan yang lain”

“Baik aja dulu, semisal dia bersikap sebaliknya itu urusan dia dengan sang pencipta. Bukankah menjadi baik itu baik?”

Dengan mengucapkan puji syukur kehadiran Allah S.W.T., sebuah karya ilmiah ini penulis persembahkan untuk ibunda tercinta yang senantiasa selalu menyelipkan doa dalam setiap sujudnya. Dan juga teruntuk keluarga terkasih yang telah memberikan motivasi, semangat hingga *alhamdulillah* telah menghantarkan penulis ketahap ini.



ABSTRAK

Nama : Izma Fazlun Jannah
NIM : 150603253
Fakultas/Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah
Judul : Pengaruh Penerapan *Digital Banking* Terhadap
Kepuasan Nasabah (Studi Pada BNI Syariah
Cabang Banda Aceh)
Tanggal Sidang : 6 November 2019
Tebal Skripsi : 154 Lembar
Pembimbing I : Inayatillah, MA. EK
Pembimbing II : Azimah Dianah, SE., M.Si. AK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh kualitas *desain website*, kualitas informasi *website*, *accuracy*, *speed*, dan *security digital banking* mempengaruhi kepuasan nasabah pada BNI Syariah KC Banda Aceh. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan pengambilan sampel menggunakan metode *non-probability Sampling*. Alat analisisnya menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian dengan pengujian hipotesis menunjukkan bahwa variabel kualitas *desain website*, kualitas informasi *website*, *accuracy*, *speed*, dan *security* secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pengguna *digital banking* pada BNI Syariah. Secara parsial variabel kualitas *desain website* dan kualitas informasi *website* tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pengguna *digital banking* pada BNI Syariah. Sedangkan variabel *accuracy*, *speed*, dan *security* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna *digital banking* pada BNI Syariah.

Kata Kunci: *SMS Banking, M-Banking, ATM, I-Banking, Kualitas Desain Website, Kualitas Informasi Website, Speed, Accuracy, dan Security*

KATA PENGANTAR



Segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan karya ilmiah skripsi yang berjudul **“Pengaruh Penerapan *Digital Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada BNI Syariah Cabang Banda Aceh)”**. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat kelulusan untuk memperoleh gelar sarjana di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry. Shalawat beserta salam penulis sanjungkan kepada baginda Nabi Muhammad SAW yang telah membawa umatnya dari alam kebodohan menuju alam yang penuh dengan ilmu pengetahuan.

Dalam pelaksanaan penelitian dan penulisan skripsi ini, penulis memperoleh banyak bimbingan arahan, dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih dan penghargaan setinggi-tingginya kepada:

1. Dr. Zaki Fuad, M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry.
2. Dr. Israk Ahmadisyah, B.Ec., M. Ec., M. Sc selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah, Ayumiati S.E., M,Si selaku Sekretaris Program Studi Perbankan Syariah dan Mukhlis, SH.I., SE., MH selaku operator Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry.

3. Muhammad Arifin, Ph.D, selaku ketua Laboratorium dan Akmal Riza S.E, M.Si selaku wakil ketua Laboratorium.
4. Inayatillah, MA. EK selaku pembimbing I yang telah meluangkan waktu untuk mengarahkan, membimbing serta mendukung penulis. Dan juga kepada Azimah Dianah, SE., M.Si. AK selaku pembimbing II yang telah memberikan saran, motivasi, bimbingan, arahan dan mencurahkan ilmu pengetahuannya sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
5. Ayumiati S.E., M,Si selaku penguji I dan Evriyenni, S.E., M.Si selaku penguji II yang senantiasa mengarahkan penulisan skripsi ini menjadi semakin bermutu dan berkualitas.
6. Prof. Dr. Nazaruddin A. Wahid, M.A selaku penasehat akademik yang telah memberikan bimbingan dan arahan selama kuliah. Dan seluruh dosen dan staf pengajar jurusan Perbankan Syariah yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat kepada penulis.
7. Para responden yang telah bersedia meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner penulis.
8. Ayahanda Marzuki (Almh) dan Ibunda tercinta Irniati yang selalu mencurahkan kasih sayang, memberikan doa, semangat, dan motivasi yang tiada hentinya kepada penulis. Tak lupa pula kepada keluarga besar terkasih yang telah mendukung dan senantiasa memberikan motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

9. Kepada sahabat, teman serta suporter yang tidak bisa penulis sebutkan namanya satu persatu, terima kasih telah senantiasa mendukung, memberikan semangat, dan saling menguatkan untuk menyelesaikan tugas akhir ini. Sekali lagi, terima kasih untuk waktu, perasaan, dan tenaga yang telah di korbakan selama ini, semoga kita selalu dalam limpahan karunia Allah SWT.

Semoga segala jasa, bantuan, motivasi dan arahan yang diberikan dapat menjadi amalan shaleh dan Allah SWT., memberikan ganjaran pahala yang setimpal. Penulis menyadari karya ilmiah ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritikan dan saran yang membangun dari pembaca agar skripsi ini mampu menjadi yang lebih baik dan bermanfaat di masa yang akan datang.

Banda Aceh, 9 September 2019
Penulis,

Izma Fazlun Jannah

TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri P dan K
Nomor: 158 Tahun 1987 – Nomor: 0543 b/u/1987

1. Konsonan

No	Arab	Latin	No	Arab	Latin
1	ا	Tidak dilambangkan	16	ط	Ṭ
2	ب	B	17	ظ	Ẓ
3	ت	T	18	ع	‘
4	ث	Ṣ	19	غ	G
5	ج	J	20	ف	F
6	ح	Ḥ	21	ق	Q
7	خ	Kh	22	ك	K
8	د	D	23	ل	L
9	ذ	Ẓ	24	م	M
10	ر	R	25	ن	N
11	ز	Z	26	و	W
12	س	S	27	ه	H
13	ش	Sy	28	ء	’
14	ص	Ṣ	29	ي	Y
15	ض	Ḍ			

2. Vokal

Vokal Bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin
◌َ	<i>Fatḥah</i>	A
◌ِ	<i>Kasrah</i>	I
◌ُ	<i>Dammah</i>	U

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf, yaitu:

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf
◌َ ي	<i>Fatḥah dan ya</i>	Ai
◌َ و	<i>Fatḥah dan wau</i>	Au

Contoh:

كيف : *kaifa*

هول : *hauila*

3. *Maddah*

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda
ي / َ	<i>Fathah</i> dan <i>alif</i> atau <i>ya</i>	Ā
ي ِ	<i>Kasrah</i> dan <i>ya</i>	Ī
ي ُ	<i>Dammah</i> dan <i>wau</i>	Ū

Contoh:

قَالَ :qāla
رَمَى :ramā
قِيلَ :qīla
يَقُولُ :yaqūlu

4. *Ta Marbutah* (ة)

Transliterasi untuk *ta marbutah* ada dua.

a. *Ta marbutah* (ة) hidup

Ta marbutah (ة) yang hidup atau mendapat harkat *fathah*, *kasrah* dan *dammah*, transliterasinya adalah t.

b. *Ta marbutah* (ة) mati

Ta marbutah (ة) yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah h.

c. Kalau pada suatu kata yang akhir katanya *ta marbutah* (ة) diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka *ta marbutah* (ة) itu ditransliterasikan dengan h.

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ
الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ

: *raudah al-atfāl/ raudatul atfāl*

: *al-Madīnah al-Munawwarah/
al-Madīnatul Munawwarah*

طَلْحَةُ

: *Talḥah*

**Catatan:
Modifikasi**

1. Nama orang berkebangsaan Indonesia ditulis seperti biasa tanpa transliterasi, seperti M. Syuhudi Ismail, sedangkan nama-nama lainnya ditulis sesuai kaidah penerjemahan. Contoh: Ḥamad Ibn Sulaiman.
2. Nama negara dan kota ditulis menurut ejaan Bahasa Indonesia, seperti Mesir, bukan Misr; Beirut, bukan Bayrut; dan sebagainya.
3. Kata-kata yang sudah dipakai (serapan) dalam kamus Bahasa Indonesia tidak ditransliterasi. Contoh: Tasauf, bukan Tasawuf.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL KEASLIAN	i
HALAMAN JUDUL KEASLIAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN	iii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	iv
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	v
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI	vi
LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN	vii
ABSTRAK	viii
KATA PENGANTAR	ix
HALAMAN TRANSLITERASI	xii
DAFTAR ISI	xvi
DAFTAR TABEL	xx
DAFTAR GAMBAR xx DAFTAR SINGKATAN	xxii
DAFTAR LAMPIRAN	xxiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	10
1.5 Sistematika Penulisan	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori	12
2.1.1 Definisi Kepuasan Nasabah	12
2.1.2 Hal-Hal Yang Mempengaruhi Kepuasan	14
2.1.3 Konsekuensi Dari Kepuasan Nasabah	16
2.1.4 Definisi <i>Digital Banking</i>	17
2.1.5 Manfaat <i>Digital Banking</i>	18
2.1.6 Jenis-Jenis <i>Digital Banking</i> pada Bank BNI Syariah	20
2.1.6.1E-Bangking	21
2.1.6.2Wakaf Hasanah	26

2.1.6.3	Hasanah Online	28
2.1.7	Resiko Menggunakan <i>Digital Banking</i>	28
2.1.8	Hukum <i>Digital Banking</i> Dalam Islam	28
2.2	Penelitian Terdahulu	30
2.3	Kerangka Pemikiran	37
2.3.1	Pengaruh Kualitas <i>Desain Website</i> Terhadap Kepuasan	37
2.3.2	Pengaruh Kualitas Informasi <i>Website</i> Terhadap Kepuasan	37
2.3.3	Pengaruh <i>Accuracy</i> Terhadap Kepuasan.....	38
2.3.4	Pengaruh <i>Speed</i> Terhadap Kepuasan	39
2.3.5	Pengaruh <i>Security</i> Terhadap Kepuasan.....	39
2.4	Pengembangan Hipotesis	40
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		
3.1	Jenis Penelitian	42
3.2	Data dan Teknik Pengolahannya	43
3.2.1	Jenis Data	43
3.2.2	Teknik Pengumpulan Data	43
3.3	Lokasi Penelitian	44
3.4	Populasi	44
3.5	Teknik Pengambilan Sampel	45
3.6	Analisis Data	46
3.7	Uji Validitas dan Reliabilitas	47
3.7.1	Uji Validitas	47
3.7.2	Uji Reliabilitas	48
3.8	Uji Asumsi Klasik	48
3.8.1	Uji Normalitas.....	49
3.8.2	Uji Multikolinearitas	49
3.8.3	Uji Heteroskedastisitas.....	50
3.9	Variabel Penelitian	50
3.9.1	Kualitas <i>Desain Website</i>	51
3.9.2	Kualitas Informasi <i>Website</i>	51
3.9.3	<i>Accuracy</i>	52
3.9.4	<i>Speed</i>	53

3.9.5 <i>Security</i>	53
3.10 Skala Pengukuran	56
3.11 Metode Analisis Data	57
3.12 Pengujian Hipotesis	58
3.12.1 Uji F (Uji Simultan)	58
3.12.2 Uji t (Uji Parsial)	59
3.13 Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	59

BAB IV PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	61
4.1.1 Objek Penelitian	61
4.1.2 Visi Misi Bank BNI Syariah	61
4.1.2.1 Visi	61
4.1.2.2 Misi	62
4.2 Deskripsi Responden	62
4.2.1 Jenis Kelamin	62
4.2.2 Usia Responden	63
4.2.3 Pendidikan Terakhir	64
4.2.4 Pekerjaan Responden	65
4.2.5 Pendapatan Responden	66
4.2.6 Dorongan Menggunakan <i>Digital Banking</i>	67
4.2.7 Mengenal <i>Digital Banking</i>	68
4.2.8 Layanan Digital Banking yang Cenderung Digunakan Responden	68
4.3 Analisis Tingkat Kepuasan Nasabah	69
4.3.1 Kualitas <i>Desain Website</i>	70
4.3.2 Kualitas Informasi <i>Website</i>	72
4.3.3 <i>Accuracy</i>	73
4.3.4 <i>Speed</i>	75
4.3.5 <i>Security</i>	76
4.3.6 Kepuasan Nasabah	77
4.4 Uji Validitas dan Reliabilitas	78
4.4.1 Uji Validitas	78
4.4.2 Uji Reliabilitas	80
4.5 Uji Asumsi Klasik	81
4.5.1 Uji Normalitas	81
4.5.2 Uji Multikolinieritas	83

4.5.3 Uji Heteroskedastisitas.....	84
4.6 Uji Regresi Linear Berganda Pengaruh Variabel X Terhadap Y.....	85
4.7 Penujian Hipotesis.....	87
4.7.1 Uji Simultan (Uji F).....	87
4.7.2 Uji Parsial (Uji T).....	88
4.8 Uji Koefisien Determinasi.....	91
4.9 Pembahasan Hipotesis.....	92
4.9.1 Hasil Pengujian Hipotesis.....	92
4.9.1.1 Pengaruh Kualitas <i>Desain Website</i> Terhadap Kepuasan Nasabah.....	92
4.9.1.2 Pengaruh Kualitas Informasi <i>Website</i> Terhadap Kepuasan Nasabah.....	93
4.9.1.3 Pengaruh <i>Accuracy</i> Terhadap Kepuasan Nasabah.....	94
4.9.1.4 Pengaruh <i>Speed</i> Terhadap Kepuasan Nasabah.....	95
4.9.1.5 Pengaruh <i>Security</i> Terhadap Kepuasan Nasabah.....	95
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan.....	97
5.2 Saran.....	99
DAFTAR PUSTAKA	101
LAMPIRAN	106

DAFTAR TABEL

2.1	Tabel Penelitian Terdahulu	34
3.1	Tabel Variabel, Definisi, Dan Skala	54
3.2	Tabel Skala Likert.....	57
4.1	Persepsi Responden Terhadap Kualitas <i>Desain Website</i>	70
4.2	Persepsi Responden Terhadap Kualitas Informasi <i>Website</i>	72
4.3	Persepsi Responden Terhadap <i>Accuracy</i>	74
4.4	Persepsi Responden Terhadap <i>Speed</i>	75
4.5	Persepsi Responden Terhadap <i>Security</i>	76
4.6	Persepsi Responden Terhadap Kepuasan Nasabah	77
4.7	Hasil Uji Validitas.....	79
4.8	Hasil Uji Reliabilitas.....	81
4.9	Uji Normalitas.....	82
4.10	Uji Multikolinearitas	83
4.11	Hasil Uji Regresi Linear Berganda	85
4.12	Hasil Uji Simultan.....	88
4.13	Hasil Uji Koefisien Determinasi	91

DAFTAR GAMBAR

1.1	Pengguna Internet Di Indonesia dari Tahun 2010 s.d 2017.....	3
1.2	Pengguna <i>Digital Banking</i> BNI Syariah KC Banda Aceh dari Tahun 2014 s.d 2018	6
1.3	Jumlah Nasabah BNI Syariah KC Banda Aceh dari Tahun 2015 s.d 2019	7
2.1	Kerangka Pemikiran.....	40
4.1	Jenis Kelamin Responden	63
4.2	Usia Responden.....	63
4.3	Pendidikan Terakhir Responden	64
4.4	Pekerjaan Responden	65
4.5	Pendapatan Responden.....	66
4.6	Dorongan Menggunakan <i>Digital Banking</i>	67
4.7	Mengetahui Informasi Mengenai <i>Digital Banking</i>	68
4.8	Layanan <i>Digital Banking</i> Yang Cenderung Digunakan Responden.....	69
4.9	Normal P-Plot.....	82
4.10	Pengujian Heterokedstisitas.....	84

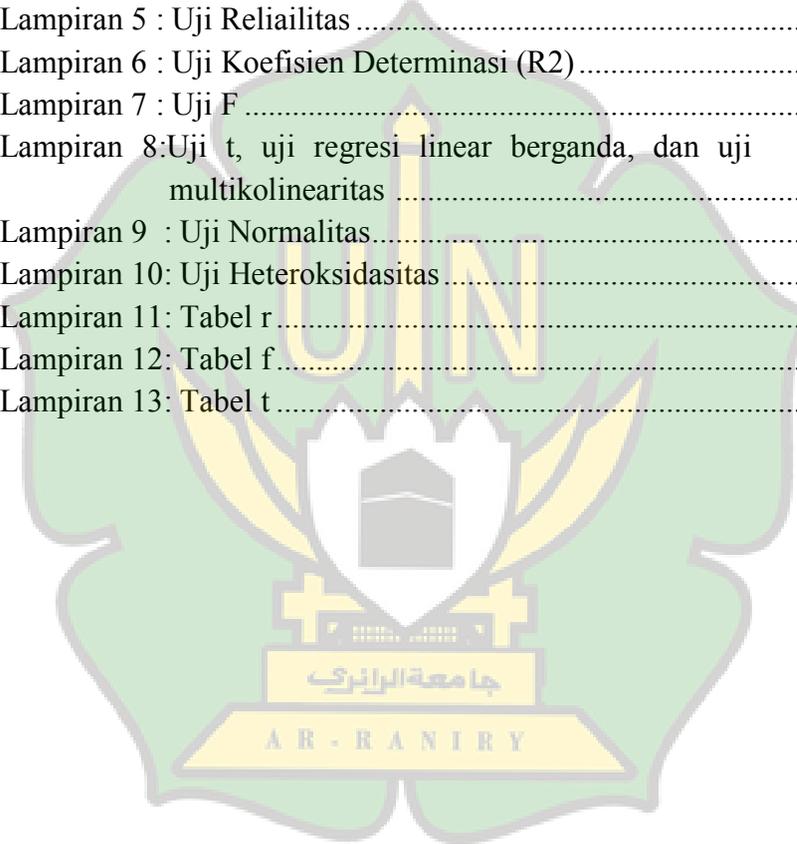
DAFTAR SINGKATAN

Acu	: <i>Accuracy</i>
APJII	: Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia
CRM	: Customer Relationship Management
IT	: Information Technology
KDW	: Kualitas Desain Website
KC	: Kantor Cabang
Kep	: Kepuasan
KIW	: Kualitas Informasi Website
Sec	: <i>Security</i>
Spe	: <i>Speed</i>
TI	: Teknologi Informasi



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian	107
Lampiran 2 : Deskripsi Responden	113
Lampiran 3: Data Jawaban Pertanyaan 100 Responden.....	115
Lampiran 4 :Jawaban Responden.....	134
Lampiran 5 : Uji Reliailitas	145
Lampiran 6 : Uji Koefisien Determinasi (R ²)	146
Lampiran 7 : Uji F	147
Lampiran 8:Uji t, uji regresi linear berganda, dan uji multikolinearitas	148
Lampiran 9 : Uji Normalitas.....	149
Lampiran 10: Uji Heteroksidasitas	150
Lampiran 11: Tabel r	151
Lampiran 12: Tabel f	152
Lampiran 13: Tabel t	153



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pesatnya pertumbuhan bank syariah di Indonesia menjadikan semakin berkembangnya pemahaman masyarakat mengenai bunga (*interest*) dan modal yang hasilnya telah ditentukan di muka (*predetermined return*) merupakan riba yang dilarang dalam dunia Islam. Telah banyak para teoritis ekonomi Islam dan cendekiawan muslim yang menghendaki adanya bank yang terbebas dari sistem riba, hal ini mulai terhitung sejak tahun 1950 (Saeed, 2003). Semenjak tahun tersebut, mulai bermunculan perbankan syariah di Indonesia. Hingga pada tahun 1992 menjadi awal dari adanya undang-undang yang membahas tentang perbankan syariah.

Selanjutnya, dengan disahkan Undang-Undang No.21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, melahirkan landasan hukum yang kuat bagi pengembangan industri perbankan syariah nasional hingga dapat mendorong perkembangannya menjadi semakin pesat. Berdasarkan yang dikutip di *website* Bank Indonesia, progres perkembangan perbankan syariah semakin impresif hingga mencapai rata-rata pertumbuhan aset lebih dari 65% pertahun dalam lima tahun terakhir. Adanya undang-undang tersebut dapat menciptakan eksistensi tersendiri bagi perbankan syariah dimata masyarakat Indonesia. Didasarkan eksistensi menjadikan masyarakat lebih tertarik untuk mengenal, mencoba dan memilih produk yang ditawarkan oleh perbankan syariah. Tindakan

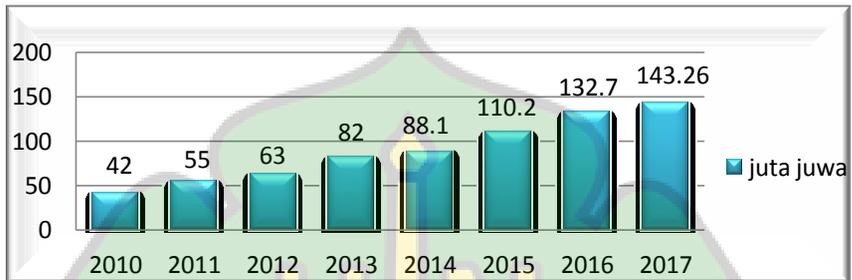
konsumen tersebut merupakan suatu refleksi dari rangkaian proses tahapan pembelian dimana implikasi atau tindakannya tersebut akan mengantarkan pada suatu penilaian bahwa produk dapat diterima oleh pasar atau justru terjadinya penolakan oleh pasar (Mabruroh, 2003).

Seiring dengan perkembangan globalisasi, secara otomatis dunia perdagangan pemasaran akan dihadapkan dengan persaingan yang sangat ketat. Perkembangan dunia usaha yang begitu kompetitif menuntut perusahaan untuk bertindak cepat agar perusahaan tetap bertahan dalam persaingan. Dengan adanya persaingan ini, perusahaan dituntut untuk menghasilkan produk-produk inovatif agar mampu bersaing dengan perusahaan lain.

Perbankan merupakan salah satu kompetitor yang sedang mengalami persaingan sengit dalam dunia perdagangan. Selain bersaing dalam menarik minat masyarakat untuk menjadi nasabah, perbankan juga bersaing menciptakan produk serta jasa unggulan agar mampu memuaskan nasabah dan menjadikan nasabah loyal kepada perusahaan. Seiring dengan perkembangan teknologi informasi, perbankan memanfaatkan IT sebagai sarana dalam memikat nasabah. Hal ini dilihat dari kebiasaan dan kecenderungan masyarakat dalam menggunakan teknologi informasi.

Menurut hasil survei APJII (2018) dari total populasi penduduk Indonesia 262 juta jiwa, penetrasi pengguna internet di Indonesia tahun 2017 telah mencapai 143,26 juta jiwa atau setara dengan 54,68%. Hal ini menunjukkan peningkatan 10,56 juta

jiwa dari hasil survei pada tahun 2016. Adapun pertumbuhan internet di Indonesia semakin meningkat tiap tahunnya. Penetrasi pengguna internet di Indonesia dari tahun 2010 s.d. 2017 dapat kita lihat pada grafik berikut.



Sumber: Data diolah (2019)

Gambar 1.1
Jumlah Pengguna Internet Di Indonesia dari Tahun 2010 s.d. 2017

Dari Gambar 1.1 tersebut menunjukkan bahwa pengguna internet pada tahun 2011 mengalami kenaikan sebesar 13 juta jiwa dibandingkan tahun 2010. Lalu pada tahun 2012 dan 2013 meningkat sebesar 8 juta jiwa dan 27 juta jiwa jika dibandingkan dengan tahun 2011. Selanjutnya peningkatan pengguna internet pada tahun 2014 sebanyak 6,1 juta jiwa dari tahun 2013. Serta mengalami kenaikan 22,1 juta jiwa dan 22,5 juta jiwa pada tahun 2015 dan 2016. Lalu pada tahun 2017 jumlah pengguna internet mengalami peningkatan hingga mencapai 143,26 juta jiwa atau mengalami kenaikan 33,06 juta jiwa jika dibandingkan dengan 2015. Jumlah pengguna internet di Indonesia selalu mengalami kenaikan yang stabil setiap tahunnya. Hal ini menunjukkan bahwa

adanya peluang yang cukup besar dalam memanfaatkan internet untuk keperluan bisnis.

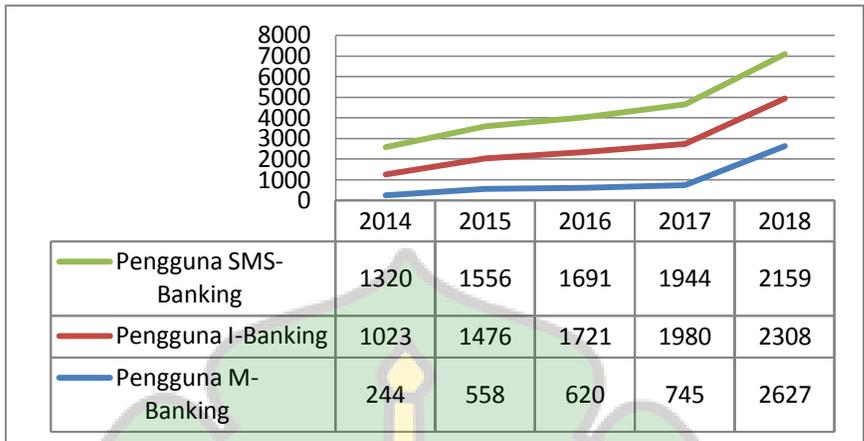
Pesatnya perkembangan teknologi informasi, mengharuskan perbankan melakukan inovasi dalam melayani nasabahnya. Melakukan evolusi berupa layanan perbankan digital (*digital banking*) menjadi salah satu pilihan yang dapat dilakukan perbankan. Layanan perbankan digital dapat mempermudah nasabah dalam melakukan pembukaan buku rekening, transaksi perbankan, registrasi, komunikasi, dan penutupan rekening. Layanan ini dapat diakses dengan mudah tanpa ada batasan waktu dan tempat. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan efisiensi kegiatan operasional dan mutu pelayanan bank untuk memberikan kepuasan kepada nasabah.

Menurut peraturan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) yang dikutip dalam *website*-nya, regulasi (2016) Layanan perbankan digital merupakan kegiatan perbankan yang dapat diakses secara mandiri dengan menggunakan sarana elektronik, baik itu melalui media digital milik nasabah, calon nasabah maupun milik bank sendiri. Dengan adanya layanan perbankan digital ini dapat memudahkan calon nasabah dan nasabah untuk mendapatkan informasi, registrasi, pembukaan rekening, melakukan komunikasi, penutupan rekening, transaksi perbankan, dan termasuk memperoleh informasi lain dan transaksi di luar produk perbankan seperti halnya informasi mengenai nasihat keuangan (*financial advisory*),

transaksi sistem perdagangan berbasis elektronik (*e-commerce*), investasi, dan lain sebagainya.

Dalam menjawab tantangan pesaing perbankan, Bank Negara Indonesia syariah (selanjutnya disebut BNI Syariah) menjadi salah satu dari beberapa perbankan lainnya yang menggunakan layanan digital banking. Adapun layanan digital yang digunakan oleh BNI Syariah adalah layanan *e-banking* (*ATM, SMS Banking, Mobile Banking, dan Internet Banking*), aplikasi online wakaf hasanah, dan hasanah online (aplikasi pembukaan rekening online). Hal ini dilakukan BNI Syariah agar nasabahnya dapat memperoleh kepuasan atas layanan yang diberikan, hingga nantinya akan muncul sikap loyal nasabah terhadap perbankan.

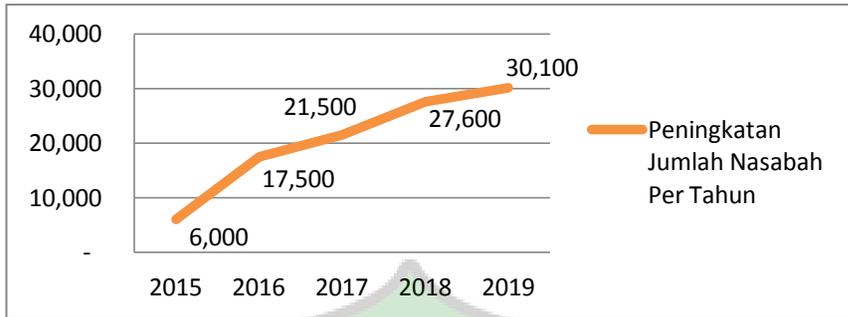
Pada tahun 2018 BNI Syariah mendapatkan penghargaan dalam acara *Indonesia Top Digital Public Relation Award (ITDPA)* 2018 dengan kategori bank syariah. Dengan kata lain BNI Syariah mampu untuk menciptakan dan menjaga citra positif dengan menampilkan brand perusahaan di media internet.



Sumber: Data diolah (2019)

Gambar 1.2
Pengguna Digital Banking BNI Syariah KC Banda Aceh Dari Tahun 2014 s.d. 2018

Berdasarkan Gambar 1.2, menunjukkan bahwa pengguna *digital banking* (*M-Banking, I-Banking, dan SMS –Banking*) BNI Syariah KC Banda Aceh mengalami peningkatan setiap tahunnya. Tren yang bergerak positif menandakan banyaknya permintaan akan minat menggunakan *digital banking*. Namun peningkatan jumlah pengguna *digital banking* tidak sebanding dengan jumlah nasabah pada Bank BNI Syariah KC Banda Aceh. Hal ini dapat kita lihat dari Gambar 1.3 berikut.



Sumber: Data diolah (2019)

Gambar 1.3
Jumlah Nasabah BNI Syariah KC Banda Aceh dari Tahun
2015 s.d. 2019

Gambar 1.3 menunjukkan pertumbuhan jumlah nasabah pada BNI Syariah KC Banda Aceh mengalami peningkatan yang cukup signifikan. Jumlah nasabah pada tahun 2015 adalah 6.000, dan kenaikan yang signifikan terjadi pada tahun 2016 yaitu sebesar 11.500 nasabah, selanjutnya tahun 2017 dan 2018 mengalami kenaikan 4.000 dan 6.100. Hingga akhir Februari 2019 jumlah nasabah bertambah 2.500.

Penelitian mengenai layanan *digital banking* sudah pernah dilakukan sebelumnya oleh para peneliti seperti penelitian yang dilakukan oleh Sari (2015) yang menunjukkan bahwa *accuracy* dan *security* memiliki pengaruh terhadap kepuasan. Purawati, dkk (2018) menunjukan adanya pengaruh kualitas sistem informasi terhadap kepuasan. Wardhana (2015) menyatakan *speed* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah yang menggunakan layanan *M-Banking*. Selanjutnya penelitian Pratama, Suyadi, dan Susilo (2014) yang menyatakan dimensi *appearance*

(tampilan) memiliki pengaruh terhadap minat konsumen. dan Widyadinata & Toly (2014) menyatakan bahwa kualitas informasi *website* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan.

Dari Gambar 1.2 dan Gambar 1.3, dapat kita lihat perbedaan yang sangat signifikan dari jumlah pengguna *digital banking* dengan jumlah nasabah pada BNI Syariah KC Banda Aceh. Atas dasar latar belakang permasalahan tersebut, timbul ketertarikan peneliti untuk membuat penelitian dengan judul **“Pengaruh Penerapan *Digital Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada BNI Syariah Cabang Banda Aceh)”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian serta penjelasan yang telah dikemukakan dilatar belakang maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas desain *website*, kualitas informasi *website*, *accuracy*, *speed*, *security digital banking* berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan nasabah pada BNI Syariah KC Banda Aceh?
2. Apakah kualitas desain *website digital banking* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada BNI Syariah KC Banda Aceh?
3. Apakah kualitas informasi *website digital banking* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada BNI Syariah KC Banda Aceh?

4. Apakah *accuracy* pada *digital banking* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di BNI Syariah KC Banda Aceh?
5. Apakah *speed* pada *digital banking* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di BNI Syariah KC Banda Aceh?
6. Apakah *security* pada *digital banking* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di BNI Syariah KC Banda Aceh?

1.3 Tujuan penelitian

Sebagai tindak lanjut dari rumusan masalah yang telah ditetapkan di atas, maka tujuan dilakukannya perumusan masalah tersebut dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh secara simultan kualitas desain *website*, kualitas informasi *website*, *accuracy*, *speed*, *security digital banking* terhadap kepuasan nasabah pada BNI Syariah KC Banda Aceh
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas desain *website digital banking* terhadap kepuasan nasabah pada BNI Syariah KC Banda Aceh
3. Untuk mengetahui pengaruh penerapan digital banking terhadap kepuasan nasabah Bank BNI Syariah KC Banda Aceh jika dilihat dari kualitas informasi *website*.
4. Untuk mengetahui pengaruh *accuracy* pada digital banking terhadap kepuasan nasabah Bank BNI Syariah KC Banda Aceh

5. Untuk mengetahui pengaruh *speed* pada digital banking terhadap kepuasan nasabah Bank BNI Syariah KC Banda Aceh
6. Untuk mengetahui pengaruh *security* pada digital banking terhadap kepuasan nasabah Bank BNI Syariah KC Banda Aceh

1.4 Manfaat Penelitian

a. Bagi Perusahaan

Sebagai pemasukan pemikiran bagi pengelola untuk lebih dapat memberikan pelayanan terbaik bagi nasabah. Serta dapat membantu dalam membuat kebijakan yang berhubungan dengan pemasaran terutama dalam menciptakan kepuasan pelanggan dan menarik masyarakat menjadi nasabah serta untuk dapat membenahi atau mempertahankan strategi-strategi yang telah dilakukan.

b. Bagi Peneliti

Penelitian ini bermanfaat untuk menambah wawasan keilmuan dan pengetahuan, Serta dapat mengaplikasikan ilmu pengetahuan yang diperoleh saat perkuliahan.

c. Bagi Akademisi

Sebagai bahan kajian dan informasi pendahuluan bagi penelitian di masa mendatang yang berkaitan dengan masalah ini.

1.5 Sistematika Penulisan

Penelitian ini akan membahas dengan sistematika sebagai berikut:

Pada BAB I pendahuluan akan membahas mengenai latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, dan manfaat penelitian yang akan dilakukan menurut kontribusi praktis dan kontribusi teoritis .

Pada BAB II Landasan Teori akan membahas teori mengenai judul penelitian, mulai dari pengertian *digital banking*, tujuan *digital banking*, pengertian kepuasan, teori kepuasan, serta variabel kepuasan yang akan penulis teliti. Selain itu penulis juga akan menyajikan temuan penelitian terdahulu, model penelitian, dan pengembangan hipotesis.

Pada BAB III Objek, Metode Penelitian, data dan teknik pemerolehannya, teknik pengumpulan data, Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Variabel penelitian, metode analisis data, serta pengujian hipotesis.

Pada BAB IV Hasil Penelitian dan Pembahasan menyajikan deskripsi objek penelitian, hasil analisis serta pembahasan secara mendalam mengenai hasil temuan dan menjelaskan implikasinya.

Pada BAB V kesimpulan dan Saran dari hasil penelitian yang telah dilakukan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Definisi Kepuasan Nasabah

Secara yuridis, nasabah diartikan sebagai pihak yang menggunakan jasa bank. Nasabah tidak hanya berupa masyarakat yang telah membuka buku rekening tetapi juga termasuk pihak yang tidak memiliki rekening, tetapi memanfaatkan jasa bank untuk melakukan transaksi keuangan (*walk in customer*) (Rahmawanti & Lubis, 2014).

Nasabah merupakan tujuan akhir dari pemasaran produk dan jasa, karena dari nasabah lah suatu produk atau jasa dapat dinyatakan berkualitas atau tidak. Selanjutnya seorang nasabah akan menilai produk dan jasa yang telah digunakannya, dan akan menilai seberapa puas dia dalam menggunakan produk dan jasa tersebut. Kepuasan merupakan sebuah konsep yang menentukan suatu barang atau jasa dapat diterima atau tidak di dalam pasar. Kepuasan nasabah menjadi prioritas penting yang perlu diperhatikan serta sangat dibutuhkan untuk perkembangan dan kemajuan suatu perusahaan.

Puas atau tidaknya seseorang dapat di ukur dengan selisih antara *service* yang didapatkan dengan kesan yang diharapkan. Semakin mendekati *service* yang diterima dengan kesan yang diharapkan maka semakin tinggi tingkat kepuasan seseorang, dan

begitu pula sebaliknya. Adapun pengertian kepuasan menurut para ahli adalah sebagai berikut:

Menurut Richard Oliver “kepuasan merupakan respon pemenuhan dari konsumen. Kepuasan adalah hasil penilaian dari konsumen bahwa produk atau pelayanan telah memberikan tingkat kenikmatan dimana tingkat pemenuhan ini bisa lebih atau kurang” (Irawan, 2002). dan menurut Kotler “kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi/kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya” (Atmadjati, 2018).

Kepuasan merupakan hal penting yang perlu di perhatikan. Jika konsumen merasakan puas akan layanan yang diberikan maka konsumen akan senantiasa terus menggunakan jasa atau layanan yang ditawarkan hingga menjadi konsumen tetap. Selain itu, konsumen yang merasa puas akan menjadi *referral* yang efektif untuk pengembangan bisnis. Sedangkan konsumen yang merasa kecewa bisa memberikan dampak negatif terhadap bisnis. (JUD, Jubilee Enterprise, 2016)

Jadi, dapat disimpulkan bahwa kepuasan merupakan suatu respon dari pelanggan terhadap evaluasi kesesuaian yang dirasakan antara ekspektasi pelanggan dengan kinerja aktual produk. Adapun indikator kepuasan adalah: (1) Pelanggan puas atas layanan *digital banking*. (2) Pelanggan puas ketika transaksi yang dilakukan berhasil dengan sukses. (3) Layanan *digital banking* memenuhi harapan pelanggan (Anggraeni & Yasa, 2012).

2.1.2 Hal-Hal Yang Mempengaruhi Kepuasan

Beberapa faktor penentu atau determinan dari kepuasan pelanggan adalah seperti karakteristik demografis dan sosio-psikologis konsumen (seperti usia, tingkat pendidikan, tingkat penghasilan, gaya hidup, kompetensi pribadi, status pernikahan, dll). Menurut J. Martin (1995) dalam bukunya *Ignore Your Customer* beberapa metode yang dapat digunakan dalam melakukan pengukuran kepuasan pelanggan, diantaranya (Tjiptono & Diana, 2015) :

a. Sistem keluhan dan saran

Organisasi yang berpusat pelanggan (Customer Centered) memberikan kesempatan yang luas kepada para pelanggannya untuk menyampaikan saran dan keluhan. Informasi-informasi ini dapat memberikan ide-ide cemerlang bagi perusahaan dan memungkinkannya untuk bereaksi secara tanggap dan cepat untuk mengatasi masalah-masalah yang timbul. Akan tetapi metode ini bersifat pasif hingga sulit mendapatkan gambaran lengkap mengenai kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan. Terlebih bila perusahaan tidak memberi imbal balik kepada mereka yang telah memberikan tanggapan terhadap sistem perusahaan.

b. *Ghost / mystery shopping*

Salah satu cara untuk memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah dengan mempekerjakan beberapa orang untuk berperan atau bersikap sebagai pembeli potensial,

kemudian melaporkan temuan-temuannya mengenai kekuatan dan kelemahan produk perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam pembelian produk-produk tersebut. Selain itu para *ghost shoppers* juga dapat mengobservasi cara penanganan setiap keluhan.

c. *Lost customer analysis*

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 mereka mereka sudah pindah pemasok dan tidak memiliki kepentingan lagi dengan perusahaan tersebut.

d. Survei kepuasan pelanggan

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

2.1.3 Konsekuensi Dari Kepuasan Nasabah

Menurut Tjiptono & Diana (2015 : 43-44) kepuasan pelanggan memiliki pengaruh terhadap nilai beli ulang, loyalitas pelanggan, perilaku complain, dan gethok tular positif. Pelanggan yang puas

cenderung untuk melakukan pembelian terhadap produk/jasa yang sama secara berulang, serta memiliki kemungkinan melakukan *up-buying* (membeli versi produk dengan harga lebih mahal) dan *cross-buying* (membeli produk lain yang dijual produsen atau distributor yang sama). Pelanggan yang puas juga akan cenderung loyal terhadap perusahaan, mereka akan lebih toleran terhadap kesalahan yang dilakukan perusahaan serta mereka berkemungkinan kecil untuk melakukan komplain. Kepuasan pelanggan secara tidak langsung akan menjadikan konsumen bersedia untuk merekomendasikan produk atau perusahaan kepada orang lain (gethok tular positif). Hal ini dikarenakan pelanggan telah merasa nyaman dengan produk ataupun perusahaan dan merekomendasikan kepada kerabatnya agar mereka bisa merasakan hal yang sama.

Sangat penting memberikan kepuasan pada pelanggan, sebab jika mereka merasa kurang puas akan menyebabkan mereka meninggalkan perusahaan dan menjadi pelanggan pesain. Tingkat kepuasan dari pelanggan juga sangat ditentukan oleh produk/jasa yang di tawarkan oleh perusahaan. (Supranto, 2006)

2.1.4 Definisi Digital Banking

Menurut OJK (2016) layanan perbankan digital merupakan kegiatan perbankan yang dapat diakses secara mandiri dengan menggunakan sarana elektronik, baik itu melalui media digital milik nasabah, calon nasabah maupun milik bank sendiri. Dengan

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

Perkembangan layanan perbankan digital menurut OJK (2016) didorong oleh beberapa hal, antara lain sebagai berikut:

1. Pesatnya perkembangan teknologi informasi.
2. Gaya hidup masyarakat yang terus mengikuti perkembangan teknologi informasi.
3. adanya kecenderungan masyarakat terhadap layanan yang efektif, efisien, komprehensif, mudah, serta dapat diakses kapanpun dan dimanapun.
4. Adanya kompetisi antar industri perbankan dalam memberikan layanan kepada nasabah.
5. Perbankan memerlukan operasional yang efisien dan terintegrasi.

Dewasa ini, perbankan digital menjadi daya tarik tersendiri bagi nasabah. Perbankan mulai berlomba-lomba meningkatkan layanannya agar dapat mempermudah nasabah untuk memperoleh layanan perbankan secara mandiri (*self-service*) tanpa perlu mendatangi kantor perbankan. Adapun layanan perbankan secara

mandiri antara lain seperti melakukan transaksi (tunai, transfer, dan pembayaran), registrasi, hingga penutupan rekening dan berbagai layanan lainnya.

2.1.5 Manfaat *Digital Banking*

Dikutip dari Prita Ghozie from ZAP Finance, adanya digital banking akan menjadikan transaksi lebih mudah dan praktis, 6 manfaat digital banking bagi pengguna yaitu:

1. Efisiensi bisnis

Platform menyediakan metode untuk membuat fungsi internal lebih efisien. Dengan adanya *platform digital*, maka urusan bisnis yang menyangkut perbankan, akan menjadi lebih cepat dan mudah diselesaikan. Serta dapat mengurangi biaya transportasi untuk melakukan proses transaksi. Selain itu, waktu yang dihabiskan untuk melakukan aktifitas perbankan juga akan lebih efisien karena adanya kemudahan tersebut.

2. Penghematan biaya

Pengaplikasian perbankan tradisional memerlukan biaya yang relatif mahal, lamban dan rentan terhadap kesalahan manusia. *Platform digital* menjadi solusi untuk mengurangi biaya melalui sinergi data kualitatif dan respon yang lebih cepat terhadap perubahan pasar. Hal ini dapat mengurangi biaya transaksi. Sehingga, penghematan dapat dialihkan untuk hal lain seperti menabung dan investasi.

3. Akurasi yang meningkat

Pada umumnya, Bank tradisional mengandalkan pengolahan kertas. Secara statistik hal ini berpotensi memiliki tingkat kesalahan hingga 40%, hingga memerlukan pengerjaan ulang. Akan lebih mudah bila menerapkan solusi TI (teknologi informasi) dengan perangkat lunak bisnis, yang menghasilkan akuntansi yang lebih akurat dengan cara menyederhanakan proses verifikasi akurasi keuangan menjadi tolak ukur yang penting bagi bank, bukan hanya untuk mematuhi peraturan pemerintah tapi juga untuk menarik kepercayaan para investor. Dengan adanya *digital banking*, pengguna dapat memperoleh akses informasi lebih cepat serta transparan.

4. Meningkatkan pemahaman terhadap kebutuhan nasabah

Solusi digital membantu mengelola daftar pemasaran, membangun hubungan yang lebih dekat dengan pengguna teknologi, dan memungkinkan bank mencapai pasar yang lebih luas. Platform CRM dapat melacak riwayat pelanggan dan menyediakan akses cepat ke email serta bentuk komunikasi online lainnya. Hal ini efektif untuk mengeksekusi program penghargaan pelanggan yang dapat meningkatkan loyalitas dan kepuasan nasabah.

5. Fleksibilitas yang lebih tinggi

Penggunaan sistem yang canggih dapat mempercepat proses kerja eksternal dan internal, yang pada akhirnya dapat

meningkatkan kepuasan pelanggan. Setelah jatuhnya pasar keuangan di tahun 2008, menjadikan peningkatan penekanan pada manajemen risiko. Bank lebih memilih untuk meng-*upgrade* perangkat lunak manajemen resiko untuk mendeteksi dan merespons perubahan pasar daripada mempekerjakan dan melatih profesional manajemen risiko karena kinerja sistem akan lebih cepat.

6. Keamanan yang disempurnakan

Dikarenakan adanya ancaman *cyber* yang dapat merusak reputasi. Bank dapat meminimalisir resiko dengan cara menambahkan keamanan berlapis untuk menjaga kerahasiaan dan bank bisa mendapatkan keuntungan dari lapisan keamanan tersebut.

2.1.6 Jenis-Jenis Digital Banking pada Bank BNI Syariah

Menurut website (BNI Syariah), Bank BNI Syariah telah menerapkan layanan digital banking berupa e-banking, wakaf hasanah, dan hasanah online.

2.1.6.1 E-Banking

E-banking merupakan layanan perbankan yang bisa diakses 24 jam oleh nasabah tanpa harus mengunjungi kantor cabang untuk melakukan transaksi perbankan. Ada beberapa macam jenis e-banking yaitu:

a. *ATM (Automatic Teller Machine)*

Kartu *ATM (Automatic Teller Machine)* atau di Indonesia sering disebut dengan Anjungan Tunai Mandiri (ATM) merupakan alat pembayaran menggunakan kartu yang dapat digunakan untuk melakukan penarikan tunai dan/atau pemindahan dana dimana kewajiban pemegang kartu dipenuhi seketika dengan mengurangi secara langsung simpanan pemegang kartu pada Bank atau Lembaga Selain bank yang berwenang untuk menghimpun dana sesuai ketentuan perundang-undangan yang berlaku.

Manfaat dari penggunaan Kartu ATM / Debit adalah:

- Memberikan kemudahan dan kecepatan bertransaksi via ATM untuk penarikan tunai, transfer antar rekening dan/atau antarbank.
- Selain itu khusus untuk Kartu Debit, memberikan kemudahan melakukan transaksi berbelanja tanpa perlu membawa uang tunai.

Walaupun di satu sisi terdapat beberapa manfaat dari Kartu ATM / Debit, tetapi di sisi lain terdapat risiko yang perlu disikapi dengan kehati-hatian dari para penggunanya, seperti :

- Risiko kartu digunakan oleh pihak lain, karena pengguna yang sah melakukan kelalaian dalam penyimpanan kartu dan PIN.
- Risiko *fraud* yang sengaja dilakukan oleh pihak-pihak yang tidak bertanggungjawab dengan mencuri data nasabah pengguna yang tersimpan dalam kartu. (Bank Indonesia)

ATM merupakan layanan 24 jam perbankan yang memungkinkan nasabah untuk melakukan berbagai transaksi perbankan tanpa harus datang ke kantor cabang. Layanan ATM dilengkapi dengan berbagai fitur untuk memberikan kemudahan, kenyamanan, dan keamanan nasabah. Adapun jenis transaksi yang dapat dilakukan melalui ATM adalah transaksi non keuangan dan transaksi keuangan. Transaksi non keuangan seperti informasi mengecek saldo rekening, melihat mutasi rekening dan mencetak rekening koran. sedangkan transaksi keuangan seperti :

- a. Penarikan uang tunai.
 - b. Pengecekan saldo tabungan.
 - c. Transfer antar rekening BNI Syariah.
 - d. Transfer antar rekening
 - e. Pembayaran Uang Kuliah berbagai universitas/institute
 - f. Pembayaran berbagai tagihan Hasanah Card (kartu pembiayaan BNI Syariah).
 - g. Pembayaran zakat, infaq dan shadaqoh.
 - h. bank melalui jaringan ATM bersama.
 - i. Pembayaran tagihan telepon
 - j. Pembayaran listrik di daerah tertentu
 - k. Pembelian Vocer Prabayar
 - l. Pembelian Tiket Airline.
- b. *SMS Banking (Short Message Service Banking)*

SMS Banking adalah layanan perbankan yang bisa diakses oleh nasabah dengan menggunakan *handphone*. Layanan ini

memiliki kemudahan, kenyamanan, dan keamanan bagi nasabah karena bisa diakses 24 jam. Transaksi melalui *SMS banking* aman karena untuk melakukan transaksi keuangan, rekening tujuan transfer harus didaftarkan terlebih dahulu di kantor cabang BNI Syariah. *SMS banking* dilengkapi dengan fitur:

- mengecek saldo rekening
- transfer antar rekening BNI Syariah atau BNI,
- pembelian voucher Prabayar,
- pembayaran tagihan Halo Telkomsel, Flexi dan Speedy
- dan pembayaran tagihan Hasanah Card.

c. *Internet Banking*

Internet Banking merupakan layanan perbankan yang memerlukan alat bantuan berupa komputer yang terkoneksi jaringan internet untuk dapat mengakses fitur-fitur yang telah disediakan perbankan. Fitur pada internet banking sama dengan fitur yang ada pada ATM, hanya saja internet banking dapat lebih memudahkan nasabah. Selain fiturnya dapat diakses dimana saja tanpa adanya batasan lokasi, kemudahan lainnya berupa desain menu pada internet banking mudah dipahami dan digunakan tanpa perlu adanya ketrampilan khusus. Selanjutnya, internet banking juga dilengkapi dengan sistem keamanan berlapis yang dapat mengurangi kemungkinan *caybri*. Nasabah juga akan diberikan token (password yang berupa angka-angka dan

password tersebut selalu berganti setiap kali nasabah melakukan transaksi keuangan) untuk dapat mengakses layanan ini.

Menurut Infobank, edisi 253, sept.2000, *Internet Banking* adalah sebuah konsep layanan perbankan yang dilakukan dengan melakukan fasilitas elektronik tanpa harus mendatangi kantor bank. Ada beberapa resiko yang dapat ditimbulkan oleh penggunaan internet banking, diantaranya adalah berpotensi menimbulkan permasalahan operasional (*operational risk*) bagi bank seperti verifikasi atas keakuratan dan keabsahan informasi nasabah, serta adanya proteksi terhadap teknologi informasi, sistem dan prosedur. *Operational risk* juga dapat dipicu karena kurangnya sistem pengamanan (*security system*), penyalahgunaan sistem oleh nasabah, dan desain atau implementasi sistem yang kurang tepat. (Utomo, 2003)

d. *Mobile Banking*

Mobile Banking merupakan layanan perbankan 24 jam yang dapat diakses dengan *handphone* nasabah. Namun dalam mengakses *m-banking* ini diharuskan dengan *handphone* yang terkoneksi jaringan internet. Fitur yang di tawarkan *m-banking* sama dengan ATM hanya saja *m-banking* lebih mudah di akses.

e. TapCash IB Hasanah

TapCash adalah uang elektronik pengganti uang tunai yang bisa diisi ulang. Kartu TapCash iB Hasanah adalah kartu pembayaran elektronik *co-branding* antara BNI Syariah dan BNI

dengan menggunakan logo BNI Syariah dan BNI yang diterbitkan oleh BNI dengan disain khusus BNI Syariah, serta dipasarkan oleh BNI Syariah. Kartu TapCash iB Hasanah dipergunakan untuk transaksi yang sesuai dengan prinsip syariah dan halal. Adapun keunggulan dari adanya *e-money* ini adalah:

- a. Menghemat waktu karena dapat melakukan transaksi pembayaran dengan cepat.
- b. Dapat menghilangkan resiko uang lecek dan uang palsu.
- c. Tidak perlu membawa uang cash dalam jumlah besar.

Tapcash juga dilengkapi dengan kemudahan berupa tanpa adanya minimum transaksi, dapat diisi ulang (*top up*) dengan maksimal saldo Rp1.000.000,-, serta dapat dengan mudah dipindahtangankan. Namun saldo pada kartu tidak diberi bagi hasil dan tidak dijamin oleh Lembaga Penjamin Simpanan (LPS), jadi nasabah diharuskan lebih hati-hati dalam menjaga TapCash karena apabila kartu TapCash tercecer maka orang yang menemukan akan dengan mudah menyalahgunakan kartu tersebut.

f. Phone Banking

Phone Banking adalah layanan perbankan 24 jam lainnya yang membuat nasabah tidak harus beranjak dari tempat duduk mereka. *Customer Representative* perbankan akan membantu memberikan berbagai informasi serta melakukan transaksi untuk nasabah. Layanan *Phone Banking* memiliki banyak fitur dan

memberikan kemudahan, kenyamanan dan keamanan bagi nasabah. Adapun kemudahannya berupa :

- a. Informasi mengenai produk-produk BNI Syariah.
- b. Informasi mengenai nisbah atau bagi hasil produk-produk BNI Syariah.
- c. Informasi lokasi kantor cabang BNI Syariah.
- d. Melakukan transaksi perbankan non keuangan (mengecek saldo rekening ataupun mutasi rekening).
- e. Jika nasabah menginginkan layanan *Phone Banking*, mereka cukup melakukan proses registrasi melalui ATM (khusus transaksi non keuangan).

2.1.6.2 Wakaf Hasanah

Wakaf Hasanah adalah sebuah layanan perbankan digital yang memfasilitasi masyarakat yang ingin mewakafkan harta benda miliknya secara produktif untuk kepentingan umat sesuai dengan prinsip syariah. BNI Syariah saat ini telah bekerjasama dengan 19 Nazhir (pengelola wakaf) terpercaya untuk menyalurkan wakaf produktif. Adapun nazir yang bekerja sama dengan BNI syariah Adalah Yayasan Wakaf Bangun Nurani Bangsa, BMH (Baitul Maal Hidayatullah), Wakaf Bani Umar Satu Amal Sejuta Manfaat, BWI, Wakaf Daarul Tauhiid, Dompot Dhuafa, Dewan Da'wah Islamiyah Indonesia, Global Wakaf, Rumah Wakaf, Rumah Akat, Sinergi Foundation, Wakaf Al-Azhar, Wakaf Al-Qur'an, Yakesma, Universitas Airlangga Nazir Wakaf, Majelis Wakaf Darussalam,

Yayasan Graha Asuh Jabal 165, YPM Wakaf Salman ITB, dan Inisiatif Wakaf.

Selain itu, BNI Syariah juga memfasilitasi masyarakat untuk berwakaf Al-Quran yang akan disalurkan kepada Mustahik (Mushalla, Masjid, dan Santri) yang membutuhkan. Layanan wakaf ini tidak hanya diperuntukkan kepada nasabah BNI Syariah saja, akan tetapi masyarakat yang tidak mendaftarkan diri sebagai nasabah di BNI Syariah juga bisa menikmati fasilitas ini.

2.1.6.3 Hasanah Online

Merupakan layanan pembukaan rekening secara online yang bisa diakses dimana saja dan kapan saja tanpa adanya batasan waktu dan tempat. Layanan ini dapat meminimalisir waktu pembukaan rekening secara *face to face* dengan *costumer service* (CS) karena secara tidak langsung calon nasabah telah membantu CS dalam menginput formulir pendaftaran pembukaan rekening hingga mempercepat proses pembukaan rekening. Calon nasabah hanya perlu memperlihatkan nomor registrasi pengisian formulir, dan selanjutnya CS akan memproses pembukaan rekening.

2.1.7 Resiko Menggunakan *Digital Banking*

Pesatnya perkembangan internet di Indonesia dapat membawakan dampak positif bagi perekonomian masyarakat. Mulai dari pemanfaatan internet untuk melakukan bisnis online (*e-bisnis*) hingga pemanfaatan internet untuk melakukan transaksi online atau sering disebut dengan layanan digital perbankan.

Namun disisi lain, kejahatan dalam bidang internet marak terjadi hingga menjadi salah satu penghambat atau resiko yang perlu di minimalisir. Menurut Fahmi (2013) *Cyber crime* merupakan salah satu kejahatan yang terjadi di dunia maya sebagai tempat untuk mengambil keuntungan (*profit taking*). *Hacker* merupakan pihak yang sering disebut sebagai pelaku yang memanfaatkan dunia maya untuk mengambil keuntungan. Aksi *cyber* telah dilakukan beberapa kali di lingkungan instansi keuangan. Namun kejahatan dalam bidang ini sulit dibuktikan karena pelakunya bisa berada dimana saja walaupun komputer dan perangkat elektronik lainnya bisa dianggap sebagai alat bukti.

2.1.8 Hukum *Digital Banking* Dalam Islam

Berdasarkan prinsip *maslahah* menggunakan digital banking adalah boleh. hal ini dikarenakan kebutuhan manusia akan kemajuan teknologi dengan terus memperbaharui, memperbaiki kekurangan, dan penyimpangan teknis maupun syariah. Mengenai teknis operasionalnya, dikembalikan kepada kelaziman, tradisi, prosedur, dan sistem (*'urf*) yang berlaku termasuk dalam aktualisasi *ijab* dan *qabul* dalam jual-beli tidak harus dilakukan dengan mengucapkan kata atau bertemu fisik. Akan tetapi itu bisa bersifat fleksibel dengan meng-klik atau meng-enter pilihan tertentu pada *cyberspace* yang kemudian dilakukan penyelesaian pembayaran dengan cara dan media teknologi apapun yang dianggap sah selama memenuhi kriteria dan persyaratan syariah. (Utomo, 2003)

Sebagaimana firman Allah subhanallahu wa ta'ala :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَوفُوا بِالْعُقُودِ ۖ أُحِلَّتْ لَكُمْ بَهِيمَةُ الْأَنْعَامِ إِلَّا مَا يُتْلَى عَلَيْكُمْ غَيْرَ مُحْلَمِي الصَّيْدِ وَأَنْتُمْ حُرْمٌ ۗ إِنَّ اللَّهَ يَجْزِيكُم مَّا يُرِيدُ

Artinya : “Hai orang-orang yang beriman, penuhilah aqad-aqad itu. Dihalalkan bagimu binatang ternak, kecuali yang akan dibacakan kepadamu. (Yang demikian itu) dengan tidak menghalalkan berburu ketika kamu sedang mengerjakan haji. Sesungguhnya Allah menetapkan hukum-hukum menurut yang dikehendaki-Nya.” (Q.S Al-Maidah [5] :1)

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِن فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَّعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

Artinya: “Apabila telah ditunaikan shalat, maka bertebaranlah kamu di muka bumi; dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung.” (Q.S Al-Jumu’ah [62] : 10)

Rasulullah ﷺ juga bersabda, “orang Islam itu wajib memenuhi komitmen kesepakatan mereka, kecuali kesepakatan atau perjanjian yang menghalalkan yang haram atau mengharamkan yang halal” (HR Abu Dawud, Ibnu Maajah, dan Tirmidzi).

Dari hadits diatas dapat diketahui bahwa Rasulullah ﷺ menganjurkan kita untuk memenuhi akad/perjanjian dalam bermuamalat, selama akad tersebut tidak melenceng dari ketetapan syariat maka kita sebagai umat Islam wajib untuk metepati akad

yang telah diperjanjikan. Tidak adanya dalil khusus yang melarang ataupun membolehkan menggunakan *digital banking*, namun merujuk pada perkataan Abdullah bin Sa'id Muhammad Ubbady Al-Lahjiy dalam bukunya yang berjudul *Lidhah Al-Qawa'id Al-Fiqhiyah* menuliskan bahwa Imam Abu Hanafi menyatakan, hukum asal dalam segala sesuatu (ibadah) adalah haram, kecuali ada dalil yang menunjukkan akan kebolehannya. Dan menurut pandangan Syafi'iyah asal hukum segala sesuatu (muamalah) adalah boleh, sampai ada dalil yang mengharamkan (Kadir, 2010).

2.2 Penelitian Terdahulu

Menurut hasil penelusuran yang telah penulis lakukan, penulis menemukan beberapa kajian tulisan yang berkaitan dengan pengaruh *digital banking* terhadap kepuasan nasabah.

Tulisan tersebut diantaranya adalah jurnal dengan judul *E-Service Quality Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Dalam Penggunaan Internet Banking*. Tulisan ini menggunakan penelitian jenis kausalitas, riset kausal digunakan untuk memahami variabel independen dan variabel dependen serta menentukan sifat antara variabel independen dan pengaruh yang diperkirakan. Peneliti menggunakan variabel kepuasan (Y_1) dan loyalitas (Y_2) sebagai variabel dependen. Dan variabel kualitas informasi website (X_1), kualitas interaksi website (X_2), kualitas desain website (X_3), kehandalan (X_4), ketanggapan (X_5), jaminan (X_6), dan empati (X_7) sebagai variabel independen. Penelitian yang dilakukan pada nasabah Commonwealth Bank Cabang Seminyak Bali ini

menunjukkan bahwa secara simultan *e-service quality* (seluruh variabel X) berpengaruh positif terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan dalam penggunaan internet banking. Dan kepuasan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. (Anggraeni & Yasa, 2012)

Selanjutnya jurnal dengan judul Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Informasi, Ketepatan Waktu, dan Kerahasiaan Terhadap Kepuasan Wajib Pajak Pengguna *E-Filing* yang ditulis oleh Yovita Widyadinata Dan Agus Arianto Toly pada tahun 2014. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan kuesioner yang diberikan kepada Wajib Pajak Kota Surabaya yang terdaftar di KPP Pratama Surabaya Rungkut sebagai data primernya. Adapun variabel yang dipilih sebagai variabel independen adalah variabel Kualitas Sistem (X_1), Kualitas Informasi (X_2), Ketepatan Waktu (X_3), dan Kerahasiaan (X_4) serta Kepuasan (Y) sebagai variabel dependen. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa Kualitas Sistem, Kualitas Informasi, dan Kerahasiaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan. Sedangkan ketepatan waktu tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan Wajib Pajak Pengguna *E-Filing* yang terdaftar di KPP Pratama Surabaya Rungkut.

Kemudian tulisan jurnal dari Grace & Novander (2017). Peneliti menerapkan variabel ATM (X_1) dan SMS-Banking (X_2) sebagai variabel independen dan kepuasan (Y) sebagai variabel dependen. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian verifikatif

dengan metode analisis Regresi Linier Berganda. Data dikumpulkan menggunakan teknik observasi, wawancara, kepustakaan, dan kuisisioner. Kuisisioner yang digunakan adalah kuisisioner tertutup yang menggunakan skala Likert dan dibagikan kepada nasabah PT. BRI Cab. Palu. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan maupun parsial adanya pengaruh peningkatan kualitas ATM BRI dan BRI SMS Banking terhadap kepuasan nasabah. serta variabel ATM BRI memiliki pengaruh dominan terhadap kepuasan nasabah PT. BRI Cab. Palu.

Tulisan selanjutnya adalah jurnal terbitan tahun 2017 yang ditulis oleh Syamsul Rizal dan Munawir dengan judul Pengaruh Kepuasan Nasabah Terhadap Menggunakan Mobile Banking (M-Banking) Pada Bank BCA Cabang Banda Aceh. Penelitian ini dilakukan pada nasabah Bank BCA Cabang Banda Aceh pengguna M-Banking. Data dianalisis menggunakan metode kualitatif dan kuantitatif dengan regresi linear berganda sebagai alat ukur. Kuisisioner dibagikan kepada responden dengan menggunakan metode *Convenience Sampling* sebagai penarikan sampel. Penulis menetapkan variabel tingkat kepuasan (Y) sebagai variabel dependen serta variabel Keandalan (X_1), Keresposifan (X_2), Jaminan (X_3), Empati (X_4), dan Bukti fisik (X_5) sebagai variabel independen. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa variabel keandalan, keresponsifan, keyakinan, empati dan variabel berwujud secara partial maupun simultan memiliki pengaruh positif dan

signifikan terhadap tingkat kepuasan nasabah yang menggunakan M-Banking pada Bank BCA Cabang Banda Aceh.

Sari (2015) juga melakukan penelitian mengenai Kepuasan Nasabah terhadap PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero). Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif menggunakan metode analisis regresi berganda yang sampelnya diambil dengan menerapkan teknik *nonprobability sampling* dengan jenis *incidental sampling* dan menggunakan rumus Bernoulli. Data primernya berupa kuesioner yang di isi oleh nasabah pengguna BRI Mobile di daerah Palangkaraya. Penulis menetapkan variabel *trust* (X_1), *accuracy* (X_2), *speed* (X_3), dan *security* (X_4) sebagai variabel independen (variabel bebas) dan kepuasan (Y) sebagai variabel dependen. Adapun hasil penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel *trust* dan *speed* tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Sedangkan variabel *accuracy* secara parsial berpengaruh tetapi tidak signifikan terhadap kepuasan. Secara parsial kualitas layanan *security* berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. dan secara simultan variabel *trust*, *accuracy*, *speed*, dan *security* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul	Hasil	Perbedaan	Persamaan
1	Ni Made Savitri Anggraeni dan Ni Nyoman Kerti Yasa (2012)	E-Service Quality Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Dalam Penggunaan <i>Internet Banking</i>	Penelitian yang dilakukan pada Commonwealth Bank Cabang Seminyak Bali tersebut menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan <i>e-service quality</i> terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan dalam penggunaan internet banking. Serta, Kepuasan juga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan dalam penggunaan layanan <i>internet banking</i> .	Dalam penelitian tersebut penulis menguji pengaruh <i>e-service quality</i> terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan. Serta menguji pengaruh kepuasan terhadap loyalitas pelanggan dalam penggunaan internet banking. Sedangkan penelitian ini ingin menguji pengaruh <i>digital banking</i> terhadap kepuasan nasabah. Yang mana internet banking menjadi salah satu jenis dari digital banking tersebut.	Menggunakan variabel kualitas informasi, kualitas desain <i>wabsite</i> , dan kepuasan
2	Yovita Widyadinata Dan Agus Arianto Toly (2014)	Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Informasi, Ketepatan Waktu, dan Kerahasiaan Terhadap	Hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa Kualitas Sistem, Kualitas Informasi, dan Kerahasiaan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Wajib Pajak. Sedangkan tidak adanya pengaruh yang signifikan pada variabel ketepatan waktu	Dalam penelitian tersebut penulis menguji pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Informasi, Ketepatan Waktu, dan Kerahasiaan Terhadap Kepuasan Wajib Pajak Pengguna E-Filing. Sedangkan penelitian ini menguji pengaruh <i>digital banking</i> terhadap kepuasan nasabah.	Menggunakan variabel kualitas informasi dan kepuasan

Tabel 2.1 - lanjutan

No	Nama Peneliti	Judul	Hasil	Perbedaan	Persamaan
		Kepuasan Wajib Pajak Pengguna <i>E-Filing</i>	terhadap kepuasan Wajib Pajak Pengguna E-Filing yang terdaftar di KPP Pratama Surabaya Rungkut.		
3	Diana Grace dan Novander Novander (2017)	Analisis Pengaruh <i>Automatic Teller Macin Dan Short Message Service Banking Terhadap Kepuasan Nasabah.</i>	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa baik secara simultan maupun parsial adanya pengaruh yang positif dan signifikan pada kualitas ATM BRI dan BRI SMS Banking terhadap kepuasan nasabah. dan variabel yang berpengaruh secara dominan terhadap kepuasan adalah kualitas ATM BRI.	Dalam penelitian tersebut penulis menguji pengaruh ATM dan SMS Banking terhadap kepuasan nasabah pada PT. BRI cabang Palu. Sedangkan peneliti ini menguji mengenai pengaruh <i>digital banking</i> terhadap kepuasan nasabah.	Ingin mengetahui pengaruh ATM dan SMS Banking terhadap kepuasan nasabah
4	Syamsul Rizal dan munawar. (2017)	Pengaruh Kepuasan Nasabah Terhadap Menggunakan <i>Mobile Banking (M-Banking)</i> Pada	Hasil penelitian tersebut menunjukan variabel keadaan, koresponsifan, keyakinan, empati, dan berwujud memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat kepuasan nasabah baik itu dilihat secara simultan maupun parsial.	Dalam penelitian tersebut penulis menguji pengaruh penggunaan M-banking terhadap kepuasan nasabah dengan keadaan, koresponsifan, keyakinan, empati, dan berwujud sebagai variabel penguji. Sedangkan penelitian ini menguji pengaruh <i>digital banking</i>	Populasi yang digunakan adalah nasabah yang menggunakan <i>mobile banking</i> .

Tabel 2.1 - lanjutan

No	Nama Peneliti	Judul	Hasil	Perbedaan	Persamaan
		Bank BCA Cabang Banda Aceh.		terhadap kepuasan nasabah. dan mobile banking menjadi salah satu jenis dari digital banking tersebut.	
5	Rahma Novita Sari (2015)	Pengaruh Kualitas Layanan BRI <i>Mobile</i> Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), TBK Kantor Cabang Palangkaraya, Kalimantan Tengah	Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa nasabah bank BRI Kantor Cabang Palangkaraya berpersepsi Kualitas layanan BRI <i>Mobile</i> sudah sangat baik. Nasabah merasa puas terhadap layanan BRI <i>Mobile</i> . variabel <i>trust</i> dan <i>speed</i> tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Variabel <i>accuracy</i> berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan, variabel <i>security</i> berpengaruh signifikan terhadap kepuasan, dan variabel <i>trust</i> , <i>accuracy</i> , <i>speed</i> , dan <i>security</i> secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.	Dalam penelitian tersebut penulis menguji pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan menggunakan variabel <i>trust</i> , <i>accuracy</i> , <i>speed</i> , dan <i>security</i> . Sedangkan penelitian ini menguji pengaruh <i>digital banking</i> terhadap kepuasan nasabah menggunakan variabel kualitas desain, kualitas informasi, <i>accuracy</i> , <i>speed</i> , dan <i>security</i> .	menggunakan variabel <i>accuracy</i> , <i>speed</i> , dan <i>security</i> sebagai penguji kepuasan nasabah

2.3 Kerangka Pemikiran

Kerangka/rerangka pemikiran merupakan gambar atau pun bagan yang digunakan untuk menjelaskan konsep teori agar lebih mudah dipahami. Kerangka pemikiran menggambarkan riset secara keseluruhan (Kurniawan, 2014).

2.3.1 Pengaruh Kualitas *Desain Website* Terhadap Kepuasan

Dalam menggunakan aplikasi *digital banking*, kualitas *desain website* diduga menjadi salah satu faktor penting yang mempengaruhi kepuasan nasabah. Perbankan harus mampu *men-desain website digital*-nya semenarik mungkin agar nasabah tertarik menggunakan aplikasi tersebut. Jika nasabah lebih tertarik menggunakan *digital banking* dari pada melakukan transaksi langsung di perbankan maka hal ini akan mengurangi jumlah antrian di kantor perbankan yang kemudian akan berdampak pada efisiensi waktu dan kepuasan nasabah itu sendiri. Sebagaimana yang dinyatakan oleh Pratama, Suyadi, dan Susilo (2014) bahwasanya dimensi *appearance* (tampilan) memberikan kesan yang baik kepada para pengunjung hingga mampu untuk menunjang minat konsumen menggunakan produk.

2.3.2 Pengaruh Kualitas Informasi *Website* Terhadap Kepuasan

Selanjutnya, kualitas informasi *website* juga diduga menjadi salah satu faktor penting yang mempengaruhi kepuasan nasabah. Sebuah *website digital banking* harus dilengkapi dengan informasi

yang jelas, akurat dan *up date*. Informasi cara mengaplikasikan *digital banking* sangat diperlukan nasabah agar tidak adanya kesalahan dalam melakukan kegiatan transaksi atau lain sebagainya. Sebagaimana penelitian Widyadinata & Toly (2014) yang menyatakan bahwa kualitas informasi *website* pada sistem *e-filing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wajib pajak pengguna *e-filing*. Hal ini berarti, jika kualitas informasi *website* pada sistem *e-filing* ditingkatkan maka kepuasan pengguna *e-filing* juga akan ikut meningkat.

2.3.3 Pengaruh *Accuracy* Terhadap Kepuasan

Perbankan merupakan perusahaan yang sistem kerjanya berhubungan erat dengan keakuratan pencatatan transaksi keuangan. Hingga *accuracy* menjadi salah satu pertimbangan bagi nasabah dalam menentukan untuk menggunakan atau tidaknya sebuah produk atau aplikasi. Karena hal itu, *accuracy* diperkirakan menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah. Sebagaimana penelitian yang dilakukan oleh Sari (2015) yang menyatakan bahwa *accuracy* berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah pengguna layanan BRI Mobile dengan besaran pengaruhnya yaitu 18,8% yang artinya setiap kenaikan *accuracy* satu satuan akan diikuti dengan kenaikan kepuasana nasabah sebesar 18,8%.

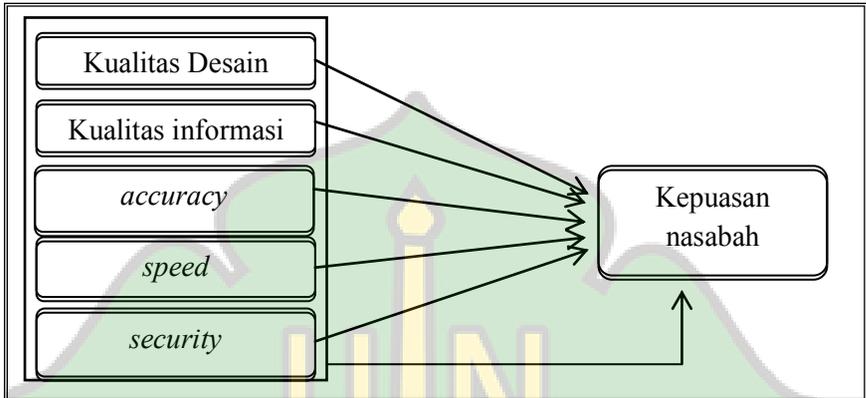
2.3.4 Pengaruh *Speed* Terhadap Kepuasan

Dalam kesehariannya nasabah menginginkan waktu yang efisien dalam melakukan kegiatan, sehingga semakin mudah dan cepat daya akses yang ditawarkan perbankan maka akan memperbesar kemungkinan nasabah merasa puas akan layanan *digital banking* yang ditawarkan. Oleh karena itu, *speed* diperkirakan menjadi salah satu faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan nasabah. Sebagaimana penelitian yang dilakukan oleh Wardhana (2015) yang menyatakan bahwa *speed* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah yang menggunakan layanan *M-Banking*.

2.3.5 Pengaruh *Security* Terhadap Kepuasan

Salah satu faktor yang diperkirakan mempengaruhi kepuasan nasabah adalah *security*. Dengan adanya keamanan yang ketat dan berlapis dari pihak perbankan dalam mengakses *digital banking* akan menjadikan nasabah yakin dan nyaman dalam melakukan transaksi menggunakan layanan *digital banking* yang pada akhirnya akan terciptanya rasa puas pada nasabah. Sebagaimana penelitian yang dilakukan oleh Sari (2015) yang menyatakan bahwa *security* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna layanan BRI Mobile dengan besar pengaruhnya jika dilihat dari uji regresi linier berganda yaitu sebesar 24,9% yang artinya setiap kenaikan *security* satu satuan akan diikuti dengan kenaikan kepuasan nasabah sebesar 24,9%.

Adapun hubungan dari masing-masing variabel tersebut, juga dapat dijadikan dalam bentuk skema kerangka berpikir sebagai berikut:



Sumber: Data Diolah (2019)

Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran

2.4 Pengembangan Hipotesis

Hipotesis merupakan suatu perumusan sementara mengenai suatu hal yang akan dibuat untuk menjelaskan hal tersebut dan juga dapat menuntun/mengarahkan penyelidikan selanjutnya. Dengan jawaban sementara ini pada prinsipnya untuk membantu peneliti agar penelitian lebih terarah. (Umar, 2005). Menurut Jaya (2019), hipotesis berasal dari bahasa Yunani yang terdiri dari dua kata, yaitu “*Hupo*” (sementara) dan “*thesis*” (pernyataan atau teori). Hipotesis merupakan pernyataan sementara yang perlu diuji kebenarannya.

Oleh karena itu, hipotesis umum yang akan penulis uji dalam penelitian yang berjudul “Pengaruh Penerapan *Digital Banking*

Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada BNI Syariah Cabang Banda Aceh)” adalah sebagai berikut:

- H1 = Kualitas desain *website*, kualitas informasi *website*, *trust*, *accuracy*, *speed*, *security* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna *digital banking* pada BNI Syariah KC Banda Aceh.
- H2= Desain *website* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna *digital banking* pada BNI Syariah KC Banda Aceh.
- H3 = Kualitas informasi *website* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna *digital banking* pada BNI Syariah KC Banda Aceh.
- H4 = *Accuracy* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna *digital banking* di BNI Syariah KC Banda Aceh.
- H5 = *Speed* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna *digital banking* di BNI Syariah KC Banda Aceh.
- H6 = *Security* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna *digital banking* di BNI Syariah KC Banda Aceh.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini penulis menggunakan jenis penelitian lapangan (*field research*) dan bersifat kuantitatif. Menurut (Hendryadi, 2015) Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang menggunakan analisis data dengan bentuk angka. Pada dasarnya pendekatan ini menggunakan data berupa angka-angka seperti presentasi tingkat pengangguran, rasio keuangan, kemiskinan, dan lain sebagainya. Sedangkan menurut Sugiyono (2009), metode penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme yang digunakan untuk meneliti populasi dan sample, pengumpulan datanya menggunakan instrumen penelitian, serta menguji hipotesis yang telah ditetapkan sebagai tujuan. Adapun karakter penulisan kuantitatif berupa angka-angka dan analisis data menggunakan statistik (Alfianika, 2018).

Tujuan dan arah penelitian yang akan penulis gunakan adalah deskriptif. Menurut Lehmann (1979), penelitian deskriptif kuantitatif merupakan suatu jenis penelitian yang tujuannya berupa mendeskripsi secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai sifat dan fakta populasi tertentu, atau mencoba menggambarkan fenomena secara detail (Yusuf, 2015). Penelitian ini akan mengacu pada hasil observasi lapangan dengan memaparkan hasil informasi dari responden yang didapatkan dengan cara membagikan kuesioner.

3.2 Data dan Teknik Pemerolehannya

3.2.1 Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

- Data Primer

Data primer adalah data yang di kumpulkan oleh peneliti yang diperoleh dari sumber aslinya. Data primer sangat erat kaitannya dengan penelitian yang dikaji (Suliyanto,2009). Dalam penelitian ini, yang akan menjadi data primer adalah kuesioner yang diisi oleh responden secara langsung.

- Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang sudah tersedia dan dikumpulkan oleh pihak lain yang diperoleh melalui media perantara atau secara tidak langsung (Suliyanto,2009). Data sekunder dalam penelitian ini seperti buku, jurnal, hasil penelitian, laporan kerja praktik dan lainnya. Yang memiliki hubungan dengan objek penelitian penulis.

3.2.2 Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data berupa penelitian lapangan (*field research*), melakukan survei dengan metode riset yang menggunakan kuesioner sebagai instrument pengumpulan data untuk memperoleh informasi tentang sejumlah responden yang dianggap mewakili populai tertentu. Metode survei merupakan metode penelitian yang menggunakan kuesioner sebagai instrumen utama dalam pengumpulan data (Siyoto & Sodik, 2015).

Kuesioner merupakan sebuah alat pengumpulan data yang selanjutnya data tersebut akan diolah untuk menghasilkan suatu informasi tertentu (Umar, 2003). Sedangkan menurut (Djaali & Muljono, 2007), kuesioner adalah alat pengumpulan data berbentuk pertanyaan yang akan diisi atau dijawab oleh responden. Adapun alasan digunakannya kuesioner sebagai metode pengumpulan data adalah:

1. Untuk mengukur variabel yang bersifat faktual.
2. Untuk mendapatkan informasi yang relevan dengan tujuan dari penelitian dilakukan.
3. Untuk mendapatkan validitas dan reabilitas informasi yang tinggi.

3.3 Lokasi Penelitian

Sesuai dengan judul yang diambil tentang Pengaruh Penerapan Digital Banking Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada BNI Syariah Cabang Banda Aceh), maka penelitiannya akan dilaksanakan di Bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh di Jl.Tgk.H.M. Daud Beureueh No.28 Kel. Laksana, Kec. Kuta Alam, Kota Banda Aceh.

3.4 Populasi

Populasi merupakan kumpulan elemen yang memiliki karakteristik tertentu yang serupa dan memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi anggota sampel (Umar, 2003). Menurut (Harinaldi, 2005), populasi dapat berupa data yang berjumlah besar

hingga mengakibatkan ketidak mungkinan atau sulitnya dilakukan pengkajian terhadap seluruh data tersebut, sehingga untuk mempermudah, pengkajiannya dilakukan dengan sampel. Dalam penelitian ini, populasi yang akan diambil adalah seluruh nasabah BNI Syariah Cabang Banda Aceh sebanyak 30.100 nasabah dari tahun 2015 s.d Februari 2019.

3.5 Teknik Pengambilan Sampel

Karena banyaknya populasi yang terdapat dalam penelitian ini, maka diambil beberapa sampel untuk mewakili populasi tersebut. Sampel diartikan sebagai himpunan semua kejadian yang mungkin untuk diperoleh dari suatu percobaan (Tim Litbang Media Cerdas, 2010). Sedangkan menurut (Harinaldi, 2005), sampel merupakan sebagian atau himpunan bagian (*subset*) dari suatu populasi. Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel dengan metode *non-probability sampling* (Non-Random Sampel) dengan menerapkan teknik *purposive sampling*. *Non-probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tiap anggota populasinya tidak memiliki kesempatan yang sama untuk dijadikan sampel, dan *purposive sampling* adalah sampel yang diambil secara kebetulan, cukup dengan meninjau tempat peristiwa yang diteliti dan mewawancarai orang-orang yang sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan oleh penulis (Suliyanto,2009). Adapun kriteria nasabah yang penulis tentukan adalah:

1. Laki-laki atau wanita.
2. Usia \geq 18 tahun.

3. Memiliki pendapatan
4. Pernah dan atau sedang memakai *digital banking* (baik berupa *ATM, SMS-Banking, I-Banking, M-Banking*, hasanah online, dan atau wakaf online).

Selanjutnya penulis menentukan ukuran sampel dengan menggunakan pendapat slovin yaitu (Umar, 2011):

$$n = \frac{N}{1+Ne^2} \quad (3.1)$$

Keterangan :

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e^2 = *error level* (tingkat kesalahan)

Dari rumus tersebut maka penulis mengambil tingkat *error* 10% sebagai tingkat kesalahan ($e = 0.1$), dengan demikian:

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

$$n = \frac{30.100}{1+30.100(0,1^2)}$$

$$n = 99.668874172$$

maka penulis akan mengambil 100 orang sebagai sample dalam melakukan penelitian ini.

3.6 Analisis Data

Analisis data digunakan untuk menyederhanakan data supaya data lebih mudah diinterpretasikan. Teknik analisi yang digunakan untuk mengolah dan membahas data serta menguji hipotesis adalah

dengan analisis regresi berganda. Teknik analisis regresi berganda dipilih untuk digunakan dalam penelitian ini karena teknik regresi berganda dapat menyimpulkan secara langsung mengenai pengaruh masing-masing variabel bebas yang digunakan secara parsial ataupun bersama-sama.

3.7 Uji Validitas dan Reliabilitas

Sebelum melakukan penelitian, perlu dilakukannya uji validitas dan reliabilitas terhadap variabel untuk menguji kelayakan dari kuesioner (Purwoto, 2007). Setelah mendapatkan data dari responden, selanjutnya pengujian data tersebut akan dilakukan dengan menggunakan aplikasi SPSS. Penulis akan menggunakan aplikasi SPSS sebagai alat bantu untuk mempermudah penulis dalam melakukan penelitian.

3.7.1 Uji Validitas

Validitas adalah penilaian pertanyaan hingga sejauh mana data yang ditampung pada suatu kuesioner dapat mengukur apa yang ingin diukur (Umar, 2003). Uji validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan butir-butir pada suatu daftar pertanyaan untuk mendefinisikan suatu variabel. Suatu kuesioner dinyatakan valid apabila koefisien korelasi *product moment* melebihi 0,3. Dan jika koefisien korelasi *product moment* $>$ r-tabel serta nilai sig $\geq \alpha$ (Tim Penyusun, 2007).

3.7.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah istilah yang digunakan untuk menunjukkan sejauh mana suatu hasil pengukuran relatif konsisten apabila alat ukur tersebut digunakan berulang kali (Umar, 2003). Menurut (Tim Penyusun, 2007), reliabilitas (keandalan) merupakan suatu ukuran kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal-hal yang berkaitan dengan konstruk pertanyaan dengan disusun dalam bentuk kuesioner. Nilai uji reliabilitas suatu konstruk variabel dikatakan reliabel jika memiliki nilai cronbach's alpha lebih besar dari ($>$) 0,6.

3.8 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah uji literitas dan keberartian arah regresi, uji autokorelasi, uji multikolinieritas serta uji heterokedastisitas. (Payadnya & Jayantika, 2018). Uji asumsi klasik merupakan persyaratan statistik yang harus dipenuhi pada analisis regresi linear berganda yang berbasis *ordinary least square* (OLS). Jadi analisis regresi yang tidak berdasarkan OLS tidak memerlukan persyaratan asumsi klasik, misalnya regresi logistik atau regresi ordinal. Demikian juga tidak semua uji asumsi klasik harus dilakukan pada analisis regresi linear, misalnya uji multikolinearitas tidak dapat dipergunakan pada analisis regresi linear sederhana dan uji autokorelasi tidak perlu diterapkan pada data cross sectional (Ansofino, 2016). Ada beberapa alat uji yang sering dilakukan dalam uji asumsi klasik di antaranya adalah uji

normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, dan uji Autokorelasi (Kurniawan, 2014).

3.8.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk melihat apakah nilai residual terdistribusi dengan normal atau tidak. Uji normalitas tidak dilakukan pada masing-masing variabel melainkan pada nilai residualnya. (Kurniawan, 2014). Uji normalitas berguna untuk menentukan data yang telah dikumpulkan berdistribusi normal atau diambil dari populasi normal. Normalitas dapat dilihat dengan cara visual yaitu melalui normal P-P Plot, ketentuannya adalah jika titik-titik masih berada di sekitaran garis diagonal maka dapat dikatakan bahwa residual menyebar normal. (Basuki & Prawoto, 2017).

3.8.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas atau *kolinearitas ganda* (*multicollinearity*) adalah adanya hubungan linear antara peubah bebas X dalam model regresi ganda. Jika hubungan linear antara peubah bebas X dalam model regresi ganda adalah korelasi sempurna maka peubah-peubah tersebut berkolinearitas ganda sempurna. (Basuki & Prawoto, 2017). Tujuan dari uji multikolinearitas adalah untuk melihat ada atau tidaknya korelasi antara variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi linear berganda. (Kurniawan, 2014).

3.8.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk melihat ada atau tidak adanya kesamaan varians dari residual satu dengan yang lain. Deteksi heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan metode scatter plot dengan memplotkan nilai ZPRED (nilai prediksi) dengan SRESID (nilai residual) (Kurniawan, 2014). Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk ada atau tidaknya penyimpangan dari syarat-syarat asumsi klasik pada model regresi, dimana pada model regresi harus dipenuhi syarat tidak adanya heteroskedastisitas. Cara melakukan uji ini adalah dengan meregresikan nilai absolute residual dengan variabel-variabel independent dalam model (Basuki & Prawoto, 2017).

3.9 Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2014), variabel adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Selanjutnya menurut Arikunto (2010), variabel penelitian merupakan objek penelitian atau apa yang menjadi perhatian suatu titik perhatian suatu penelitian (Siyoto & Sodik, 2015). Dalam penelitian ini penulis mengambil kepuasan nasabah pengguna *digital banking* sebagai variabel dependen (Y) dan kualitas *desain website* (X_1), kualitas informasi *website* (X_2), *accuracy* (X_3), *speed* (X_4), serta *security* (X_5) sebagai variabel independennya (X).

3.9.1 Kualitas *Desain Website*

Kualitas *website* merupakan salah satu hal yang sangat diperhatikan oleh pengguna layanan online. Maka dari itu, perusahaan diharuskan mendesain *website*-nya semenarik mungkin agar mampu terciptanya kepuasan pada saat nasabah menggunakan *website*. Bukan hanya dengan mendesain kemasan yang menarik, tapi juga menjadikan semua kebutuhan nasabah telah tersaji secara komplit di dalam *website* tersebut.

Dalam hal ini, kualitas *desain website* didefinisikan sebagai penilaian pelanggan terhadap *interface website* yang divisualisasikan dengan bentuk tampilan *website*. Penilaian pelanggan terhadap *interface website* yang divisualisasikan dengan bentuk tampilan *website* dapat diukur dengan indikator: (1) Website memiliki tampilan yang menarik. (2) Inovatif: ciri khas desain website. (3) Kreatif: ide dari bentuk desain website. (4) Layout desain website tertata dengan rapi dan teratur. (5) Font, colour, animasi, grafik, gambar merupakan komposisi yang saling mendukung (6) Waktu *download* tiap halaman website minimal (7) Animasi, grafik gambar tidak memperlambat proses inti website. (Anggraeni & Yasa, 2012).

3.9.2 Kualitas Informasi *Website*

Sistem informasi memiliki peranan penting dalam hal meningkatkan kualitas kinerja organisasi. Sistem informasi akan berjalan secara optimal apabila terdapat sumber daya manusia yang

handal sebagai penggerak dari sistem informasi yang ada. Dalam hal ini kualitas informasi didefinisikan sebagai penilaian pelanggan terhadap kualitas informasi website yang disajikan oleh pihak perbankan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan.

Kualitas informasi *website* dapat diukur dengan menggunakan indikator berikut: (1) Keakuratan informasi yang disediakan. (2) Kebenaran informasinya dapat dipercaya. (3) Informasi *selalu up to date*. (4) Informasi yang ada sesuai dengan tema *website*. (5) Informasi yang mudah dimengerti. (6) Informasi berupa panduan. (Anggraeni & Yasa, 2012).

3.9.3 Accuracy (Keakuratan)

Didenifikasikan sebagai penilaian pelanggan terhadap keakuratan dari informasi yang di akses. Ketelitian atau dikenal juga dengan istilah *go into detail* merupakan modal utama dari setiap pekerjaan (Soenarno, 2009). *Accuracy* (Keakuratan) Perkiraan data nilai mendekati nilai sebenarnya. Keakuratan adalah kedekatan dari hasil pengamatan terhadap nilai-nilai benar atau nilai-nilai yang diterima sebagai benar. (Irwansyah, 2013).

Adapun indikator-indikatornya yaitu: (1) kesesuaian informasi yang diinginkan nasabah dengan yang didapatkan dari bank, (2) ketepatan pesan konfirmasi yang diterima nasabah, (3) keakuratan dan ketepatan catatan transaksi, dan (4) kejelasan informasi yang diterima. (Wardhana, 2015).

3.9.4 *Speed* (kecepatan)

Didenisiskan sebagai penilaian pelanggan terhadap kecepatan akses informasi yang diinginkan dalam melakukan layanan *digital banking*. Kecepatan dalam akses sangat dibutuhkan pelanggan, semakin sedikit waktu yang diperlukan untuk mengakses maka semakin efisien waktu pelanggan dalam menggunakan layanan *digital banking*. Adapun indikator-indikatornya yaitu: (1) kecepatan akses layanan *digital banking*, (2) kecepatan penerimaan informasi terbaru, (3) kecepatan penerimaan pesan informasi, dan (4) penghematan waktu (Wardhana, 2015).

3.9.5 *Security* (keamanan)

Keamanan merupakan salah satu komponen penting dan vital dalam komunikasi data elektronis. Berbagai sistem yang telah dikembangkan untuk menjaga keamanan adalah seperti sistem *private key* dan *public key* (Sampayya, 2007). Didenisiskan sebagai penilaian pelanggan terhadap keamanan data pribadi nasabah dan keamanan informasi lainnya yang berkenaan dengan data penting nasabah. Adapun indikator-indikator yang mempengaruhi keamanan adalah: (1) keamanan dalam melakukan layanan *digital banking*, (2) tingkat gangguan penyusupan dari pihak lain, (3) kerahasiaan nasabah, dan (4) ketidakmanipulasi informasi yang diterima nasabah (Wardhana, 2015).

Tabel 3.1
Variabel, Definisi dan Skala

No.	Variabel	Definisi	Indikator	Skala
1	Kualitas Desain Website (X_1)	kualitas <i>desain website</i> adalah penilaian pelanggan terhadap <i>interface website</i> yang divisualisasikan dengan bentuk tampilan <i>website</i>	(1). Website memiliki tampilan yang menarik. (2). Inovatif: ciri khas desain website. (3). Kreatif: ide dari bentuk desain website. (4). Layout desain website tertata dengan rapi dan teratur. (5). Font, colour, animasi, grafik, gambar merupakan komposisi yang saling mendukung (6). Waktu <i>download</i> tiap halaman website minimal (7). Animasi, grafik gambar tidak memperlambat proses inti website. (Anggraeni & Yasa, 2012).	Likert
2	Kualitas Informasi Website (X_2)	kualitas informasi adalah penilaian pelanggan terhadap kualitas informasi <i>website</i> yang disajikan oleh pihak perbankan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan.	(1). Keakuratan informasi yang disediakan. (2). Kebenaran informasinya dapat dipercaya. (3). Informasi selalu <i>up to date</i> . (4). Informasi yang ada sesuai dengan tema <i>website</i> . (5). Informasi yang mudah dimengerti. (6). Informasi berupa panduan. (Anggraeni & Yasa, 2012)	Likert

Tabel 3.1 - lanjutan

No.	Variabel	Definisi	Indikator	Skala
3	<i>Accuracy</i> (X_3)	<i>Accuracy</i> adalah kesesuaian nilai-nilai yang diterima oleh nasabah dengan catatan yang ada pada perbankan.	<ol style="list-style-type: none"> 1. kesesuaian informasi yang diinginkan nasabah dengan yang didapatkan dari bank 2. ketepatan pesan konfirmasi yang diterima nasabah 3. keakuratan dan ketepatan catatan transaksi 4. kejelasan informasi yang diterima (Wardhana, 2015)	Likert
5	<i>Speed</i> (X_4)	<i>Speed</i> adalah penilaian pelanggan terhadap kecepatan akses informasi yang diinginkan dalam melakukan layanan <i>digital banking</i> .	<ol style="list-style-type: none"> 1. kecepatan akses layanan <i>digital banking</i> 2. kecepatan penerimaan informasi terbaru 3. kecepatan penerimaan pesan informasi 4. penghematan waktu. (Wardhana, 2015)	Likert
	<i>Security</i> (X_6)	<i>Security</i> adalah penilaian pelanggan terhadap keamanan data pribadi nasabah dan kamanan informasi lainnya yang berkenaan dengan data penting nasabah.	<ol style="list-style-type: none"> 1. keamanan dalam melakukan layanan <i>digital banking</i> 2. tingkat gangguan penyusupan dari pihak lain 3. kerahasiaan nasabah 4. ketidakmanipulasi informasi yang diterima nasabah (Wardhana, 2015)	Likert

Tabel 3.1 - lanjutan

No.	Variabel	Definisi	Indikator	Skala
6	<i>Security</i> (X_6)	<i>Security</i> adalah penilaian pelanggan terhadap keamanan data pribadi nasabah dan keamanan informasi lainnya yang berkenaan dengan data penting nasabah.	5. keamanan dalam melakukan layanan <i>digital banking</i> 6. tingkat gangguan penyusupan dari pihak lain 7. kerahasiaan nasabah 8. ketidakmanipulasi informasi yang diterima nasabah (Wardhana, 2015)	Likert
7	Kepuasan (Y)	kepuasan merupakan suatu respon dari pelanggan terhadap evaluasi kesesuaian yang dirasakan antara ekspektasi pelanggan dengan kinerja aktual produk.	1. Pelanggan puas atas layanan <i>digital banking</i> . 2. Pelanggan puas ketika transaksi yang dilakukan berhasil dengan sukses. 3. Layanan <i>digital banking</i> memenuhi harapan pelanggan. (Anggraeni & Yasa, 2012)	Likert

Sumber : data diolah (2019)

3.10 Skala Pengukuran

Pengukuran adalah proses, cara perbuatan mengukur yaitu suatu proses sistematik dalam menilai dan membedakan sesuatu obyek yang diukur atau pemberian angka terhadap objek atau fenomena menurut aturan tertentu. Pengukuran tersebut diatur menurut kaidah-kaidah tertentu. Dalam penelitian kali ini, penulis menggunakan skala pengukuran menggunakan skala ordinal yang

kemudian diubah menjadi skala interval yaitu dengan menggunakan MSI atau *method of successive interval* dengan menggunakan skala likert sebagai teknik pengskalaan. Skala ordinal disebut skala peringkat. Angka yang digunakan hanya menentukan posisi dalam suatu seri yang urut, bukan nilai absolut, namun angka tersebut tidak dapat ditambahkan, dikurangi, dikalikan maupun dibagi (tidak berlaku operasi matematika). Menurut Sugiyono (2014) skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Berikut adalah skala pengukuran likert.

Tabel 3.2
Skala Likert

Jawaban	Keterangan	Skor
SS	Sangat Setuju	5
S	Setuju	4
RR	Ragu-ragu	3
TS	Tidak Setuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber : Sugiyono (2014)

3.11 Metode Analisis Data

pada penelitian ini penulis menggunakan metode analisis data dengan analisis Regresi linear berganda. Metode analisis regresi linear berganda dilakukan untuk mengetahui besarnya pengaruh secara kuantitatif dari suatu variabel (x) terhadap variabel lainnya (y). Penulis melakukan metode ini dengan menggunakan bantuan *software* SPSS versi 16. Sebelum itu penulis melakukan survei

kepada responden dengan kuesioner. Setelah data dari responden terkumpul, kemudian penulis akan melakukan tabulasi data dengan cara memasukkan seluruh data dari responden ke dalam microsoft excel. Selanjutnya penulis mengolah data tersebut dengan bantuan *software* SPSS sehingga menghasilkan *output* data yang menyatakan hubungan antar variabel.

Analisis regresi linear berganda menggunakan persamaan regresi berganda sebagai berikut : (Sugiyono, 2014)

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + b_4x_4 + b_5x_5 + e \quad (3.2)$$

Keterangan :

Y	= Kepuasan Nasabah
a	= Konstanta (<i>Intercept</i>)
x_1	= Nilai Kualitas <i>Desain Website</i>
x_2	= Nilai Kualitas <i>Informasi Website</i>
x_3	= Nilai <i>Accuracy</i>
x_4	= Nilai <i>Speed</i>
x_5	= Nilai <i>Security</i>
b_1 - b_5	= Koefisien Regresi
e	= Faktor Kesalahan

3.12 Pengujian Hipotesis

3.12.1 Uji F (Uji Simultan)

Uji F yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari variabel independen (x) terhadap variabel dependen (y) secara serentak. Nilai yang digunakan untuk melakukan uji F adalah Dimana jika

F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} maka H_0 ditolak atau dengan makna tidak adanya keterkaitan antara variabel- variabel. Dan juga sebaliknya, F_{hitung} kurang dari F_{tabel} maka H_0 diterima secara serentak (Sanusi, 2011).

Dalam hal ini peneliti menggunakan taraf kepercayaan 90 % atau dengan nilai $\alpha = 0,1$ dengan pertimbangan konsistensi pada nilai ketidak pastian (e) pada pengambilan sampel menggunakan rumus slovin.

- Jika $sig > (\alpha = 0,10)$, maka H_0 diterima H_1 ditolak.
- Jika $sig < (\alpha = 0,10)$, maka H_0 ditolak H_1 diterima.

3.12.2 Uji t (Uji Parsial)

Uji t digunakan untuk mengetahui signifikan tidaknya pengaruh dari masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Uji t dilakukan dengan membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} (Sanusi, 2011). Dalam hal ini peneliti menggunakan taraf kepercayaan 90 % atau dengan nilai $\alpha = 0,1$ dengan pertimbangan konsistensi pada nilai ketidak pastian (e) pada pengambilan sampel menggunakan rumus slovin.

- $t_{hitung} > t_{tabel}$ berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima
- $t_{hitung} < t_{tabel}$ berarti H_0 diterima dan H_1 ditolak

3.13 Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Analisis koefisien determinasi adalah analisis untuk mengetahui sejauh mana kekuatan hubungan variabel independen terhadap variabel dependen. adapun persamaannya sebagai berikut:

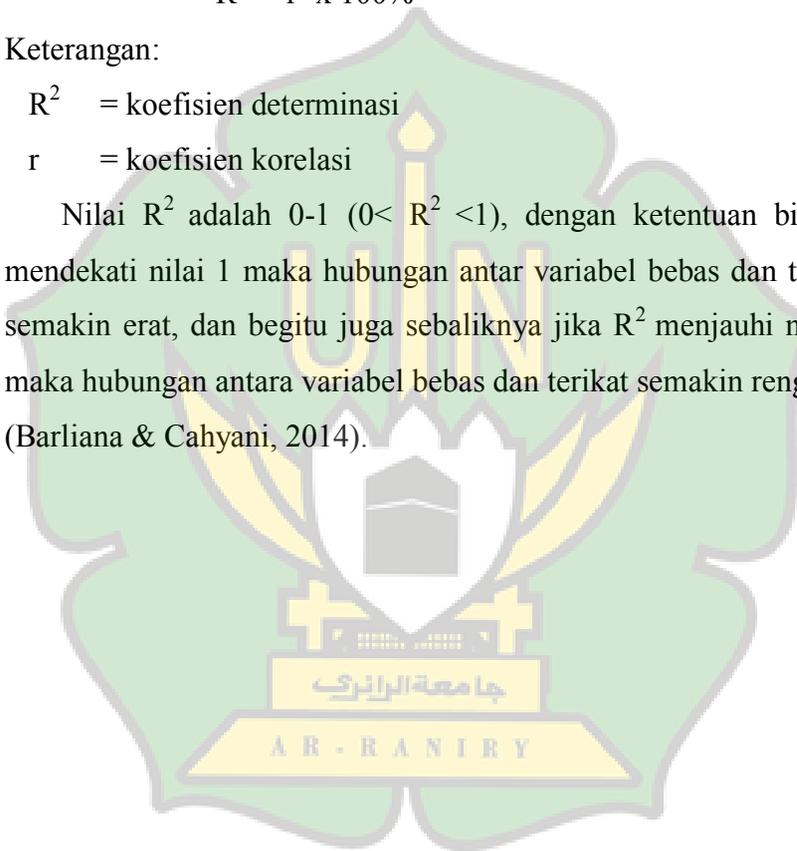
$$R^2 = r^2 \times 100\% \quad (3.3)$$

Keterangan:

R^2 = koefisien determinasi

r = koefisien korelasi

Nilai R^2 adalah 0-1 ($0 < R^2 < 1$), dengan ketentuan bila R^2 mendekati nilai 1 maka hubungan antar variabel bebas dan terikat semakin erat, dan begitu juga sebaliknya jika R^2 menjauhi nilai 1 maka hubungan antara variabel bebas dan terikat semakin renggang (Barliana & Cahyani, 2014).



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

4.1.1 Objek Penelitian

BNI Syariah adalah lembaga finansial yang bergerak dalam menghimpun dana, menyalurkan dana, dan memberi jasa bank lainnya. BNI Syariah berdiri pada 29 April 2000 yang didasarkan pada undang-undang No.10 Tahun 1998, maka BNI mendirikan Unit Usaha Syariah (UUS) BNI dengan 5 kantor cabang di Yogyakarta, Malang, Pekalongan, Jepara dan Banjarmasin. Selanjutnya UUS BNI terus berkembang hingga pada Juni 2014 BNI Syariah telah memiliki cabang yang mencapai 65 Kantor Cabang, 161 Kantor Cabang Pembantu, 17 Kantor Kas, 22 Mobil Layanan Gerak dan 20 Payment Point. Di dalam pelaksanaan operasional perbankan, BNI Syariah tetap memperhatikan kepatuhan terhadap aspek syariah. Dengan Dewan Pengawas Syariah (DPS) yang saat ini diketuai oleh Dr. Hasanudin, M.Ag, semua produk BNI Syariah telah melalui pengujian dari DPS sehingga telah memenuhi aturan syariah.

4.1.2 Visi Misi Bank BNI Syariah

4.1.2.1 Visi

Menjadi bank syariah pilihan masyarakat yang unggul dalam layanan dan kinerja.

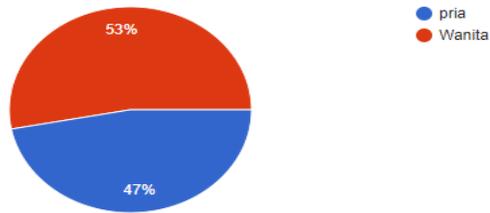
4.1.2.2 Misi

1. Memberikan kontribusi positif kepada masyarakat dan peduli pada kelestarian lingkungan.
2. Memberikan solusi bagi masyarakat untuk kebutuhan jasa perbankan syariah.
3. Memberikan nilai investasi yang optimal bagi investor.
4. Menciptakan wahana terbaik sebagai tempat kebanggaan untuk berkarya dan berprestasi bagi pegawai sebagai perwujudan ibadah.
5. Menjadi acuan tata kelola perusahaan yang amanah.

4.2 Deskripsi Responden

4.2.1 Jenis Kelamin

Penelitian ini dilakukan pada nasabah Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banda Aceh. Peneliti mengedarkan 100 kuesioner dengan menggunakan metode *non-probability sampling* dengan menerapkan teknik *Quota sampling*. Jadi, sampel yang menjadi responden adalah nasabah yang secara kebetulan berjumpa dengan penulis pada saat melakukan penelitian dan nasabah tersebut memenuhi syarat yang telah penulis terapkan. Adapun deskripsi responden mengenai jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan, pekerjaan dan penghasilan adalah sebagai berikut.



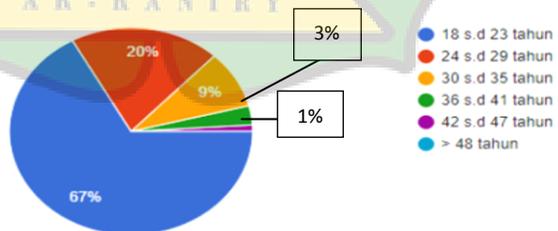
Sumber : data primer diolah (2019)

Gambar 4.1
Jenis Kelamin Responden

Karakteristik dari jenis kelamin responden dominannya adalah wanita. Dengan perbandingan persentase wanita dengan pria adalah 53 % dan 47 %. Atau dengan kata lain, responden yang berjenis kelamin perempuan berjumlah 53 orang dan yang laki-laki 47 orang.

4.2.2 Usia Responden

Adapun usia dari responden tergolong dalam 6 kategori yaitu: 18 s.d 23 tahun, 24 s.d 29 tahun, 30 s.d 35 tahun, 36 s.d 42 tahun, 42 s.d 47 tahun, dan diatas 48 tahun.



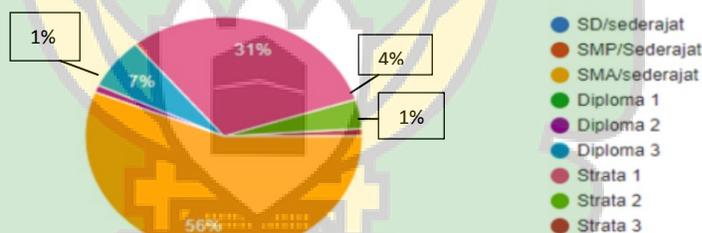
Sumber : data primer diolah (2019)

Gambar 4.2
Usia Responden

Dari Gambar 4.2 dapat dilihat karakteristik umur responden, dominannya berkisar pada usia 18 s.d 23 tahun yaitu 67 orang atau setara dengan 67 %. dan pada usia 24 s.d 29 tahun sebanyak 20 orang atau setara dengan 20%. Dan sisanya 9 orang (9%) berusia 30 s.d 35 tahun, 3% (3 orang) dengan usia 36 s.d 41 tahun, dan 1 orang (1%) dengan kisaran usia 42 s.d 47 tahun.

4.2.3 Pendidikan Terakhir

Jika dikelompokkan menurut pendidikan terakhir, responden terbagi menjadi 6 golongan yaitu: SMA/ sederajat, Diploma-2, Diploma-3, Strata-1, Strata-2, dan Strata-3.



Sumber : data primer diolah (2019)

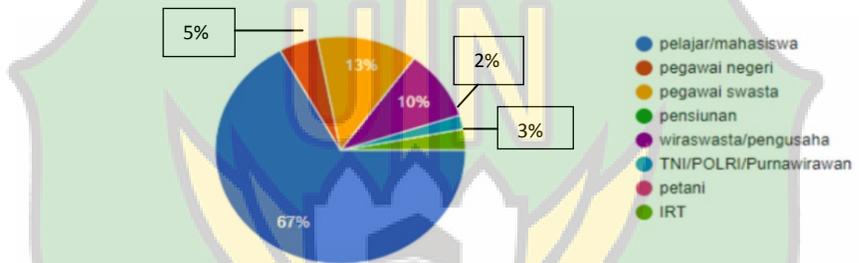
Gambar 4.3
Pendidikan Terakhir Responden

Karakteristik pendidikan terakhir responden dibagi menjadi 6 kelompok, dan yang menjadi paling dominan adalah jenjang SMA/ sederajat dengan persentase responden 56% atau setara dengan 56 responden. Selanjutnya kelompok terbesar kedua adalah jenjang Strata-1 (S1) dengan persentase 31% atau setara dengan 31

responden. Dan sisanya adalah 7% dengan jenjang diploma 3, 1% atau setara dengan 1 orang responden diploma-2, 4% atau 4 orang strata-2 (S2), dan 1% dengan jenjang terakhir strata-3 (S3).

4.2.4 Pekerjaan Responden

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



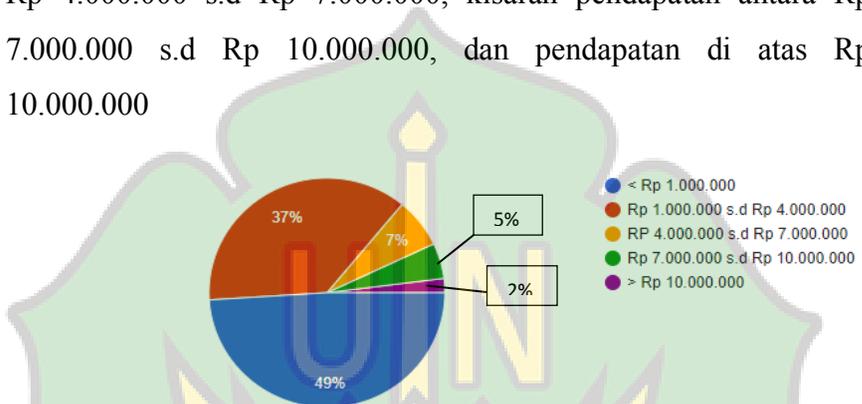
Sumber : data primer diolah (2019)

Gambar 4.4
Pekerjaan Responden

Berdasarkan gambar diatas dapat dilihat bahwa dominan dari responden berstatus sebagai pelajar/mahasiswa yaitu dengan persentase sebesar 67% atau setara dengan 67 orang. Selanjutnya 13% atau sebanyak 13 responden dengan status pegawai swasta, 10% atau setara dengan 10 orang responden berstatus wiraswasta/pengusaha, 5% sebagai pegawai negeri, 3% sebagai IRT, dan 2% atau setara dengan 2 responden dengan pekerjaan TNI/POLRI/Purnawirawan.

4.2.5 Pendapatan Responden

karakteristik pendapatan responden terbagi menjadi 5 kategori, yaitu: pendapatan kurang dari Rp 1.000.000, kisaran pendapatan antara Rp 1.000.000 s.d Rp 4.000.000, kisaran pendapatan antara Rp 4.000.000 s.d Rp 7.000.000, kisaran pendapatan antara Rp 7.000.000 s.d Rp 10.000.000, dan pendapatan di atas Rp 10.000.000



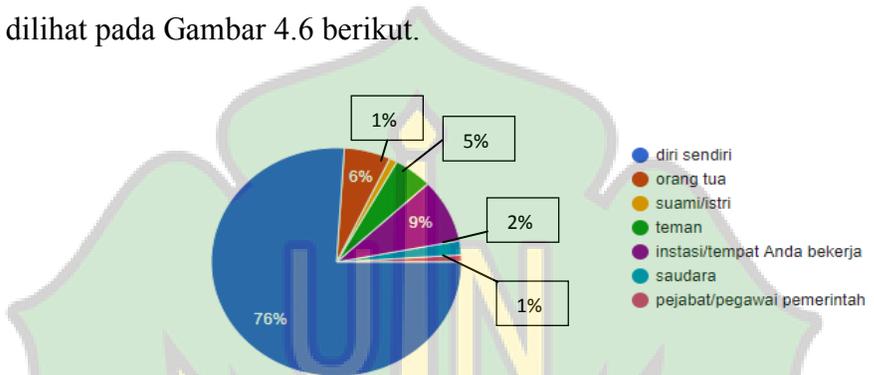
Sumber : data primer diolah (2019)

Gambar 4.5
Pendapatan Responden

Karakteristik jumlah pendapatan perbulan responden dominannya adalah kurang dari Rp 1.000.000 dengan jumlah responden 49 orang atau setara dengan 49%. Sebanyak 37 responden (37%) memiliki pendapatan dengan kisaran Rp 1.000.000 s.d Rp 4.000.000. dan sisanya 7 orang (7%) berpendapatan Rp 4.000.000 s.d Rp 7.000.000, 5 responden (5%) berpenghasilan dengan kisaran Rp 7.000.000 s.d Rp 10.000.000, dan sebanyak 2 responden (2%) memiliki pendapatan diatas Rp 10.000.000.

4.2.6 Dorongan Menggunakan *Digital Banking*

Menurut hasil survei, kecenderungan responden dalam menggunakan *digital banking* dipengaruhi oleh diri sendiri, orang tua, suami/istri, teman, instansi/tempat bekerja, saudara, dan pejabat/ pegawai pemerintah. Adapun rincian presentasinya dapat dilihat pada Gambar 4.6 berikut.



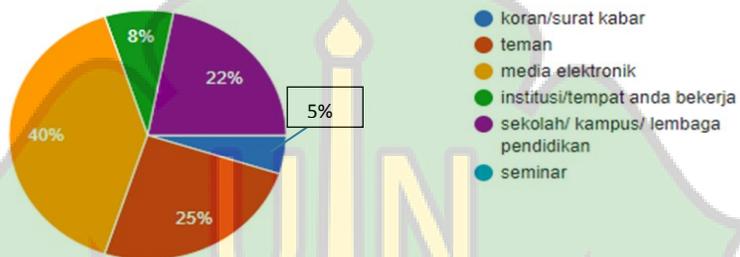
Sumber : data primer diolah (2019)

Gambar 4.6
Dorongan Menggunakan *Digital Banking*

Dari Gambar 4.5 di atas dapat dilihat bahwa 76% dari total responden menggunakan layanan *digital banking* karena dorongan diri sendiri. 9%nya menggunakan *digital banking* karena tuntutan dari instansi/tempat bekerja. 6% menggunakan layanan *digital banking* karena dorongan orang tua, dan sisanya 5 % karena dorongan atau pun pengaruh dari teman, 2% karena dorongan saudara, serta masing-masing 1% karena dorongan dari suami/ istri dan dorongan dari pejabat/pegawai pemerintah.

4.2.7 Mengenal *Digital Banking*

Menurut hasil survei, dominan responden mengenal *digital banking* melalui media elektronik. Selain itu, responden juga mengenal *digital banking* melalui media Koran/surat kabar, seminar, sekolah/kampus/lembaga pendidikan, instansi atau tempat bekerja, atau juga bisa mengenal dari teman.



Sumber : data primer diolah (2019)

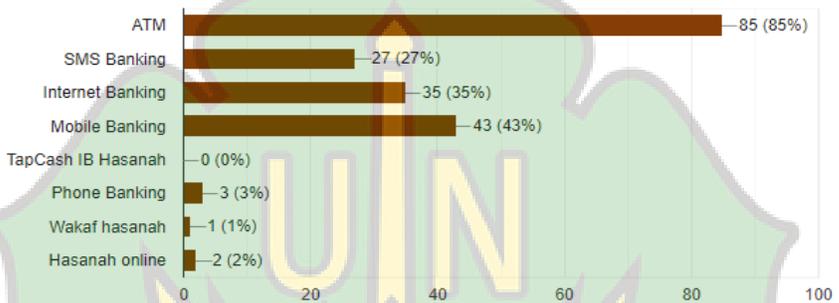
Gambar 4.7
Mengetahui Informasi Mengenai *Digital Banking*

Dari Gambar 4.6 diatas dapat dilihat, bahwa media elektronik menjadi wadah mengenal *digital banking* dengan persentase 40% atau setara dengan 40 orang nasabah, 8% atau 8orang mengenal dari instansi/tempat bekerja, 22% mengenal dari sekolah/kampus/lembaga pendidikan, dan sisanya 25% dan 5% mengenal dari teman dan seminar.

4.2.8 Layanan *Digital Banking* yang Cenderung digunakan Responden

Nasabah yang membuka akun rekening otomatis akan difasilitasi dengan kartu debit, yang kemudian kartu debit tersebut dapat digunakan untuk melakukan transaksi di ATM. Namun

bukan berarti dengan adanya kartu tersebut nasabah akan cenderung melakukan transaksi di ATM dibandingkan menggunakan *digital banking* lainnya atau mengunjungi bank secara langsung. Adapun kecenderungan responden dalam menggunakan *digital banking* dapat dilihat pada Gambar 4.8 dibawah ini.



Sumber : data primer diolah (2019)

Gambar 4.8
Layanan *Digital Banking* yang Cenderung digunakan Responden

Dari Gambar 4.7 diatas dapat dilihat bahwa responden cenderung menggunakan layanan *digital banking* berupa ATM, *M-banking*, *I-banking*, dan *SMS-banking* dengan persentase secara berurut adalah 85%, 43%, 35%, dan 27%. Namun, pada layanan *P-banking*, hasanah online, wakaf hasanah, dan tapCash IB Hasanah terlihat masih kurangnya peminat.

4.3 Analisis Tingkat Kepuasan Nasabah

Adapun gambaran umum dari persepsi responden terhadap masing-masing pertanyaan dalam variabel kualitas *desain website*,

kualitas *informasi website*, *accuracy*, *speed*, *security*, dan kepuasan dapat dilihat dari skor rata-rata (mean) untuk masing-masing variabel sebagai berikut.

4.3.1 Kualitas *Desain Website*

Kualitas *website* merupakan salah satu hal yang sangat diperhatikan oleh pengguna layanan online. Maka dari itu, perusahaan diharuskan mendesain *website*-nya semenarik mungkin agar mampu terciptanya kepuasan pada saat nasabah menggunakan *website*. Adapun hal-hal yang harus diperhatikan dalam mendesain suatu *website* adalah seperti warna tampilan, susunan menu, layout, dan lain sebagainya. Adapun persepsi responden mengenai Kualitas *Desain Website* terhadap kepuasan dapat dilihat pada Tabel 4.1 dibawah ini.

Tabel 4.1
Persepsi Responden Terhadap Kualitas *Desain Website*

No.	PERTANYAAN	FREKUENSI					MEAN
		SS	S	RR	TS	STS	
1	Tampilan <i>website digital banking</i> Bank BNI Syariah mudah dipahami	26	69	5	0	0	4.21
2	<i>Website digital banking</i> pada Bank BNI Syariah memiliki ciri khas yang membedakan dengan <i>website digital banking</i> pada bank yang lainnya	16	71	13	0	0	4.03
3	Desain <i>website digital banking</i> BNI Syariah memiliki pengaturan warna yang menarik	30	58	11	1	0	4.17

Tabel 4.1 – lanjutan

No.	PERTANYAAN	FREKUENSI					MEAN
		SS	S	RR	TS	STS	
4	Desain <i>website digital banking</i> BNI Syariah menarik perhatian Anda	26	56	17	1	0	4.07
5	Menu transaksi dan sebagainya tersusun secara rapi hingga mudah Anda dalam penggunaan <i>website</i>	29	62	8	0	1	4.18
6	Desain tampilan <i>website digital banking</i> memiliki layout yang memudahkan Anda.	26	63	9	2	0	4.13
7	Desain tampilan <i>website digital banking</i> memiliki struktur menu dan link yang mudah dipahami.	23	64	13	0	0	4.1
8	<i>website digital banking</i> dilengkapi dengan grafik dan warna yang mendukung kalimat	24	61	15	0	0	4.09
9	Kualitas <i>website</i> ringan, hingga hanya memerlukan sedikit waktu untuk mendownload halaman web	28	52	18	2	0	4.06
10	Animasi, grafik dan gambar tidak memperlambat proses inti dari <i>website</i> .	22	60	16	2	0	4.02
Jumlah Rata-Rata							4.10

Sumber : data primer diolah (2019)

Berdasarkan Tabel 4.1, diketahui bahwa rata-rata yang diperoleh dari persepsi responden terhadap Kualitas *Desain Website* adalah sebesar 4,10 yang maknanya responden setuju kualitas *desain website* BNI Syariah memiliki tampilan yang bagus, dan mampu mendeskripsikan kebutuhan nasabah.

4.3.2 Kualitas Informasi Website

kualitas informasi menjadi salah satu hal penting yang harus diperhatikan perusahaan saat mengembangkan suatu layanan digital. Hal ini bertujuan untuk meminimalisir resiko yang mungkin terjadi karena ketidak tahuan nasabah dalam cara mengoperasikan layanan tersebut. Adapun persepsi responden mengenai kualitas informasi *website* terhadap kepuasan dapat dilihat pada Tabel 4.2 dibawah ini.

Tabel 4.2
Persepsi Responden Terhadap Kualitas Informasi Website

No.	PERTANYAAN	Frekuensi					MEAN
		SS	S	RR	TS	STS	
1	Informasi yang dipaparkan pada layanan <i>website digital banking</i> sesuai dengan info yang diberikan bank	27	63	10	0	0	4.17
2	Informasi yang disajikan pada <i>website digital banking</i> berupa informasi yang akurat	18	70	12	0	0	4.06
3	Informasi pada <i>website digital banking</i> selalu <i>up date</i> dalam hitungan detik	16	45	37	2	0	3.75
4	<i>website digital banking</i> selalu menampilkan informasi yang terbaru.	11	58	31	0	0	3.8
5	Informasi yang disajikan dari subtema sesuai dengan tema	12	64	24	0	0	3.88
6	Anda dapat dengan mudah memahami informasi dari <i>website digital banking</i>	12	71	16	1	0	3.94

Tabel 4.2 - lanjutan

No.	PERTANYAAN	Frekuensi					MEAN S
		SS	S	RR	TS	STS	
7	<i>website digital banking</i> difasilitasi dengan panduan penggunaan atau pengaplikasian hingga memudahkan Anda dalam melakukan pengaplikasian.	14	62	22	1	1	3.87
Jumlah Rata-Rata							3.92

Sumber : data primer diolah (2019)

Berdasarkan Tabel 4.2, diketahui bahwa rata-rata yang diperoleh dari persepsi responden terhadap Kualitas informasi *Website* adalah sebesar 3,92 yang maknanya responden cenderung setuju bahwa BNI Syariah telah memberikan informasi *Website* yang memadai pada layanan *digital banking*.

4.3.3 Accuracy

Keakuratan adalah kedekatan dari hasil pengamatan terhadap nilai-nilai benar atau nilai-nilai yang diterima sebagai benar (Irwansyah, 2013). perbankan merupakan suatu lembaga yang dituntut untuk memiliki tingkat akurasi pencatatan keuangan yang tinggi. Hal itu bertujuan untuk menarik kepercayaan nasabah untuk menyimpan dananya di perbankan. Adapun persepsi responden mengenai accuracy terhadap kepuasan dapat dilihat pada Tabel 4.3 dibawah ini.

Tabel 4.3
Persepsi Responden Terhadap Accuracy

No.	PERNYATAAN	Frekuensi					MEAN
		SS	S	RR	TS	STS	
1	informasi yang di dapatkan dari <i>digital banking</i> sama dengan informasi yang di dapatkan dari bank	27	65	8	0	0	4.19
2	setiap link di <i>website digital banking</i> yang Anda klik selalu menampilkan halaman web yang sesuai.	22	72	6	0	0	4.16
3	situs web bank menampilkan konfirmasi informasi yang benar dan akurat	21	69	10	0	0	4.11
4	catatan transaksi layanan <i>digital banking</i> akurat serta tepat	27	62	9	2	0	4.14
5	informasi yang Anda diterima saat menggunakan <i>digital banking</i> jelas, tidak adanya informasi yang rancu	21	70	9	0	0	4.12
Jumlah Rata-Rata							4.14

Sumber : data primer diolah (2019)

Berdasarkan tabel 4.3, diketahui bahwa rata-rata yang diperoleh dari persepsi responden terhadap *accuracy* adalah sebesar 4,14 yang maknanya responden setuju *digital banking* BNI Syariah memiliki keakuratan yang bagus dan mampu mendeskripsikan kebutuhan nasabah.

4.3.4 *Speed*

Kecepatan dalam akses layanan *digital banking* sangat dibutuhkan oleh pelanggan, semakin sedikit waktu yang diperlukan untuk mengakses maka semakin efisien waktu pelanggan dalam menggunakan layanan *digital banking*. Adapun persepsi responden mengenai *speed* terhadap kepuasan dapat dilihat pada Tabel 4.4 dibawah ini.

Tabel 4.4
Persepsi Responden Terhadap *Speed*

No.	PERNYATAAN	Frekuensi					MEAN
		SS	S	RR	TS	STS	
1	Anda dapat mengakses layanan digital banking BNI Syariah dapat dengan mudah dan cepat	14	81	5	0	0	4.09
2	<i>update</i> informasi <i>digital banking</i> Anda terima dengan begitu cepat	22	70	8	0	0	4.14
3	bila ada transaksi dan sebagainya akan ada notifikasi yang diterima	19	78	3	0	0	4.16
4	<i>digital banking</i> menjadikan waktu Anda lebih efisien	26	71	3	0	0	4.23
Jumlah Rata-Rata							4.15

Sumber : data primer diolah (2019)

Berdasarkan tabel 4.4, diketahui bahwa rata-rata yang diperoleh dari persepsi responden terhadap *speed* adalah sebesar 4,15 yang maknanya responden setuju *digital banking* BNI Syariah memiliki kecepatan akses yang baik dan mampu mendeskripsikan kebutuhan nasabah.

4.3.5 Security

Keamanan merupakan salah satu komponen penting dan vital dalam komunikasi data elektronis. Berbagai sistem yang telah dikembangkan untuk menjaga keamanan adalah seperti sistem *private key* dan *public key* (Sampayya, 2007). Adapun persepsi responden mengenai *security* terhadap kepuasan dapat dilihat pada Tabel 4.5 dibawah ini.

Tabel 4.5
Persepsi Responden Terhadap Security

No.	PERNYATAAN	Frekuensi					MEAN
		SS	S	RR	TS	ST S	
1	Layanan digital banking dilengkapi dengan keamanan berlapis	23	50	24	3	0	3.93
2	Tingkat gangguan dari pihak lain lebih rendah	22	55	22	1	0	3.98
3	Kerahasiaan identitas nasabah di jamin oleh pihak bank	29	54	16	1	0	4.11
4	Informasi yang diterima nasabah adalah informasi sebenarnya tanpa ada unsur kebohongan	26	65	9	0	0	4.17
Jumlah Rata-Rata							4.04

Sumber : data primer diolah (2019)

Berdasarkan tabel 4.5, diketahui bahwa rata-rata yang diperoleh dari persepsi responden terhadap *Security* adalah sebesar 4,04 yang maknanya responden setuju *digital banking* BNI Syariah memiliki tingkat keamanan yang baik, dan mampu mendeskripsikan kebutuhan nasabah.

4.3.6 Kepuasan Nasabah

Kepuasan merupakan hal penting yang perlu di perhatikan. Jika konsumen merasakan puas akan layanan yang diberikan maka konsumen akan senantiasa terus menggunakan jasa atau layanan yang ditawarkan hingga menjadi konsumen tetap. Selain itu, konsumen yang merasa puas akan menjadi *referral* yang efektif untuk pengembangan bisnis. Sedangkan konsumen yang merasa kecewa bisa memberikan dampak negatif terhadap bisnis (JUD, Jubilee Enterprise, 2016). Adapun persepsi responden mengenai kualitas informasi *website* terhadap kepuasan dapat dilihat pada Tabel 4.6 dibawah ini.

Tabel 4.6
Persepsi Responden Terhadap Kepuasan Nasabah

No.	PERNYATAAN	Frekuensi					MEAN
		SS	S	RR	TS	STS	
1	Anda merasa puas dengan layanan <i>digital banking</i> pada Bank BNI Syariah	31	59	9	1	0	4.2
2	Anda merasa puas dengan layanan ATM pada Bank BNI Syariah	30	66	4	0	0	4.26
3	Anda merasa puas dengan layanan <i>mobile banking</i> pada Bank BNI Syariah	30	61	9	0	0	4.21
4	Anda merasa puas dengan layanan <i>internet banking</i> pada Bank BNI Syariah	26	62	12	0	0	4.14
5	Anda merasa puas dengan layanan <i>SMS banking</i> pada Bank BNI Syariah	29	51	20	0	0	4.09
6	Anda merasa puas dengan layanan <i>hasanah online</i> pada Bank BNI Syariah	26	58	14	2	0	4.08

Tabel 4.6 – lanjutan

No.	PERNYATAAN	Frekuensi					MEAN
		SS	S	RR	TS	STS	
7	Anda hanya akan puas ketika transaksi yang dilakukan berhasil	36	57	7	0	0	4.29
8	Anda puas ketika dapat mengakses layanan <i>digital banking</i> dengan cepat dan mudah	40	54	6	0	0	4.34
9	Layanan <i>digital banking</i> BNI Syariah telah memenuhi kriteria <i>digital banking</i> yang Anda inginkan	29	57	13	1	0	4.14
Jumlah Rata-Rata							4.19

Sumber : data primer diolah (2019)

Berdasarkan tabel 4.6, diketahui bahwa rata-rata yang diperoleh dari persepsi responden terhadap kepuasan adalah sebesar 4,19 yang maknanya responden setuju *digital banking* BNI Syariah mampu memberikan kepuasan terhadap nasabah.

4.4 Uji Validitas dan Reabilitas

4.4.1 Uji Validitas

Uji validitas merupakan uji yang dilakukan untuk mengetahui valid atau tidaknya butir-butir pertanyaan yang telah disusun dalam kuesioner penelitian. Setelah dilakukan penyebaran kuesioner pada 100 responden dengan butir pertanyaan sebanyak 39 pertanyaan. Dalam pengujian ini penulis menggunakan tingkat kesalahan 10% dengan $\alpha = 0,10$ dan rumus $n-2$ (jumlah responden – 2, $100-2=98$) maka nilai dari r tabel adalah 0,165 hasil diperoleh adalah sebagai berikut.

Tabel 4.7
Hasil Uji Validitas

No.	Variabel	Item	r tabel n = 100	r hitung n = 100	Keterangan
1	Kualitas Desain Website	KDW 1	0,165	0,668	Valid
		KDW 2		0,612	Valid
		KDW 3		0,651	Valid
		KDW 4		0,793	Valid
		KDW 5		0,656	Valid
		KDW 6		0,779	Valid
		KDW 7		0,817	Valid
		KDW 8		0,757	Valid
		KDW 9		0,730	Valid
		KDW 10		0,691	Valid
2	Kualitas Informasi Website	KIW 1	0,165	0,555	Valid
		KIW 2		0,523	Valid
		KIW 3		0,688	Valid
		KIW 4		0,647	Valid
		KIW 5		0,649	Valid
		KIW 6		0,666	Valid
		KIW 7		0,684	Valid
3	Accuracy	Acu 1	0,165	0,748	Valid
		Acu 2		0,640	Valid
		Acu 3		0,739	Valid
		Acu 4		0,793	Valid
		Acu 5		0,748	Valid
4	Speed	Spe 1	0,165	0,594	Valid
		Spe 2		0,773	Valid
		Spe 3		0,640	Valid
		Spe 4		0,686	Valid

Tabel 4.7- lanjutan

No.	Variabel	Item	r tabel n = 100	r hitung n = 100	Keterangan
5	Security	Sec 1	0,165	0,848	Valid
		Sec 2		0,833	Valid
		Sec 3		0,818	Valid
		Sec 4		0,767	Valid
6	Kepuasan	Kep 1	0,165	0,775	Valid
		Kep 2		0,779	Valid
		Kep 3		0,807	Valid
		Kep 4		0,811	Valid
		Kep 5		0,830	Valid
		Kep 6		0,648	Valid
		Kep 7		0,622	Valid
		Kep 8		0,761	Valid
		Kep 9		0,826	Valid

Sumber : data primer diolah (2019)

Berdasarkan Tabel 4.7 di atas, maka dapat dilihat bahwa keseluruhan pertanyaan dalam instrumen dinyatakan valid. Hal ini dibuktikan dengan r_{hitung} pada masing-masing butiran pertanyaan tersebut lebih besar dari r_{tabel} yang besarnya 0,165.

4.4.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan suatu uji yang bertujuan untuk mengukur sejauh mana suatu hasil pengukuran relatif konsisten apabila alat ukur tersebut digunakan secara berulang. Setelah

penulis melakukan pengujian dengan menggunakan SPSS versi 16 maka diperoleh lah hasil sebagai berikut.

Tabel 4.8
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel Jumlah Item	Jumlah Item	Cronbach's Alpha	Keterangan
Kualitas <i>Desain Website</i>	10	0,893	Reliable
Kualitas Informasi <i>Website</i>	7	0,748	Reliable
<i>Accuracy</i>	5	0,787	Reliable
<i>Speed</i>	4	0,605	Reliable
<i>Security</i>	4	0,832	Reliable
Kepuasan	9	0,908	Reliable

Sumber : data primer diolah (2019)

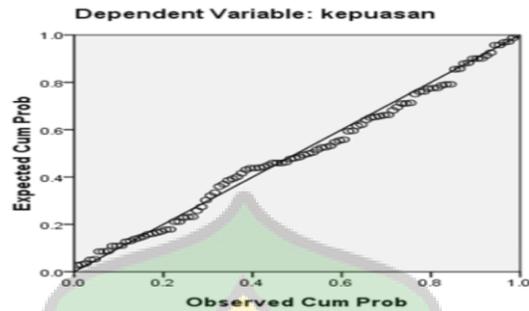
Berdasarkan Tabel 4.8 tersebut, dapat diketahui bahwa setiap pertanyaan atau pernyataan dalam instrumen yang penulis gunakan dinyatakan reliable. Hal ini dikarenakan hasil dari *nilai Cronbach's Alpha* lebih besar dari pada 0,6 yang maknanya responden konsisten dalam menjawab hal-hal yang berkaitan dengan pertanyaan kuesioner hingga instrumen tersebut dikatakan mampu mengukur secara berulang dengan waktu dan dimensi yang berbeda akan menghasilkan kesimpulan yang sama.

4.5 Uji Asumsi Klasik

4.5.1 Uji Normalitas

Adapun tujuan melakukan uji ini adalah untuk melihat apakah nilai residual terdistribusi dengan normal atau tidak. Setelah penulis melakukan uji normalitas dengan menggunakan normal p-plot dan histogram maka diperolehlah hasil sebagai berikut.

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Sumber : data primer diolah (2019)

Gambar 4.9
Normal P-Plot

Gambar 4.9 tersebut, menunjukkan bahwa titik-titik menyebar dan mengikuti arah garis diagonal. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi layak untuk digunakan karena memenuhi asumsi normalitas. Selain normal p-plot, peneliti juga menguji dengan Kolmogorov Smirnov:

Tabel 4.9
Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.36714765
Most Extreme Differences	Absolute	.062
	Positive	.062
	Negative	-.050
Kolmogorov-Smirnov Z		.062
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

Sumber : data primer diolah (2019)

Berdasarkan Tabel 4.9, menunjukkan bahwa nilai signifikansi pada uji kolmogrov smirnov adalah 0,200 atau lebih besar dari 0,10. Sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang diuji berdistribusi secara normal.

4.5.2 Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas bertujuan untuk melihat ada atau tidaknya korelasi antara variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi linear berganda. Adapun hasil dari uji Multikolinieritas yang penulis peroleh yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.10
Uji Multikolinearitas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Kualitas <i>Desain Website</i>	.393	2.523
	Kualitas Informasi <i>Website</i>	.435	2.301
	<i>Accuracy</i>	.328	3.046
	<i>Speed</i>	.591	1.691
	<i>Security</i>	.458	2.182

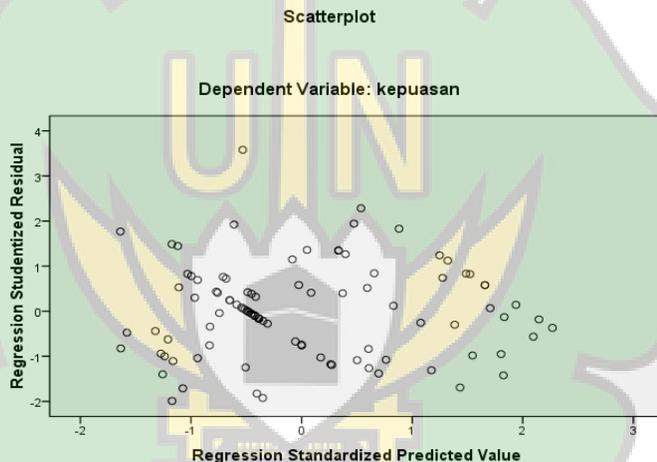
a. Dependent Variable: kepuasan

Sumber : data primer diolah (2019)

Uji multikolinieritas dilakukan dengan melihat VIF (*Varian Inflation Factor*). Apabila nilai VIF tidak lebih dari 10, maka dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinieritas antara variabel bebas dalam model regresi. Dari Tabel 4.10 tersebut dapat kita lihat bahwa kelima variabel bebas memiliki nilai VIF kurang dari 10, sehingga dapat disimpulkan tidak adanya gejala multikolinieritas atau tidak terdapatnya korelasi antar variabel-variabel bebas.

4.5.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan dengan tujuan untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lainnya dalam suatu model regresi. Jika varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Suatu model regresi penelitian dikatakan baik apabila tidak terjadi heteroskedastisitas.



Sumber : data primer diolah (2019)

Gambar 4.10
Pengujian Heterokedastisitas

Berdasarkan pengujian heteroskedastisitas pada Gambar 4.10, terlihat bahwa plot amatan terhadap residual menyebar acak tanpa membentuk pola tertentu sehingga tidak terjadinya asumsi heterokedestisitas, dalam kata lain ragam galat menyebar normal sehingga asumsi terpenuhi. Sehingga model regresi tersebut layak dipakai untuk menganalisis pengaruh kualitas *desain website*,

kualitas informasi *website*, *accuracy*, *speed*, *security digital banking* terhadap kepuasan nasabah.

4.6 Uji Regresi Linear Berganda Pengaruh Variabel X Terhadap Variabel Y

Analisis regresi linear berganda bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas *desain website*, kualitas informasi *website*, *accuracy*, *speed*, *security digital banking* terhadap kepuasan nasabah pada BNI Syariah KC Banda Aceh. Dan juga untuk mengetahui sejauh mana besarnya pengaruh antara variabel bebas (dependen) dan variabel terikat (independen). Persamaan regresi linier berganda pada penelitian ini dinyatakan dalam tabel berikut.

Tabel 4.11
Hasil Uji Regresi Linear Berganda
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.555	.391		-1.420	.159
	kualitas <i>desain website</i>	.125	.094	.119	1.328	.187
	Kualitas Informasi <i>Website</i>	.077	.1103	.064	.749	.456
	<i>Accuracy</i>	.381	.105	.356	3.623	.000
	<i>speed</i>	.383	.092	.307	4.187	.000
	<i>security</i>	.135	.076	.148	1.777	.079

Sumber : data primer diolah (2019)

Berdasarkan Tabel 4.11 yang diperoleh bentuk persamaan yang dapat ditulis sebagai berikut.

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + b_5 X_5 + e$$
$$Y = (-0,555) + 0,125 X_1 + 0,077 X_2 + 0,381 X_3 + 0,383 X_4 + 0,135 X_5 + e \quad (4.1)$$

Adapun interpretasi dari model regresi tersebut adalah sebagai berikut.

1. Koefisien regresi dari variabel kualitas *desain website* adalah sebesar 0,125, angka ini menunjukkan bahwa apabila kualitas desain website dinaikkan sebesar 1 satuan maka kepuasan nasabah akan naik sebesar 12,5 %. Hal ini berarti kualitas *desain website* mempunyai arah positif terhadap kepuasan nasabah.
2. Koefisien regresi dari variabel Kualitas Informasi *Website* adalah sebesar 0,077, angka ini menunjukkan bahwa apabila kualitas desain website dinaikkan sebesar 1 satuan maka kepuasan nasabah akan naik sebesar 7,7 %. Hal ini berarti Kualitas *Informasi Website* mempunyai arah positif terhadap kepuasan nasabah.
3. Koefisien regresi dari variabel *Accuracy* adalah sebesar 0,381, angka ini menunjukkan bahwa apabila kualitas desain website dinaikkan sebesar 1 satuan maka kepuasan nasabah akan naik sebesar 38,1 %. Hal ini berarti *Accuracy* mempunyai arah positif terhadap kepuasan nasabah.
4. Koefisien regresi dari variabel *speed* adalah sebesar 0,383, angka ini menunjukkan bahwa apabila kualitas desain

website dinaikkan sebesar 1 satuan maka kepuasan nasabah akan naik sebesar 38,3 %. Hal ini berarti *speed* mempunyai arah positif terhadap kepuasan nasabah.

5. Koefisien regresi dari variabel *security* adalah sebesar 0,135, angka ini menunjukkan bahwa apabila kualitas desain website dinaikkan sebesar 1 satuan maka kepuasan nasabah akan naik sebesar 13,5 %. Hal ini berarti *security* mempunyai arah positif terhadap kepuasan nasabah.

4.7 Pengujian Hipotesis

Hipotesis digunakan untuk mengetahui pengaruh dari masing-masing variabel bebas pada variabel terikat. Untuk mengetahui apakah hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini diterima atau ditolak maka penulis melakukan pengujian hipotesis dengan menggunakan Uji T dan Uji F.

4.7.1 Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan atau uji f pada dasarnya bertujuan untuk melihat ada atau tidaknya pengaruh kualitas *desain website*, kualitas informasi *website*, *accuracy*, *speed*, dan *security digital banking* terhadap kepuasan nasabah BNI Syariah cabang Banda Aceh secara simultan atau bersama-sama.

Tabel 4.12
Hasil Uji Simultan

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	31.352	5	6.270	44,168	.000 ^a
	Residual	13.345	94	.142		
	Total	44.697	99			

Sumber : data primer diolah (2019)

Berdasarkan hasil uji F pada Tabel 4.12 di atas, maka didapat nilai F hitung sebesar 44,168 dan F tabel sebesar 1,91 (F tabel diperoleh dengan rumus, $df1 = \text{jumlah variabel} - 1$ dan $df2 = \text{jumlah sampel} - \text{jumlah variabel}$. Maka, $df1=6-1=5$ dan $df2=100-6=94$). Karena nilai F hitung $>$ F tabel ($44,168 > 1,91$) dan besarnya signifikansi $<$ 0,10 ($0,000 < 0,10$), maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini menunjukkan bahwa variabel independen (kualitas *desain website*, kualitas informasi *website*, *accuracy*, *speed*, dan *security*) dengan signifikan memberikan kontribusi yang besar terhadap variabel dependen (kepuasan nasabah), yang berarti adanya pengaruh secara simultan antara variabel independen terhadap variabel dependen. sehingga model regresi yang didapatkan layak digunakan untuk memprediksi.

4.7.2 Uji Parsial (Uji T)

Untuk menguji pengaruh kualitas *desain website*, kualitas informasi *website*, *accuracy*, *speed*, dan *security digital banking* terhadap kepuasan nasabah BNI Syariah cabang Banda Aceh secara

parsial dapat dilihat dari hasil pengujian masing-masing variabel pada tabel 4.12 berikut ini. Penelitian ini menggunakan signifikansi 90% dengan $\alpha = 0,10$ dan rumus $n-k$ (jumlah responden – jumlah variabel, $100-6=94$) karena penelitian ini menggunakan hipotesis dua arah maka tingkat signifikansi yang digunakan adalah 0.05. Jadi, nilai dari t_{tabel} adalah 1,661. Sebagai dasar pengambilan keputusan dapat digunakan kriteria pengujian sebagai berikut:

1. Bila $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ dan tingkat signifikansi $< 0,10$. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya bahwa variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.
2. Bila $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$ dan tingkat signifikansi $> 0,10$. aka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya bahwa variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

Berdasarkan pada tabel 4.11, diketahui besarnya pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial (individual) terhadap variabel dependen adalah sebagai berikut.

1. Pengaruh Kualitas *Desain Website* Terhadap Kepuasan Nasabah

T_{hitung} pada variabel kualitas *desain website* adalah sebesar 1,328 dan t_{tabel} sebesar 1,661. Dikarenakan nilai t_{hitung} sebesar 1,328 dan t_{tabel} sebesar 1,661 sehingga t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} ($1,197 < 1,661$) dengan nilai signifikansi kualitas *desain website* adalah sebesar 0,187. Maka signifikansi $> 0,10$, hingga dapat disimpulkan H_0 diterima dan

Ha ditolak yang berarti variabel kualitas *desain website* (X_1) tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah (Y).

2. Pengaruh Kualitas Informasi *Website* Terhadap Kepuasan Nasabah

T_{hitung} pada variabel Kualitas Informasi *Website* adalah sebesar 0,749. Dan karena t_{tabel} sebesar 1,661, maka didapatkannya t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} ($0,749 < 1,661$), dengan nilai signifikansi kualitas Informasi *website* adalah sebesar 0,456. Maka signifikansi $> 0,10$, hingga dapat disimpulkan H_0 diterima dan H_a ditolak yang berarti variabel kualitas Informasi *website* (X_2) tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah (Y).

3. Pengaruh *Accuracy* Terhadap Kepuasan Nasabah

T_{hitung} pada variabel *Accuracy* adalah sebesar 3,623. Dan karena t_{tabel} sebesar 1,661, maka didapatkannya t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($3,623 > 1,661$), dengan nilai signifikansi *Accuracy* adalah sebesar 0,00. Maka signifikansi $< 0,10$, hingga dapat disimpulkan H_a diterima dan H_0 ditolak yang berarti adanya pengaruh yang signifikan antara variabel *Accuracy* (X_3) terhadap kepuasan nasabah (Y).

4. Pengaruh *Speed* Terhadap Kepuasan Nasabah

T_{hitung} pada variabel *speed* adalah sebesar 4,187. Dan karena t_{tabel} sebesar 1,661, maka didapatkannya t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($4,187 > 1,661$), dengan nilai signifikansi *speed* adalah sebesar 0,00. Maka signifikansi $< 0,10$, hingga dapat

disimpulkan H_a diterima dan H_o ditolak yang berarti adanya pengaruh yang signifikan antara variabel *speed* (X_4) terhadap kepuasan nasabah (Y).

5. Pengaruh *Security* Terhadap Kepuasan Nasabah

T_{hitung} pada variabel *security* adalah sebesar 1,777. Dan karena t_{tabel} sebesar 1,661, maka didapatkannya t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($1,777 > 1,661$). Dengan nilai signifikansi *security* adalah sebesar 0,079. Maka signifikansi $< 0,10$, hingga dapat disimpulkan H_a diterima dan H_o ditolak yang berarti adanya pengaruh variabel *security* terhadap kepuasan nasabah.

4.8 Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi menyatakan besarnya persentase sumbangan variabel independen terhadap variabel dependen. Jika nilai dari koefisien determinasi semakin mendekati 1 maka persentase sumbangannya dianggap semakin kuat.

Tabel 4.13
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.838 ^a	.701	.686	.376786

Sumber : data primer diolah (2019)

Berdasarkan hasil output, nilai koefisien determinasi (R Square) diketahui sebesar 0.701 atau 70,1%. Hal ini menyatakan bahwa variabel kepuasan nasabah (dependen) dipengaruhi oleh variabel independen (kualitas *desain website*, kualitas informasi

website, accuracy, speed, dan security) sebesar 70,1%, sedangkan sisanya 29,9% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dimasukkan kedalam model.

4.9 Pembahasan Hipotesis

4.9.1 Hasil Pengujian Hipotesis

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa secara simultan (Uji F) variabel kualitas *desain website*, kualitas informasi *website, accuracy, speed, dan security* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Selain hasil uji simultan, terdapat pula hasil uji koefisien determinasi (R^2), yang mana koefisien determinasi menunjukkan angka 0,701 untuk kepuasan nasabah. Berarti model regresi mampu mendeskripsikan kepuasan nasabah dengan baik, variabel kualitas *desain website, kualitas informasi website, accuracy, speed, dan security* mampu menjelaskan kepuasan nasabah sebesar 70,1% dan sisanya sebesar 29,9% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Oleh sebab itu, penting bagi perbankan untuk selalu menjaga dan meningkatkan kualitas dari variabel independen yang diteliti (kualitas *desain website, kualitas informasi website, accuracy, speed, dan security*) agar nasabah bisa merasa puas akan layanan yang diberikan perbankan. Dengan adanya rasa puas dari nasabah, maka perbankan tidak perlu khawatir nasabah akan berpindah ke perbankan pesaing.

4.9.1.1 Pengaruh Kualitas *Desain Website* Terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan hasil analisis yang telah dijelaskan sebelumnya menjelaskan bahwa tidak adanya pengaruh kualitas *desain website* terhadap kepuasan nasabah sebagaimana yang ditunjukkan pada Tabel 4.11. dengan demikian hipotesis yang menyatakan kualitas *desain website* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pengguna layanan *digital banking* ditolak. Secara parsial, kualitas *desain website* tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Hal ini berarti tidak ada kecenderungan nasabah untuk merasa puas dengan *desain website digital banking BNI syariah* saat ini. Namun, *desain website* memiliki arah yang positif terhadap kepuasan, yang jika kualitas *desain* ditingkatkan maka akan berdampak pada peningkatan kepuasan. Hasil dari penelitian ini sejalan dengan penelitian dari Sari (2014) yang menyatakan bahwa faktor kualitas *desain* cenderung diabaikan atau tidak menjadi penyebab utama pelanggan dalam memperoleh kepuasan dalam berbelanja secara *online* di Spoonfork Shop.

4.9.1.2 Pengaruh Kualitas *informasi Website* Terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan hasil analisis yang telah dijelaskan sebelumnya menjelaskan bahwa tidak adanya pengaruh kualitas informasi *website* terhadap kepuasan nasabah sebagaimana yang ditunjukkan pada Tabel 4.11. dengan demikian hipotesis yang menyatakan kualitas informasi *website* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah

pengguna layanan *digital banking* ditolak. Secara parsial, kualitas informasi *website* tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Hal ini berarti tidak ada kecenderungan nasabah untuk merasa puas dengan informasi *website digital banking* saat ini. Namun, informasi *website* memiliki arah yang positif terhadap kepuasan, yang jika kualitas *desain* ditingkatkan maka akan berdampak pada peningkatan kepuasan. Hasil dari penelitian ini sejalan dengan penelitian Sanjaya (2012) yang menyatakan bahwa kualitas informasi dinilai tidak berpengaruh terhadap kepuasan pengguna *website*. Pengelola diharuskan untuk senantiasa meningkatkan kualitas konten *website*. Mengingat tugas dari KOMINFO adalah sebagai wadah informasi resmi pemerintah.

4.9.1.3 Pengaruh *accuracy* Terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan hasil analisis yang telah dijelaskan sebelumnya menjelaskan bahwa adanya pengaruh *accuracy* terhadap kepuasan nasabah sebagaimana yang ditunjukkan pada Tabel 4.11. dengan demikian hipotesis yang menyatakan *accuracy* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pengguna layanan *digital banking* diterima. Secara parsial, *accuracy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini berarti, semakin akurat informasi yang disajikan dalam *digital banking* oleh pihak perbankan maka secara positif akan mempengaruhi tingkat kepuasan nasabah dalam menggunakan layanan *digital banking*. Hasil dari penelitian ini sejalan dengan penelitian Sari (2015) yang menyatakan bahwa, *accuracy* berpengaruh pada kepuasan nasabah

pengguna layanan BRI mobile. serta penelitian yang dilakukan oleh Zunaidi, Waluyo, dan Agustini (2011) yang menyatakan variabel akurasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pemakai sistem informasi.

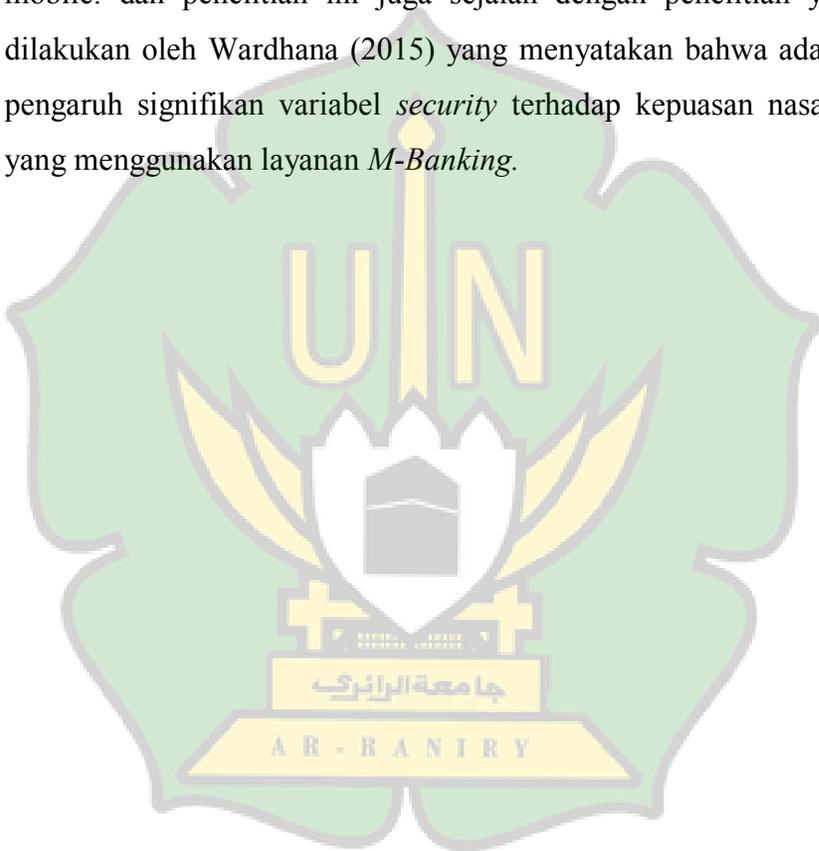
4.9.1.4 Pengaruh *speed* Terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan hasil analisis yang telah dijelaskan sebelumnya menjelaskan bahwa adanya pengaruh *speed* terhadap kepuasan nasabah sebagaimana yang ditunjukkan pada Tabel 4.11. dengan demikian hipotesis yang menyatakan *speed* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pengguna layanan *digital banking* diterima. Secara parsial, *speed* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini berarti, semakin bagus kecepatan dari layanan *digital banking* yang ditawarkan oleh perbankan maka akan semakin tinggi pula tingkat kepuasan nasabah. Hasil dari penelitian ini didukung oleh penelitian Wardhana (2015) yang menyatakan bahwa adanya pengaruh signifikan variabel *speed* terhadap kepuasan nasabah yang menggunakan layanan *M-Banking*.

4.9.1.5 Pengaruh *security* Terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan hasil analisis yang telah dijelaskan sebelumnya menjelaskan bahwa adanya pengaruh *security* terhadap kepuasan nasabah sebagaimana yang ditunjukkan pada Tabel 4.11. dengan demikian hipotesis yang menyatakan *security* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pengguna layanan *digital banking* diterima.

Secara parsial, *Security* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah Penelitian ini sejalan dengan penelitian Sari (2015) yang menyatakan bahwa, *security* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna layanan BRI mobile. dan penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Wardhana (2015) yang menyatakan bahwa adanya pengaruh signifikan variabel *security* terhadap kepuasan nasabah yang menggunakan layanan *M-Banking*.



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil uji analisis yang sudah dilakukan pada bab sebelumnya, peneliti menyimpulkan bahwa:

1. Berdasarkan hasil pengujian dari uji F variabel bebas (Kualitas *desain website*, kualitas informasi *website*, *accuracy*, *speed*, dan *security*) terhadap kepuasan nasabah diperoleh F hitung sebesar 44,168 dan F tabel sebesar 1,91 dengan membandingkan antara F hitung dan F tabel maka didapatkan nilai F hitung > F tabel. Hal ini menunjukkan bahwa variabel independen memberikan kontribusi yang besar terhadap variabel dependen (kepuasan nasabah). Maka dapat disimpulkan H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti bahwa secara bersama-sama (simultan) variabel bebas mempengaruhi kepuasan nasabah BNI Syariah KC Banda Aceh.
2. Berdasarkan hasil uji t (secara parsial) pada variabel Kualitas *desain website*, diperoleh t hitung sebesar 1,328 dan t tabel sebesar 1,661 dengan membandingkan antara t hitung dan t tabel maka didapatkan t hitung < t tabel dan nilai signifikansi > 0,1 maka dapat disimpulkan H_0 diterima dan H_a ditolak, yang berarti bahwa variabel Kualitas *desain website* tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah BNI Syariah KC Banda Aceh.

3. Berdasarkan hasil uji t (secara parsial) pada variabel Kualitas informasi *website* diperoleh t hitung sebesar 0,749 dan t tabel sebesar 1,661 dengan membandingkan antara t hitung dan t tabel maka didapatkan t hitung < t tabel dan nilai signifikansi > 0,1 maka dapat disimpulkan H_0 diterima dan H_a ditolak, yang berarti bahwa variabel Kualitas informasi *website* tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah BNI Syariah KC Banda Aceh.
4. Berdasarkan hasil uji t (secara parsial) pada variabel *Accuracy* diperoleh t hitung sebesar 3,623 dan t tabel sebesar 1,661 dengan membandingkan antara t hitung dan t tabel maka didapatkan t hitung > t tabel dan nilai signifikansi < 0,1 maka dapat disimpulkan H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti bahwa variabel *Accuracy* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah BNI Syariah KC Banda Aceh.
5. Berdasarkan hasil uji t (secara parsial) variabel *Speed* diperoleh t hitung sebesar 4,187 dan t tabel sebesar 1,661 dengan membandingkan antara t hitung dan t tabel maka didapatkan t hitung > t tabel dan nilai signifikansi < 0,1 maka dapat disimpulkan H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti bahwa variabel *Speed* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah BNI Syariah KC Banda Aceh.
6. Berdasarkan hasil uji t (secara parsial) pada variabel *Security*, diperoleh t hitung sebesar 1,777 dan t tabel sebesar 1,661 dengan membandingkan antara t hitung dan t tabel maka

didapatkan t hitung $>$ t tabel dan nilai signifikansi $<$ 0,1 maka dapat disimpulkan H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti bahwa variabel *Security* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah BNI Syariah KC Banda Aceh.

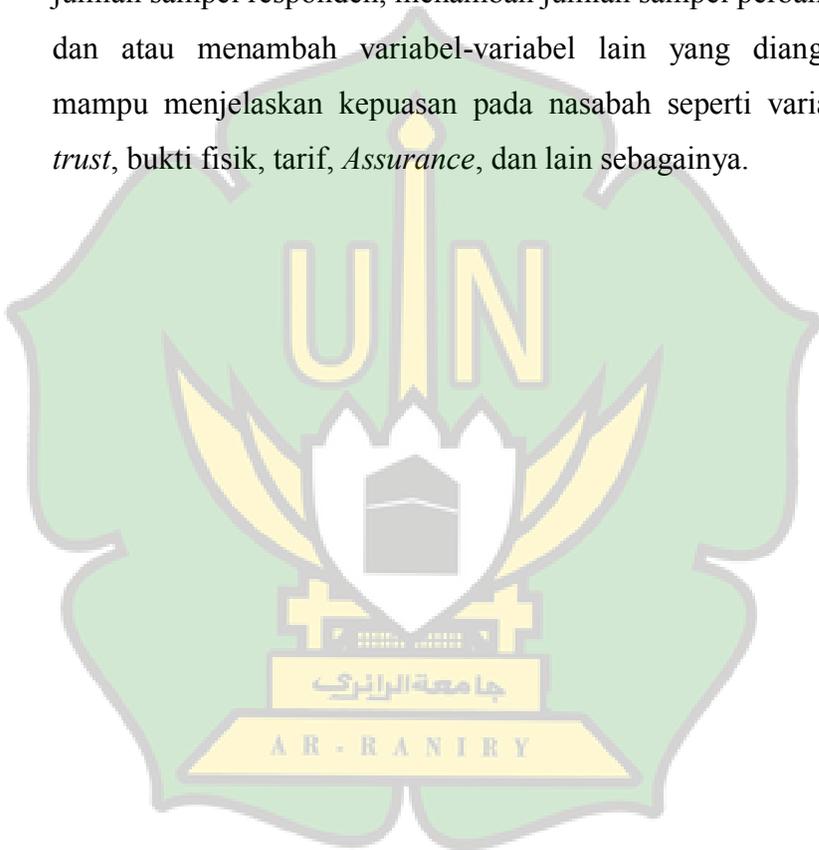
5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang diperoleh, terdapat beberapa saran bagi pihak-pihak yang berkepentingan sebagai berikut.

1. Dikarenakan variabel kualitas *desain website* dan kualitas informasi *website* memiliki arah yang positif terhadap kepuasan, maka diharapkan pihak BNI Syariah dapat meningkatkan kualitas dari *desain website* baik itu dengan cara meningkatkan tampilan layout, kapasitas warna, kapasitas jaringan operator, menjadikan aplikasi lebih ringan serta meningkatkan informasi yang dianggap perlu pada *website*, misalnya meningkatkan informasi mengenai panduan penggunaan agar nasabah dapat menjadi lebih puas akan layanan *digital banking* yang diberikan oleh perbankan atau lain sebagainya.
2. Dikarenakan variabel *accuracy*, *speed* dan *security* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna *digital banking*. Maka diharapkan pihak perbankan dapat memfokuskan pemeliharaan serta perbaikan untuk meningkatkan kualitas variabel tersebut atau minimal

mempertahankan kualitas yang sudah ada agar tercapainya kepuasan maksimum nasabah.

3. Untuk mendapatkan hasil yang lebih luas dan akurat, maka diharapkan untuk peneliti selanjutnya agar dapat menambah jumlah sampel responden, menambah jumlah sampel perbankan dan atau menambah variabel-variabel lain yang dianggap mampu menjelaskan kepuasan pada nasabah seperti variabel *trust*, bukti fisik, tarif, *Assurance*, dan lain sebagainya.



DAFTAR PUSTAKA

- Al-qur'an dan Terjemahan
- Alfianika, N. (2018). *Buku Ajar Metode Penelitian Pengajaran Bahasa Indonesia*. Yogyakarta: Deepublish.
- Anggraeni, Ni Made., & Yasa, Ni Nyoman. (2012). *E-Service Quality Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Dalam Penggunaan Internet Banking*. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, 16, 293–306.
- Ansofino, d. (2016). *Buku Ajar Ekonometrika*. Yogyakarta: Deepublish.
- APJII. (2018). *Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia*. Dipetik Januari 10, 2019, dari Penetrasi dan Perilaku Pengguna Internet Indonesia: <http://www.apjii.or.id>
- Atmadjati, A. (2018). *Layanan Prima Dalam Praktik Saat Ini*. Yogyakarta: Deepublish.
- Bank Indonesia. *Kartu ATM/Debit*. Dipetik april 1, 2019, dari Edukasi dan Perlindungan Konsumen SP: <https://www.bi.go.id/id/edukasi-perlindungan-konsumen/edukasi/produk-dan-jasa-sp/kartu-atm-debet/Pages/default.aspx>
- Bank Indonesia. *Perbankan Syariah*. Dipetik Oktober 31, 2018, dari Bank Indonesia: <https://www.bi.go.id/id/perbankan/syariah/contents/default.aspx>
- Barliana, M. Syaom, & Cahyani, Diah. (2014). *Arsitektur, Urbanitas, dan Pendidikan Budaya Berkota: Dari Surabaya Menuju Bandung*. Yogyakarta : Deepublish
- Basuki, A. T., & Prawoto, N. (2017). *Analisis Regreasi dalam Penelitian Ekonomi & Bisnis: Dilengkapi Aplikasi SPSS & Eviews*. Jakarta: Rajawali Pres.

-
- BNI Syariah. Beranda. Dipetik Febuari , 2019, dari www.bnisyariah.co.id/id.id/
- Djaali, & Muljono, P. (2007). *Pengukuran dalam Bidang Pendidikan*. Jakarta: Grasindo.
- Fahmi, I. (2013). *Kewirausahaan : Teori, Kasus, dan Solusi*. Bandung: Alfabeta.
- Fitriansyah,Ahmad & Harris, Ibnu. (2018). Pengukuran Kepuasan Sistem Web Dengan Metode End User Computing Satisfaction (EUCS). *Jurnal Sistem Informasi*. Vol. 2 No.1
- Grace, Diana &Novander,Novander. (2017). *Analisis Pengaruh Automatic Teller Macin Dan Short Message Service Banking Terhadap Kepuasan Nasabah*. *Jurnal Elektronik Sistem Informasi Dan Komputer*. Vol.3 No.1
- Harinaldi. (2005). *Prinsip-Prinsip Statistik untuk Teknik dan Sains*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Hendryadi, S. (2015). *Metode Riset Kuantitatif: Teori dan Aplikasi Pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam*. Jakarta: Prenadamedia Grup.
- Irawan, H. (2002). *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Kelompok Gramedia.
- Irwansyah, E. (2013). *Sistem Informasi Geografis: Prinsip Dasar dan Pengembangan Aplikasi*. Yogyakarta: Digibooks.
- Jaya, I. (2019). *Penerapan Statistik untuk Penelitian Pendidikan Edisi Pertama*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- JUD, Jubilee Enterprise. (2016). *Resep Cespleng Bisnis Desain Grafis*. yogyakarta: Jubilee Enterprise.
- Kadir, A. (2010). *Hukum Bisnis Syariah Dalam Islam*. Jakarta: Amzah.
- Kurniawan, A. (2014). *Metode Riset untuk Ekonomi dan Bisnis Teori, kosep, dan Praktik Penelitian Bisnis (Dilengkapi Perhitungan Pengolahan Data dengan IBM SPSS 22.0)*. Bandung: Alfabeta.

-
- Mabruroh. (2003). “Membangun kepuasan konsumen dan akses loyalitas”. *Jurnal Benefit*, Vol. 7 No.2 Desember
- OJK. (2016). *Panduan Penyelenggaraan Digital Branch oleh Bank Umum*. Dipetik November 15, 2018, dari www.ojk.go.id
- Payadnya, I. P., & Jayantika, I. G. (2018). *Panduan Penelitian Eksperimen Beserta Analisis Statistik dengan SPSS*. Yogyakarta: Deepublish.
- Pratama, D. R., Suyadi. I., Susilo. H. (2014). *Persepsi User Terhadap Desain Website E-Commerce (Studi Pada Pengguna Website JKM Store)*. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. Vol. 9 No.1
- Prita Ghozie from ZAP Finance. *Keunggulan Digital Banking*. (permata bank) Dipetik januari 30, 2019, dari financial artikel:
<https://www.permatabank.com/Preferred/Keunggulan-Digital-Banking/#.XFEdedAZbiU>
- Purawati, Astri Ayu,. Hamzah, Muhammad Lutfi,. Hamzah,. Rahman, Serli. (2018). *Pengaruh Kualitas Sistem Informasi Akademik Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Mahasiswa Perguruan Tinggi*. *Journal Of Economic, Business And Accounting (Costing)*. Vol.2 No. 1
- Purwoto, A. (2007). *Panduan Laboratorium Statistik Inferensial*. Jakarta: Grasindo.
- Rahmawanti, I. N., & Lubis, R. (2014). *Win-Win Solution Sengketa Konsumen*. Yogyakarta: Medpress.
- Rudini, Ahmad. (2015). *Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Informasi Dan Kualitas Pelayanan SIA Terhadap Kepuasan Mahasiswa (Studi Pada Mahasiswa STIE Sampai Ta. 2014-2015)*. *Jurnal Terapan Manajemen Dan Bisnis*. Vol.1 No. 1 Hal. 9-49.
- Rizal, Syamsul & Munawar (2017). *Pengaruh Kepuasan Nasabah Terhadap Menggunakan Mobile Banking (M - Banking)*

-
- Pada Bank Bca Cabang Banda Aceh. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen Teknologi*, Vol.1 No. 2, Hal.68-78
- Saeed, Abdullah. (2003). *Bank Islam dan Bunga, Studi Kritis dan Interpretasi Kontemporer tentang Riba dan Bunga*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar
- Sampayya, A. S. (2007). *Keseimbangan Matematika Dalam Al-Qur'an*. Jakarta Selatan: Republika.
- Sanjaya, Iman. (2012). *Pengukuran Kualitas Layanan Website Kementerian KOMINFO Dengan Menggunakan Metode Webqual 4.0*. *Jurnal Penelitian UPTEK-KOM*. Vol. 14, No. 1
- Sanusi,A. (2011). *Metodelogi Penelitian Bisnis*. Jakarta : Selemba Empat
- Sari, N. R.S.N & Budhy, A. (2014). *Internet Marketing Dan Kepuasan Pelanggan*. *Jurnal Ilmiah Universitas Sebelas Maret*
- Sari, Rahma Novita (2015). *Pengaruh Kualitas Layanan Bri Mobile Terhadap Kepuasan Nasabah Pt. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk Kantor Cabang Palangkaraya, Kalimantan Tengah*. *Jurnal E-Proceeding Of Management*, Vol.2, No.1
- Siyoto, S., & Sodik, M. A. (2015). *Dasar Metodelogi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Soenarno, A. (2009). *di Sini Senang: 30 Permainan Kreatif-Interaktif untuk Keluarga, Jemaat, dan Perusahaan*. Jakarta: PT BPK Gunung Mulia.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Suliyanto. (2009). *Metode Riset Bisnis*. Yogyakarta : Penerbit Andi
- Supranto, J. (2006). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: PT Rineka Cipta.

-
- Tim Litbang Media Cerdas. (2010). *30 Menit Kuasai Semua Rumuss Matematika SMP*. Yogyakarta: PT Benteng Pustaka.
- Tim Penyusun. (2007). *Metode Riset Untuk Bisnis dan Manajemen*. Bandung: Utamalab.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2015). *Pelanggan Puas? Tak Cukup!* Yogyakarta: C.V Andi Offset.
- Umar, H. (2003). *Metode Riset Bisnis Panduan Mahasiswa untuk Melakukan Riset Dilengkapi Contoh Proposal dan Hasil Riset Bidang Manajemen dan Akuntansi*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Umar, H. (2005). *Riset Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Umar, H. (2011). *Metodelogi Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.
- Utomo, S. B. (2003). *Fiqih Aktual Jawaban Tuntas Masalah Kontemporer*. Jakarta: Gema Insani Press.
- Widyadinata, Yovita & Toly, Agus Arianto (2014). *Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Informasi, Ketepatan Waktu, Dan Kerahasiaan Terhadap Kepuasan Wajib Pajak Pengguna E-Filing*. *Jurnal Tax & Accounting Review*, Vol. 4, No.1
- Wardhana, A. (2015). *pengaruh kualitas layanan Mobile Banking (M-Banking) Terhadap Kepuasan Nasabah Di Indonesia*. *DeReMa Jurnal Manajemen*, 10, 2.
- Yusuf, M. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, & Penelitian Gabungan*. Kencana.
- Zunaidi, M., Waluyo, D. E., & Agustini, D. (2011). *Analisis Pengaruh Akurasi, Ketepatan Waktu Dan Relevansi Informasi Terhadap Kepuasan Pemakai Sistem Informasi Atemis On Web Di PT. Telkom MSC Area IV Jawa Tengah Dan DIY*. *Jurnal Seminar Nasional Teknologi Informasi & Komunikasi Terapan*.

Lampiran 1 : kuesioner penelitian

Kepada Yth.

Bapak/Ibu/Sdr (i) Responden

Di Tempat

Assalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Saya adalah mahasiswi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry yang sedang melakukan penelitian pada Bank BNI Syariah dengan judul: “Pengaruh Penerapan *Digital Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada BNI Syariah Cabang Banda Aceh)”

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh kualitas desain *website*, kualitas informasi *website*, *accuracy*, *speed*, dan *security* pada *digital banking* mempengaruhi kepuasan nasabah pada BNI Syariah KC Banda Aceh

Saya memohon dengan hormat kesediaan Bapak/Ibu/Sdr (i) agar sudi kiranya meluangkan waktu untuk mengisi lembaran kuesioner ini dengan ikhlas, sesuai dengan kondisi Anda saat ini. Jawaban yang anda berikan tidak ada yang benar ataupun salah sehingga tidak akan mempengaruhi penilaian. Data pribadi Bapak/Ibu/Sdr(i) akan saya rahasiakan, tidak akan dipublikasi kecuali untuk kepentingan tugas akhir ini.

Atas perhatian dan partisipasinya saya ucapkan terima kasih.

Wassalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

TTD,

Izma Fazlun Jannah

Nim: 150603253

DAFTAR PERTANYAAN

I. Karakteristik Responden

Silanglah (X) jawaban-jawaban berikut ini sesuai dengan kondisi Anda saat ini. Pertanyaan yang menggunakan lambang (*) boleh memilih lebih dari satu jawaban.

1. Nama :

2. Jenis Kelamin Anda:
 - a. Pria
 - b. Wanita

3. Umur Anda:
 - a. 18 tahun – 23 tahun
 - b. 24 tahun – 29 tahun
 - c. 30 tahun – 35 tahun
 - d. 36 tahun – 41 tahun
 - e. 42 tahun – 47 tahun
 - f. > 48 tahun

4. Pendidikan terakhir:
 - a. SD/Sederajat
 - b. SMP/Sederajat
 - c. SMA/Sederajat
 - d. Diploma-1
 - e. Diploma-2
 - f. Diploma-3
 - g. Strata-1
 - h. Strata-2
 - i. Strata-3

5. Pekerjaan / Status Anda:
 - a. Pelajar / Mahasiswa
 - b. Pegawai Negeri
 - c. Pegawai Swasta
 - d. Wiraswasta / Pengusaha
 - e. TNI/Polisi
 - f. Pensiunan
 - g. Petani
 - h. Professional
 - i. IRT

6. Pendapatan / gaji Anda perbulan:
 - a. < Rp 1.000.000

Pernyataan di bawah berisikan informasi tentang kualitas desain *website*, kualitas informasi *website*, *trust*, *accuracy*, *speed*, dan *security* pada *digital banking* mempengaruhi kepuasan nasabah pada BNI Syariah KC Banda Aceh

1. kualitas desain *website*

NO	PERNYATAAN	SS	S	RR	TS	STS
1	Tampilan <i>website digital banking</i> Bank BNI Syariah mudah dipahami					
2	<i>Website digital banking</i> pada Bank BNI Syariah memiliki ciri khas yang membedakan dengan <i>website digital banking</i> pada bank yang lainnya					
3	Desain <i>website digital banking</i> BNI Syariah memiliki pengaturan warna yang menarik					
4	Desain <i>website digital banking</i> BNI Syariah menarik perhatian Anda					
5	Menu transaksi dan sebagainya tersusun secara rapi hingga mudah Anda dalam penggunaan <i>website</i>					
6	Desain tampilan <i>website digital banking</i> memiliki layout yang memudahkan Anda.					
7	Desain tampilan <i>website digital banking</i> memiliki struktur menu dan link yang mudah dipahami.					
8	<i>website digital banking</i> dilengkapi dengan grafik dan warna yang mendukung kalimat					
9	Kualitas <i>wabsite</i> ringan, hingga hanya memerlukan sedikit waktu untuk mendownload halaman web					
10	Animasi, grafik dan gambar tidak memperlambat proses inti dari <i>website</i> .					

2. Kualitas Informasi Website

NO	PERNYATAAN	SS	S	RR	TS	STS
11	Informasi yang dipaparkan pada layanan <i>website digital banking</i> sesuai dengan info yang diberikan bank					
12	Informasi yang disajikan pada <i>website digital banking</i> berupa informasi yang akurat					
13	Informasi pada <i>website digital banking</i> selalu <i>up date</i> dalam hitungan detik					
14	<i>website digital banking</i> selalu menampilkan informasi yang terbaru.					
15	Informasi yang disajikan dari subtema sesuai dengan tema					
16	Anda dapat dengan mudah memahami informasi dari <i>website digital banking</i>					
17	<i>website digital banking</i> difasilitasi dengan panduan penggunaan atau pengaplikasian hingga memudahkan Anda dalam melakukan pengaplikasian.					

3. Accuracy

NO	PERNYATAAN	SS	S	RR	TS	STS
18	informasi yang di dapatkan dari <i>digital banking</i> sama dengan informasi yang di dapatkan dari bank					
19	setiap link di <i>website digital banking</i> yang anda klik selalu menampilkan halaman web yang sesuai.					
20	situs web bank menampilkan konfirmasi informasi yang benar dan akurat					
21	catatan transaksi layanan digital banking akurat serta tepat					
22	informasi yang Anda diterima saat menggunakan <i>digital banking</i> jelas, tidak adanya informasi yang rancu					

4. speed

NO	PERNYATAAN	SS	S	RR	TS	STS
23	Anda dapat mengases layanan digital banking BNI Syariah dapat dengan mudah dan cepat					
24	<i>update</i> informasi <i>digital banking</i> Anda terima dengan begitu cepat					
25	bila ada transaksi dan sebagainya akan ada notifikasi yang diterima					
26	digital banking menjadikan waktu Anda lebih efisien					

5. security

NO	PERNYATAAN	SS	S	RR	TS	STS
27	Layanan digital banking dilengkapi dengan keamanan berlapis					
28	Tingkat gangguan dari pihak lain lebih rendah					
29	Kerahasiaan identitas nasabah di jamin oleh pihak bank					
30	Informasi yang diterima nasabah adalah informasi sebenarnya tanpa ada unsur kebohongan					

6. kepuasan

NO	PERNYATAAN	SS	S	RR	TS	STS
31	Anda merasa puas dengan layanan <i>digital banking</i> pada Bank BNI Syariah					
32	Anda merasa puas dengan layanan ATM pada Bank BNI Syariah					
33	Anda merasa puas dengan layanan <i>mobile banking</i> pada Bank BNI Syariah					
34	Anda merasa puas dengan layanan <i>internet banking</i> pada Bank BNI Syariah					
35	Anda merasa puas dengan layanan <i>SMS banking</i> pada Bank BNI Syariah					
36	Anda merasa puas dengan layanan hasanah online pada Bank BNI Syariah					

37	Anda hanya akan puas ketika transaksi yang dilakukan berhasil					
38	Anda puas ketika dapat mengakses layanan <i>digital banking</i> dengan cepat dan mudah					
39	Layanan <i>digital banking</i> BNI Syariah telah memenuhi kriteria <i>digital banking</i> yang Anda inginkan					

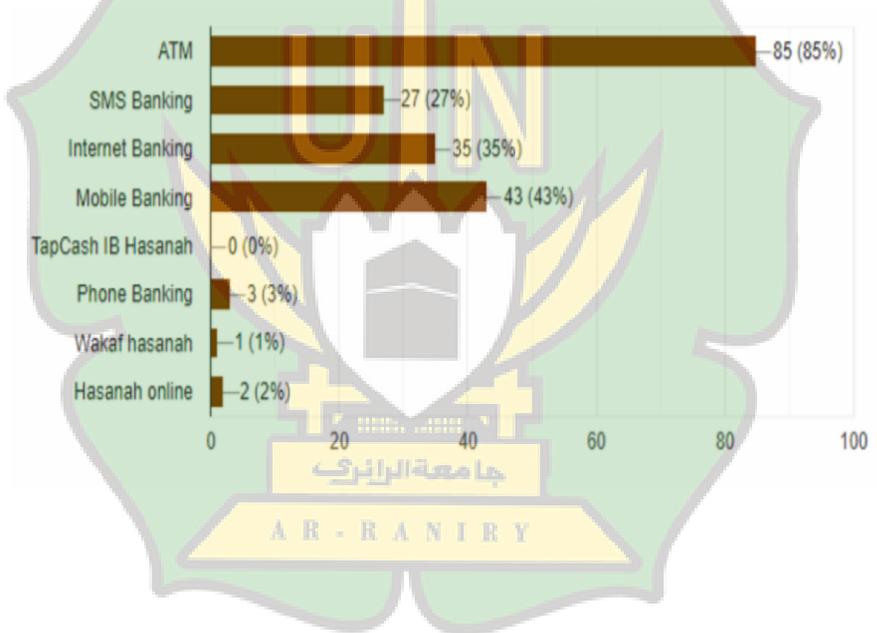


Lampiran 2 : Deskripsi responden

No.	Jenis kelamin	Frequency	Percent
1	Pria	47	47%
	Wanita	53	53%
	Total	100	100%
No	Usia	Frequency	Percent
2	18 s.d 23	67	67%
	24 s.d 29	20	20%
	30 s.d 35	9	9%
	36 s,d 41	3	3%
	42 s.d 47	1	1%
	Total	100	100%
No	Pendidikan terakhir	Frequency	Percent
3	SMA/Sederajat	56	56%
	Diploma 2	1	1%
	Diploma 3	7	7%
	Strata 1	31	31%
	Strata 2	4	4%
	Strata 3	1	1%
	Total	100	100%
No	Pekerjaan	Frequency	Percent
4	Pelajar/mahasiswa	67	67%
	Pegawai negeri	5	5%
	Pegawai swasta	13	13%
	Wiraswasta/pengusaha	10	10%
	TNI/POLRI/Purnawirawan	2	2%
	IRT	3	3%
	Total	100	100%
No	Pendapatan	Frequency	Percent
5	< Rp 1.000.000	49	49%
	Rp 1.000.000 s.d 4.000.000	37	37%
	Rp 4.000.000 s.d 7.000.000	7	7%
	Rp 7.000.000 s.d Rp 10.000.000	5	5%
	Rp > 10.000.000	2	2%
	Total	100	100%
No	Dorongan Menggunakan <i>Digital Banking</i>	Frequency	Percent
6	Diri sendiri	76	76%
	Orang tua	6	6%
	Suami/isteri	1	1%
	Teman	5	5%
	Instansi/tempat bekerja	9	9%
	Saudara	2	2%
	Pejabat/pegawai pemerintah	1	1%

No	Mengenal Digital Banking	Frequency	Percent
	Total	100	100%
7	Koran/surat kabar	5	5%
	Teman	25	25%
	Media elektronik	40	40%
	Instansai/tempat bekerja	8	8%
	Sekolah/kampus/lembagapendidikan	22	22%
	Seminar	5	5%
	Total	100	100%

Layanan *Digital Banking* yang Cenderung digunakan Responden



Lampiran 3: Data Jawaban Pertanyaan 100 Responden

1. variabel kualitas *desain website*

No.	x1.1	x1.2	x1.3	x1.4	x1.5	x1.6	x1.7	x1.8	x1.9	x1.10
1	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4
2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4
5	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4
6	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
7	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
8	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
9	4	3	3	4	4	4	3	3	3	4
10	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4
11	3	3	4	4	5	4	4	4	3	4
12	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4
13	4	3	5	4	4	4	3	4	3	4
14	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5
15	5	4	5	4	4	5	5	5	4	4
16	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4
17	4	4	5	5	5	5	4	5	3	3
18	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
19	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
20	4	4	5	4	5	4	4	3	5	4
21	4	4	4	3	3	4	3	3	4	3
22	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
23	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
24	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
25	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4
26	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
27	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
28	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4
29	4	5	5	5	4	4	5	4	4	3
30	3	3	4	4	4	3	3	4	3	3

31	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
32	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4
33	5	4	4	4	5	5	5	4	5	5
34	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3
35	5	4	5	5	5	4	5	4	5	4
36	4	4	5	4	1	2	3	3	5	5
37	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
38	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4
39	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5
40	4	4	3	4	5	4	5	4	5	3
41	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
42	5	4	4	5	5	4	4	5	4	3
43	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
44	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4
45	4	4	5	4	4	2	4	3	2	3
46	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
47	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4
48	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3
49	4	4	5	4	4	5	4	4	3	4
50	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
51	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3
52	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
53	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
54	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
55	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5
56	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
57	5	4	5	5	5	5	4	4	4	5
58	3	4	3	3	4	3	3	3	4	4
59	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5
60	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
61	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
62	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4
63	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4

64	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
65	4	3	4	4	5	4	4	5	4	4
66	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5
67	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
68	4	4	2	3	4	3	4	4	4	4
69	4	4	4	2	4	4	4	4	2	2
70	5	5	5	5	4	4	4	3	5	4
71	5	4	4	5	4	5	4	5	5	5
72	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
73	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3
74	4	5	4	4	4	3	4	4	3	3
73	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5
76	4	4	3	3	4	4	4	3	3	2
77	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5
78	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
79	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5
80	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
81	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
82	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4
83	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
84	5	4	3	3	4	3	4	3	4	4
85	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3
86	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4
87	4	4	5	4	3	4	4	5	5	4
88	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5
89	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
90	4	4	3	4	4	3	3	3	4	3
91	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
92	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
93	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4
94	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
95	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4
96	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5

97	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3
98	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4
99	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
100	4	4	4	3	3	4	3	3	4	3

2. variabel kualitas informasi *website*

No.	x2.1	x2.2	x2.3	x2.4	x2.5	x2.6	x2.7
1	4	4	5	4	4	4	4
2	4	4	3	4	5	5	5
3	4	4	4	4	4	4	4
4	4	3	4	3	4	4	3
5	3	4	4	3	4	3	4
6	4	4	3	4	4	3	3
7	4	4	4	4	4	4	4
8	4	4	3	4	4	4	4
9	4	3	3	4	3	3	3
10	4	4	3	4	3	4	4
11	4	3	3	4	4	4	4
12	4	4	4	3	4	3	4
13	4	4	3	3	4	4	4
14	5	3	5	4	5	5	5
15	5	5	5	4	4	4	5
16	4	5	4	4	4	4	4
17	4	3	4	3	4	3	3
18	4	4	4	4	4	4	4
19	4	4	4	4	4	4	3
20	5	4	3	3	3	4	3
21	4	4	3	4	4	4	2
22	4	4	2	4	4	4	4
23	4	4	4	4	4	4	4
24	3	4	3	4	4	3	4
25	4	3	3	4	3	4	4
26	4	4	3	3	4	4	4

27	4	4	2	3	4	4	3
28	3	4	4	3	4	4	4
29	4	4	5	5	5	4	4
30	3	3	4	4	4	4	3
31	4	4	3	3	4	4	4
32	5	4	3	4	3	4	4
33	5	5	4	4	5	5	5
34	4	4	3	3	3	4	4
35	5	5	4	5	4	5	5
36	4	4	3	3	3	3	3
37	4	4	4	4	4	4	4
38	4	4	5	4	4	5	4
39	4	4	5	4	5	4	5
40	5	4	4	4	4	4	4
41	4	4	4	4	4	4	4
42	4	5	5	3	3	4	3
43	4	4	4	3	3	4	4
44	4	3	4	4	3	4	4
45	4	3	3	3	3	4	4
46	4	4	4	4	4	4	4
47	4	4	4	3	3	4	4
48	4	4	3	4	4	4	4
49	4	4	4	4	5	4	4
50	4	4	4	4	4	4	4
51	4	4	4	3	3	3	4
52	4	4	5	5	5	5	5
53	5	5	4	5	4	5	5
54	4	4	3	3	4	4	4
55	5	4	3	4	3	4	5
56	4	4	4	4	4	3	3
57	5	4	3	3	4	4	4
58	3	4	3	4	3	4	3
59	5	5	4	5	5	4	5

60	5	4	5	4	5	5	4
61	4	4	3	3	4	4	4
62	4	5	4	5	4	5	4
63	4	5	4	4	4	4	4
64	5	4	4	4	4	5	4
65	5	5	4	3	3	4	5
66	5	5	3	3	4	4	5
67	5	4	4	5	4	5	4
68	5	5	3	3	4	4	1
69	4	4	4	4	4	4	4
70	3	5	4	4	4	4	3
71	4	4	5	5	4	4	4
72	4	3	3	3	4	3	4
73	3	4	3	4	3	3	3
74	5	4	3	4	4	4	4
73	3	4	4	3	4	4	3
76	4	4	3	3	3	2	3
77	5	5	5	5	4	4	5
78	4	4	4	4	3	3	3
79	4	5	4	5	4	5	4
80	5	4	5	4	5	4	4
81	4	4	4	4	4	4	4
82	5	5	5	5	4	4	4
83	3	4	4	4	4	4	4
84	5	5	4	4	4	4	4
85	4	3	4	3	4	4	4
86	5	4	3	4	4	3	3
87	4	4	3	3	3	4	4
88	4	4	4	4	4	4	4
89	3	4	3	4	3	4	3
90	4	4	3	4	4	3	3
91	4	4	4	3	4	4	4
92	4	4	3	4	4	3	4

93	4	4	4	4	4	4	4
94	5	4	5	4	5	4	5
95	5	4	5	4	5	4	4
96	4	4	3	4	4	3	4
97	4	3	3	4	3	4	3
98	5	5	5	4	4	4	4
99	4	4	4	3	3	4	4
100	5	4	3	3	3	4	3

3. accuracy

No.	x3.1	x3.2	x3.3	x3.4	x3.5
1	5	4	5	5	4
2	5	4	5	5	5
3	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	3
5	4	3	4	4	4
6	4	4	4	4	4
7	4	4	4	4	4
8	4	4	4	4	4
9	4	4	4	3	4
10	4	4	4	4	4
11	4	3	4	4	4
12	4	4	4	4	4
13	3	4	4	4	4
14	5	5	5	5	4
15	4	4	5	5	4
16	4	4	4	4	4
17	4	4	4	4	3
18	4	4	4	4	3
19	4	4	4	4	4
20	4	3	4	5	5
21	4	4	4	4	4
22	4	4	4	5	5

23	3	4	4	4	4
24	4	4	4	4	4
25	3	4	3	4	4
26	4	4	4	4	4
27	4	4	4	4	5
28	4	4	4	4	4
29	4	5	4	5	4
30	3	4	3	4	4
31	4	4	4	4	4
32	4	4	4	4	4
33	5	5	4	5	5
34	4	4	4	4	4
35	5	5	5	5	5
36	4	5	4	4	5
37	4	4	4	4	4
38	5	5	5	4	4
39	4	4	5	4	4
40	4	5	3	4	3
41	4	4	4	4	4
42	5	4	3	4	5
43	4	4	4	4	4
44	4	4	4	4	4
45	4	3	4	3	4
46	5	4	4	4	4
47	5	4	5	3	4
48	4	4	4	4	4
49	4	4	5	4	4
50	4	4	4	4	4
51	4	4	4	4	4
52	5	5	5	5	5
53	5	4	4	5	5
54	4	4	4	4	4
55	5	4	4	5	4

56	4	4	4	4	4
57	5	5	5	5	5
58	3	4	4	3	3
59	4	5	4	4	4
60	5	5	5	5	5
61	4	4	3	4	4
62	5	5	5	5	5
63	4	4	4	4	4
64	4	5	5	5	5
65	4	4	3	5	4
66	5	5	4	5	4
67	5	5	5	5	5
68	4	4	4	4	4
69	4	4	3	2	4
70	3	5	4	5	4
71	5	4	4	4	4
72	4	4	4	4	4
73	4	3	4	3	4
74	4	4	4	3	3
73	4	4	4	4	4
76	4	3	4	4	4
77	5	4	4	5	4
78	4	4	4	4	4
79	5	4	4	5	5
80	5	5	5	5	5
81	4	4	4	4	4
82	4	5	4	4	4
83	4	4	4	4	4
84	4	5	4	4	4
85	4	4	4	4	3
86	5	5	4	4	4
87	4	4	4	3	3
88	5	4	4	4	4

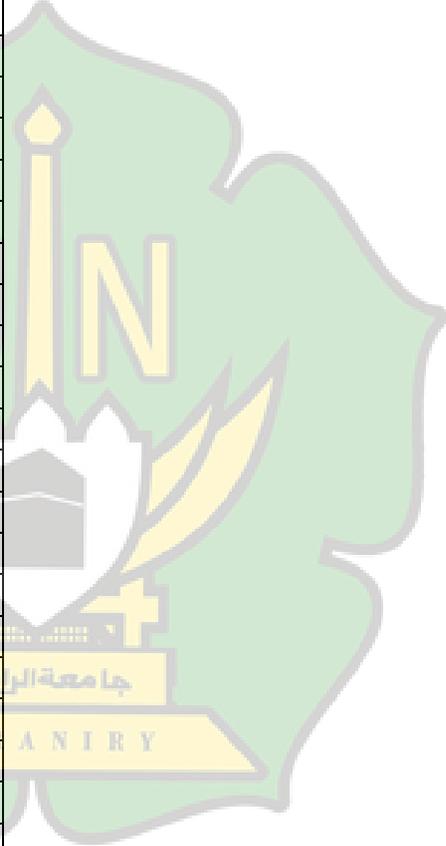
89	3	4	4	4	3
90	3	4	3	4	4
91	4	4	4	4	4
92	4	4	4	4	4
93	4	4	4	4	4
94	5	5	5	5	5
95	4	4	5	5	5
96	4	4	4	4	4
97	4	4	3	3	4
98	5	4	5	5	5
99	4	4	3	2	4
100	5	4	5	3	4

4. speed

No.	x4.1	x4.2	x4.3	x4.4
1	4	4	4	4
2	4	5	5	4
3	5	5	4	4
4	4	4	3	4
5	4	4	4	3
6	4	4	4	4
7	4	3	3	4
8	3	4	4	4
9	4	3	4	4
10	4	4	4	4
11	5	4	5	4
12	4	4	4	4
13	4	4	4	4
14	5	4	4	5
15	5	5	4	4
16	4	4	5	4
17	4	4	4	4
18	4	4	5	5

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

52	5	4	4	5
53	5	4	4	5
54	4	4	4	4
55	5	5	5	4
56	4	4	4	4
57	5	5	5	5
58	3	4	4	4
59	4	4	5	5
60	5	5	4	5
61	4	4	4	4
62	5	5	4	5
63	4	5	5	5
64	5	5	5	4
65	4	4	5	5
66	4	4	5	5
67	5	4	4	4
68	4	5	4	5
69	4	4	4	4
70	4	5	4	5
71	4	4	5	5
72	4	4	4	4
73	3	4	4	4
74	4	3	4	4
73	4	4	4	4
76	4	4	4	4
77	4	5	4	5
78	4	4	4	4
79	4	3	4	4
80	4	4	4	5
81	4	4	4	4
82	4	4	4	4
83	4	4	4	3
84	5	5	4	4

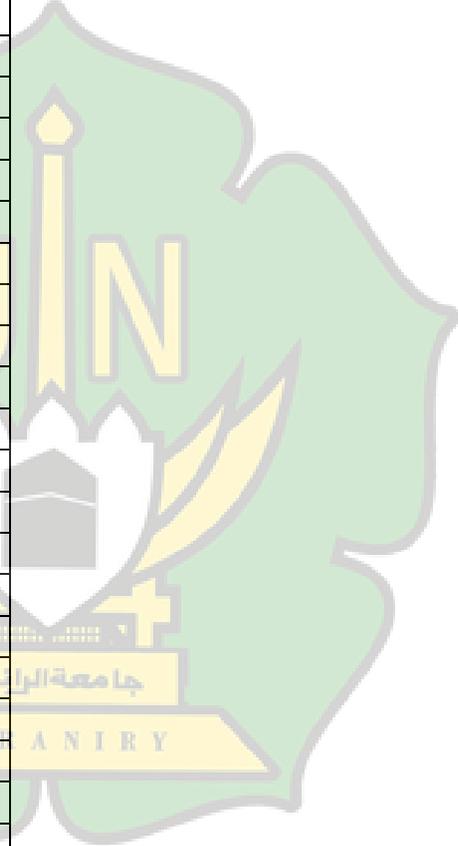


85	4	3	4	4
86	4	5	5	4
87	4	4	4	3
88	4	4	4	4
89	4	4	4	5
90	4	4	4	4
91	4	4	4	4
92	4	4	4	4
93	4	4	4	4
94	4	4	4	4
95	4	5	5	4
96	5	5	4	4
97	4	4	4	4
98	4	5	5	5
99	4	5	4	5
100	4	5	4	5

5. security

No.	x5.1	x5.2	x5.3	x5.4
1	4	4	5	5
2	4	5	5	4
3	5	5	5	5
4	3	4	3	3
5	4	4	4	4
6	4	4	4	4
7	3	4	3	4
8	3	3	4	3
9	3	3	4	4
10	4	4	4	4
11	5	3	5	4
12	2	2	4	4
13	3	4	4	4
14	4	4	4	3

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



48	3	3	4	3
49	4	5	4	4
50	4	4	4	4
51	4	4	4	4
52	5	4	5	5
53	4	4	5	5
54	4	4	4	4
55	5	5	5	5
56	4	4	4	4
57	4	4	5	5
58	3	4	4	4
59	4	5	5	5
60	5	5	5	5
61	4	4	4	4
62	5	5	5	5
63	4	4	4	4
64	4	4	5	5
65	4	3	3	3
66	5	5	5	5
67	5	5	5	5
68	4	4	4	4
69	4	4	4	4
70	4	4	3	5
71	4	4	5	5
72	4	4	4	4
73	3	4	3	4
74	4	3	4	4
73	4	4	5	4
76	4	4	4	4
77	5	5	5	5
78	3	3	4	4
79	4	5	4	4
80	5	5	5	5

81	3	4	4	4
82	4	4	4	4
83	3	3	4	4
84	5	5	4	5
85	4	4	4	4
86	2	3	3	5
87	3	4	4	4
88	4	5	5	5
89	4	4	4	4
90	4	3	3	4
91	4	4	4	4
92	4	4	4	4
93	4	4	4	4
94	5	4	5	4
95	5	5	5	5
96	5	5	4	4
97	3	3	4	4
98	5	5	5	5
99	4	4	4	4
100	4	4	5	5

6. kepuasan

No.	y1	y2	y3	y4	y5	y6	y7	y8	y9
1	5	5	5	5	5	5	5	5	5
2	5	4	5	5	5	5	3	5	4
3	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	3	4	3	4	3	4	3	4	3
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
6	4	4	4	4	4	4	5	4	4
7	4	4	4	4	3	4	5	4	3
8	4	4	4	4	4	4	4	4	4
9	3	4	3	3	3	3	5	5	3
10	4	4	4	4	4	4	4	4	4

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

44	4	4	4	4	4	4	4	4	4
45	3	3	4	3	3	4	3	3	4
46	4	4	4	4	4	4	4	4	4
47	5	5	5	5	4	4	5	5	4
48	4	4	4	4	4	3	5	5	4
49	5	4	4	4	4	3	4	4	4
50	4	4	4	4	4	4	4	4	4
51	4	4	4	4	4	4	4	4	4
52	5	5	5	5	5	5	5	5	5
53	5	5	5	4	4	4	4	4	4
54	4	4	4	4	4	4	4	4	4
55	5	5	4	4	3	3	5	5	5
56	4	4	4	4	4	4	4	4	4
57	5	5	5	5	5	4	5	5	5
58	3	4	3	3	3	3	4	4	3
59	5	5	5	5	5	5	5	5	5
60	5	5	5	5	5	5	5	5	5
61	4	4	4	4	4	4	4	4	4
62	5	5	5	5	5	5	5	5	5
63	5	5	4	4	4	4	4	4	4
64	4	4	4	5	5	5	5	5	5
65	4	5	4	4	4	5	5	5	5
66	5	5	5	4	4	4	5	5	5
67	5	5	5	5	5	5	5	5	5
68	4	4	5	3	3	3	5	5	4
69	4	4	5	3	3	4	5	5	4
70	5	3	4	5	3	4	4	4	5
71	4	5	4	4	5	4	5	5	5
72	4	4	4	4	4	4	4	4	4
73	4	4	3	3	3	3	4	4	3
74	4	5	4	4	4	4	4	4	4
73	4	4	4	4	4	2	3	3	4
76	3	4	4	3	3	3	4	4	4

77	5	5	5	5	5	5	4	5	5
78	4	4	4	4	4	4	4	4	4
79	4	4	4	4	4	4	4	4	4
80	5	5	5	5	5	5	5	5	5
81	4	4	4	4	4	4	4	4	4
82	4	5	4	4	5	5	4	4	4
83	3	4	3	4	3	4	4	4	4
84	4	4	5	4	5	5	5	5	5
85	4	4	4	4	3	4	4	4	4
86	4	5	4	5	5	5	5	5	4
87	4	3	3	4	3	3	4	3	2
88	4	4	5	4	3	4	4	4	4
89	5	4	5	4	5	2	5	5	5
90	4	3	3	3	3	4	4	4	3
91	4	4	4	4	4	4	4	4	4
92	4	4	4	4	4	4	4	4	4
93	4	4	4	4	4	3	3	3	3
94	5	5	5	5	5	5	5	5	5
95	5	5	5	5	5	5	5	5	5
96	5	5	4	4	4	4	5	5	5
97	3	4	3	3	3	3	4	3	4
98	5	5	5	5	5	5	4	5	5
99	4	4	4	4	4	5	4	4	4
100	4	4	5	4	5	5	5	5	5

Lampiran 4 :Jawaban Responden

X_1 : kualitas *desain website*

Tampilan website digital banking Bank BNI Syariah mudah dipahami

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ragu-ragu	5	5.0	5.0	5.0
	Setuju	69	69.0	69.0	74.0
	Sangat setuju	26	26.0	26.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Website digital banking pada Bank BNI Syariah memiliki ciri khas yang membedakan dengan website digital banking pada bank yang lainnya

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ragu-ragu	13	13.0	13.0	13.0
	Setuju	71	71.0	71.0	84.0
	Sangat setuju	16	16.0	16.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Desain website digital banking BNI Syariah memiliki pengaturan warna yang menarik

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak setuju	1	1.0	1.0	1.0
	Ragu-ragu	11	11.0	11.0	12.0
	Setuju	58	58.0	58.0	70.0
	Sangat setuju	30	30.0	30.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Desain website digital banking BNI Syariah menarik perhatian Anda

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak setuju	1	1.0	1.0	1.0

	Ragu-ragu	17	17.0	17.0	18.0
	Setuju	56	56.0	56.0	74.0
	Sangat setuju	26	26.0	26.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Menu transaksi dan sebagainya tersusun secara rapi hingga mudah Anda dalam penggunaan website

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat tidak setuju	1	1.0	1.0	1.0
	Ragu-ragu	8	8.0	8.0	9.0
	Setuju	62	62.0	62.0	71.0
	Sangat setuju	29	29.0	29.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Desain tampilan website digital banking memiliki struktur menu dan link yang mudah dipahami.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ragu-ragu	13	13.0	13.0	13.0
	Setuju	64	64.0	64.0	77.0
	Sangat setuju	23	23.0	23.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

website digital banking dilengkapi dengan grafik dan warna yang mendukung kalimat

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ragu-ragu	15	15.0	15.0	15.0
	Setuju	61	61.0	61.0	76.0
	Sangat setuju	24	24.0	24.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Kualitas wabsite ringan, hingga hanya memerlukan sedikit waktu untuk mendownload halaman web

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak setuju	2	2.0	2.0	2.0
	Ragu-ragu	18	18.0	18.0	20.0
	Setuju	52	52.0	52.0	72.0
	Sangat setuju	28	28.0	28.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Animasi, grafik dan gambar tidak memperlambat proses inti dari website.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak setuju	2	2.0	2.0	2.0
	Ragu-ragu	16	16.0	16.0	18.0
	Setuju	60	60.0	60.0	78.0
	Sangat setuju	22	22.0	22.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X₁ : kualitas *informasi website*

Informasi yang dipaparkan pada layanan website digital banking sesuai dengan info yang diberikan bank

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ragu-ragu	10	10.0	10.0	10.0
	Setuju	63	63.0	63.0	73.0
	Sangat setuju	27	27.0	27.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Informasi yang disajikan pada website digital banking berupa informasi yang akurat

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ragu-ragu	12	12.0	12.0	12.0
	Setuju	70	70.0	70.0	82.0

	Sangat setuju	18	18.0	18.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Informasi pada website digital banking selalu up date dalam hitungan detik

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak setuju	2	2.0	2.0	2.0
	Ragu-ragu	37	37.0	37.0	39.0
	Setuju	45	45.0	45.0	84.0
	Sangat setuju	16	16.0	16.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

website digital banking selalu menampilkan informasi yang terbaru.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ragu-ragu	31	31.0	31.0	31.0
	Setuju	58	58.0	58.0	89.0
	Sangat setuju	11	11.0	11.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Informasi yang disajikan dari subtema sesuai dengan tema

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ragu-ragu	24	24.0	24.0	24.0
	Setuju	64	64.0	64.0	88.0
	Sangat setuju	12	12.0	12.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Anda dapat dengan mudah memahami informasi dari website digital banking

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak setuju	1	1.0	1.0	1.0
	Ragu-ragu	16	16.0	16.0	17.0
	Setuju	71	71.0	71.0	88.0
	Sangat setuju	12	12.0	12.0	100.0

Anda dapat dengan mudah memahami informasi dari website digital banking

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak setuju	1	1.0	1.0	1.0
	Ragu-ragu	16	16.0	16.0	17.0
	Setuju	71	71.0	71.0	88.0
	Sangat setuju	12	12.0	12.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

website digital banking difasilitasi dengan panduan penggunaan atau pengaplikasian hingga memudahkan Anda dalam melakukan pengaplikasian.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat tidak setuju	1	1.0	1.0	1.0
	Tidak setuju	1	1.0	1.0	2.0
	Ragu-ragu	22	22.0	22.0	24.0
	Setuju	62	62.0	62.0	86.0
	Sangat setuju	14	14.0	14.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X₃ : accuracy

informasi yang di dapatkan dari digital banking sama dengan informasi yang di dapatkan dari bank

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ragu-ragu	8	8.0	8.0	8.0
	Setuju	65	65.0	65.0	73.0
	Sangat setuju	27	27.0	27.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

setiap link di website digital banking yang anda klik selalu menampilkan halaman web yang sesuai.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ragu-ragu	6	6.0	6.0	6.0
	Setuju	72	72.0	72.0	78.0
	Sangat setuju	22	22.0	22.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

situs web bank menampilkan konfirmasi informasi yang benar dan akurat

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ragu-ragu	10	10.0	10.0	10.0
	Setuju	69	69.0	69.0	79.0
	Sangat setuju	21	21.0	21.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

setiap link di website digital banking yang anda klik selalu menampilkan halaman web yang sesuai.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ragu-ragu	6	6.0	6.0	6.0
	Setuju	72	72.0	72.0	78.0
	Sangat setuju	22	22.0	22.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

catatan transaksi layanan digital banking akurat serta tepat

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak setuju	2	2.0	2.0	2.0
	Ragu-ragu	9	9.0	9.0	11.0
	Setuju	62	62.0	62.0	73.0
	Sangat setuju	27	27.0	27.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**informasi yang Anda diterima saat menggunakan digital banking jelas,
tidak adanya informasi yang rancu**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ragu-ragu	9	9.0	9.0	9.0
	Setuju	70	70.0	70.0	79.0
	Sangat setuju	21	21.0	21.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X₄ : speed

Anda dapat mengases layanan digital banking BNI Syariah dapat dengan mudah dan cepat

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ragu-ragu	5	5.0	5.0	5.0
	Setuju	81	81.0	81.0	86.0
	Sangat setuju	14	14.0	14.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

update informasi digital banking Anda terima dengan begitu cepat

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ragu-ragu	8	8.0	8.0	8.0
	Setuju	70	70.0	70.0	78.0
	Sangat setuju	22	22.0	22.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

bila ada transaksi dan sebagainya akan ada notifikasi yang diterima

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ragu-ragu	3	3.0	3.0	3.0
	Setuju	78	78.0	78.0	81.0
	Sangat setuju	19	19.0	19.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

digital banking menjadikan waktu Anda lebih efisien

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ragu-ragu	3	3.0	3.0	3.0
	Setuju	71	71.0	71.0	74.0
	Sangat setuju	26	26.0	26.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X₅: security

Layanan digital banking dilengkapi dengan keamanan berlapis

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak setuju	3	3.0	3.0	3.0
	Ragu-ragu	24	24.0	24.0	27.0
	Setuju	50	50.0	50.0	77.0
	Sangat setuju	23	23.0	23.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Tingkat gangguan dari pihak lain lebih rendah

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak setuju	1	1.0	1.0	1.0
	Ragu-ragu	22	22.0	22.0	23.0
	Setuju	55	55.0	55.0	78.0
	Sangat setuju	22	22.0	22.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Kerahasiaan identitas nasabah di jamin oleh pihak bank

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak setuju	1	1.0	1.0	1.0
	Ragu-ragu	16	16.0	16.0	17.0
	Setuju	54	54.0	54.0	71.0
	Sangat setuju	29	29.0	29.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Informasi yang diterima nasabah adalah informasi sebenarnya tanpa ada unsur kebohongan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ragu-ragu	9	9.0	9.0	9.0
	Setuju	65	65.0	65.0	74.0
	Sangat setuju	26	26.0	26.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X_6 : kepuasan

Anda merasa puas dengan layanan digital banking pada Bank BNI Syariah

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak setuju	1	1.0	1.0	1.0
	Ragu-ragu	9	9.0	9.0	10.0
	Setuju	59	59.0	59.0	69.0
	Sangat setuju	31	31.0	31.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Anda merasa puas dengan layanan ATM pada Bank BNI Syariah

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ragu-ragu	4	4.0	4.0	4.0
	Setuju	66	66.0	66.0	70.0
	Sangat setuju	30	30.0	30.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Anda merasa puas dengan layanan mobile banking pada Bank BNI Syariah

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ragu-ragu	9	9.0	9.0	9.0
	Setuju	61	61.0	61.0	70.0
	Sangat setuju	30	30.0	30.0	100.0

Anda merasa puas dengan layanan mobile banking pada Bank BNI Syariah

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ragu-ragu	9	9.0	9.0	9.0
	Setuju	61	61.0	61.0	70.0
	Sangat setuju	30	30.0	30.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Anda merasa puas dengan layanan internet banking pada Bank BNI Syariah

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ragu-ragu	12	12.0	12.0	12.0
	Setuju	62	62.0	62.0	74.0
	Sangat setuju	26	26.0	26.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Anda merasa puas dengan layanan SMS banking pada Bank BNI Syariah

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ragu-ragu	20	20.0	20.0	20.0
	Setuju	51	51.0	51.0	71.0
	Sangat setuju	29	29.0	29.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Anda merasa puas dengan layanan hasanah online pada Bank BNI Syariah

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak setuju	2	2.0	2.0	2.0
	Ragu-ragu	14	14.0	14.0	16.0
	Setuju	58	58.0	58.0	74.0
	Sangat setuju	26	26.0	26.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Anda hanya akan puas ketika transaksi yang dilakukan berhasil

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ragu-ragu	7	7.0	7.0	7.0
	Setuju	57	57.0	57.0	64.0
	Sangat setuju	36	36.0	36.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Anda puas ketika dapat mengakses layanan digital banking dengan cepat dan mudah

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ragu-ragu	6	6.0	6.0	6.0
	Setuju	54	54.0	54.0	60.0
	Sangat setuju	40	40.0	40.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Layanan digital banking BNI Syariah telah memenuhi kriteria digital banking yang Anda inginkan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak setuju	1	1.0	1.0	1.0
	Ragu-ragu	13	13.0	13.0	14.0
	Setuju	57	57.0	57.0	71.0
	Sangat setuju	29	29.0	29.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Lampiran 5: Uji Reliabilitas

1. kualitas desain website

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.893	10

4. Speed

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.605	4

2. kualitas informasi website

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.748	7

5. Security

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.832	4

3. Accuracy

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.787	5

6. kepuasan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.908	9

Lampiran 6: Uji Koefisien Determinasi (R2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.838 ^a	.701	.686	.376786	2.423

a. Predictors: (Constant), security, speed, Kualitas Informasi Website, kualitas desain website, Accuracy

b. Dependent Variable: kepuasan



Lampiran 7: Uji F

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	31.352	5	6.270	44.168	.000 ^a
	Residual	13.345	94	.142		
	Total	44.697	99			

a. Predictors: (Constant), security, speed, Kualitas Informasi Website, kualitas desain website, Accuracy

b. Dependent Variable: kepuasan



Lampiran 8: Uji t, Uji Regresi Linear Berganda, dan Uji Multikolinearitas

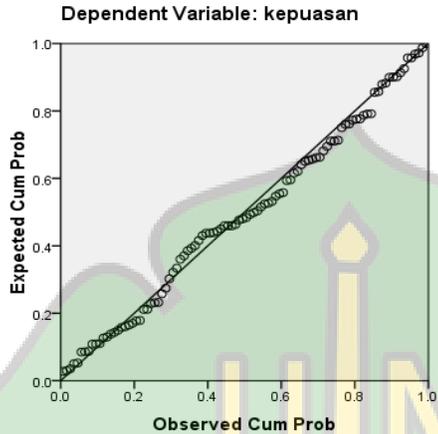
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-.555	.391		-1.420	.159		
	kualitas desain website	.125	.094	.119	1.328	.187	.396	2.523
	Kualitas Informasi Website	.077	.103	.064	.749	.456	.435	2.301
	Accuracy	.381	.105	.356	3.623	.000	.328	3.046
	speed	.383	.092	.307	4.187	.000	.591	1.691
	security	.135	.076	.148	1.777	.079	.458	2.182

a. Dependent Variable: kepuasan

Lampiran 9: Uji Normalitas

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



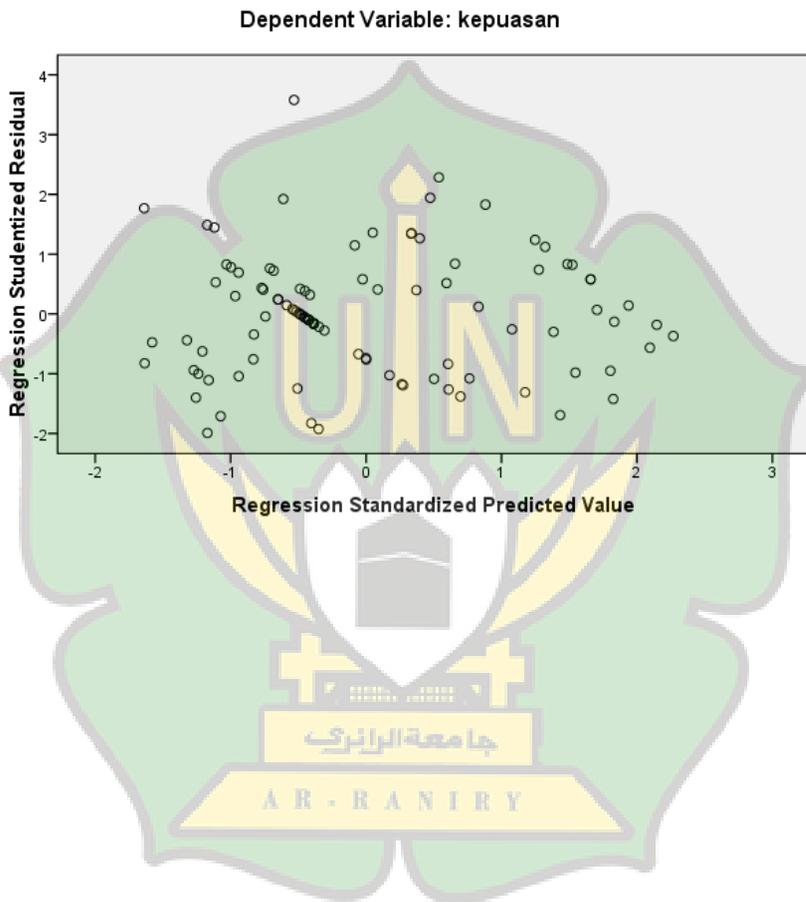
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.36714765
Most Extreme Differences	Absolute	.062
	Positive	.062
	Negative	-.050
Kolmogorov-Smirnov Z		.062
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

Lampiran 10: Uji Heteroksiditas

Scatterplot



Lampiran 11: Tabel r

DF = n-2	0,1	0,05	0,02	0,01	0,001
	r 0,005	r 0,05	r 0,025	r 0,01	r 0,001
90	0,1726	0,2050	0,2422	0,2673	0,3375
91	0,1716	0,2039	0,2409	0,2659	0,3358
92	0,1707	0,2028	0,2396	0,2645	0,3341
93	0,1698	0,2017	0,2384	0,2631	0,3323
94	0,1689	0,2006	0,2371	0,2617	0,3307
95	0,1680	0,1996	0,2359	0,2604	0,3290
96	0,1671	0,1986	0,2347	0,2591	0,3274
97	0,1663	0,1975	0,2335	0,2578	0,3258
98	0,1654	0,1966	0,2324	0,2565	0,3242
99	0,1646	0,1956	0,2312	0,2552	0,3226
100	0,1638	0,1946	0,2301	0,2540	0,3211
101	0,1630	0,1937	0,2290	0,2528	0,3196
102	0,1622	0,1927	0,2279	0,2515	0,3181
103	0,1614	0,1918	0,2268	0,2504	0,3166
104	0,1606	0,1909	0,2257	0,2492	0,3152
105	0,1599	0,1900	0,2247	0,2480	0,3137
106	0,1591	0,1891	0,2236	0,2469	0,3123
107	0,1584	0,1882	0,2226	0,2458	0,3109
108	0,1576	0,1874	0,2216	0,2446	0,3095
109	0,1569	0,1865	0,2206	0,2436	0,3082
110	0,1562	0,1857	0,2196	0,2425	0,3068
111	0,1555	0,1848	0,2186	0,2414	0,3055
112	0,1548	0,1840	0,2177	0,2403	0,3042
113	0,1541	0,1832	0,2167	0,2393	0,3029
114	0,1535	0,1824	0,2158	0,2383	0,3016
115	0,1528	0,1816	0,2149	0,2373	0,3004
116	0,1522	0,1809	0,2139	0,2363	0,2991
117	0,1515	0,1801	0,2131	0,2353	0,2979
118	0,1509	0,1793	0,2122	0,2343	0,2967
119	0,1502	0,1786	0,2113	0,2333	0,2955
120	0,1496	0,1779	0,2104	0,2324	0,2943
121	0,1490	0,1771	0,2096	0,2315	0,2931
122	0,1484	0,1764	0,2087	0,2305	0,2920
123	0,1478	0,1757	0,2079	0,2296	0,2908
124	0,1472	0,1750	0,2071	0,2287	0,2897
125	0,1466	0,1743	0,2062	0,2278	0,2886
126	0,1460	0,1736	0,2054	0,2269	0,2875
127	0,1455	0,1729	0,2046	0,2260	0,2864
128	0,1449	0,1723	0,2039	0,2252	0,2853
129	0,1443	0,1716	0,2031	0,2243	0,2843
130	0,1438	0,1710	0,2023	0,2235	0,2832

Lampiran 12: Tabel f

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,10

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
91	2.76	2.36	2.14	2.01	1.91	1.84	1.78	1.74	1.70	1.67	1.64	1.62	1.60	1.58	1.56
92	2.76	2.36	2.14	2.01	1.91	1.84	1.78	1.74	1.70	1.67	1.64	1.62	1.60	1.58	1.56
93	2.76	2.36	2.14	2.01	1.91	1.84	1.78	1.74	1.70	1.67	1.64	1.62	1.60	1.58	1.56
94	2.76	2.36	2.14	2.01	1.91	1.84	1.78	1.74	1.70	1.67	1.64	1.62	1.60	1.58	1.56
95	2.76	2.36	2.14	2.00	1.91	1.84	1.78	1.74	1.70	1.67	1.64	1.62	1.60	1.58	1.56
96	2.76	2.36	2.14	2.00	1.91	1.84	1.78	1.74	1.70	1.67	1.64	1.62	1.59	1.58	1.56
97	2.76	2.36	2.14	2.00	1.91	1.84	1.78	1.73	1.70	1.67	1.64	1.61	1.59	1.58	1.56
98	2.76	2.36	2.14	2.00	1.91	1.84	1.78	1.73	1.70	1.66	1.64	1.61	1.59	1.57	1.56
99	2.76	2.36	2.14	2.00	1.91	1.83	1.78	1.73	1.70	1.66	1.64	1.61	1.59	1.57	1.56
100	2.76	2.36	2.14	2.00	1.91	1.83	1.78	1.73	1.69	1.66	1.64	1.61	1.59	1.57	1.56
101	2.76	2.36	2.14	2.00	1.91	1.83	1.78	1.73	1.69	1.66	1.64	1.61	1.59	1.57	1.56
102	2.76	2.36	2.14	2.00	1.90	1.83	1.78	1.73	1.69	1.66	1.63	1.61	1.59	1.57	1.56
103	2.75	2.35	2.14	2.00	1.90	1.83	1.78	1.73	1.69	1.66	1.63	1.61	1.59	1.57	1.55
104	2.75	2.35	2.14	2.00	1.90	1.83	1.78	1.73	1.69	1.66	1.63	1.61	1.59	1.57	1.55
105	2.75	2.35	2.14	2.00	1.90	1.83	1.77	1.73	1.69	1.66	1.63	1.61	1.59	1.57	1.55
106	2.75	2.35	2.14	2.00	1.90	1.83	1.77	1.73	1.69	1.66	1.63	1.61	1.59	1.57	1.55
107	2.75	2.35	2.14	2.00	1.90	1.83	1.77	1.73	1.69	1.66	1.63	1.61	1.59	1.57	1.55
108	2.75	2.35	2.14	2.00	1.90	1.83	1.77	1.73	1.69	1.66	1.63	1.61	1.59	1.57	1.55
109	2.75	2.35	2.13	2.00	1.90	1.83	1.77	1.73	1.69	1.66	1.63	1.61	1.59	1.57	1.55
110	2.75	2.35	2.13	2.00	1.90	1.83	1.77	1.73	1.69	1.66	1.63	1.61	1.59	1.57	1.55
111	2.75	2.35	2.13	2.00	1.90	1.83	1.77	1.73	1.69	1.66	1.63	1.61	1.58	1.57	1.55
112	2.75	2.35	2.13	2.00	1.90	1.83	1.77	1.73	1.69	1.66	1.63	1.61	1.58	1.57	1.55
113	2.75	2.35	2.13	2.00	1.90	1.83	1.77	1.73	1.69	1.66	1.63	1.60	1.58	1.57	1.55
114	2.75	2.35	2.13	1.99	1.90	1.83	1.77	1.72	1.69	1.66	1.63	1.60	1.58	1.56	1.55
115	2.75	2.35	2.13	1.99	1.90	1.83	1.77	1.72	1.69	1.65	1.63	1.60	1.58	1.56	1.55
116	2.75	2.35	2.13	1.99	1.90	1.83	1.77	1.72	1.69	1.65	1.63	1.60	1.58	1.56	1.55
117	2.75	2.35	2.13	1.99	1.90	1.83	1.77	1.72	1.69	1.65	1.63	1.60	1.58	1.56	1.55
118	2.75	2.35	2.13	1.99	1.90	1.82	1.77	1.72	1.69	1.65	1.63	1.60	1.58	1.56	1.55
119	2.75	2.35	2.13	1.99	1.90	1.82	1.77	1.72	1.68	1.65	1.63	1.60	1.58	1.56	1.55
120	2.75	2.35	2.13	1.99	1.90	1.82	1.77	1.72	1.68	1.65	1.63	1.60	1.58	1.56	1.55
121	2.75	2.35	2.13	1.99	1.90	1.82	1.77	1.72	1.68	1.65	1.62	1.60	1.58	1.56	1.54
122	2.75	2.35	2.13	1.99	1.90	1.82	1.77	1.72	1.68	1.65	1.62	1.60	1.58	1.56	1.54
123	2.75	2.35	2.13	1.99	1.89	1.82	1.77	1.72	1.68	1.65	1.62	1.60	1.58	1.56	1.54
124	2.75	2.35	2.13	1.99	1.89	1.82	1.77	1.72	1.68	1.65	1.62	1.60	1.58	1.56	1.54
125	2.75	2.35	2.13	1.99	1.89	1.82	1.77	1.72	1.68	1.65	1.62	1.60	1.58	1.56	1.54
126	2.75	2.35	2.13	1.99	1.89	1.82	1.77	1.72	1.68	1.65	1.62	1.60	1.58	1.56	1.54
127	2.75	2.34	2.13	1.99	1.89	1.82	1.76	1.72	1.68	1.65	1.62	1.60	1.58	1.56	1.54
128	2.75	2.34	2.13	1.99	1.89	1.82	1.76	1.72	1.68	1.65	1.62	1.60	1.58	1.56	1.54
129	2.74	2.34	2.13	1.99	1.89	1.82	1.76	1.72	1.68	1.65	1.62	1.60	1.58	1.56	1.54
130	2.74	2.34	2.13	1.99	1.89	1.82	1.76	1.72	1.68	1.65	1.62	1.60	1.58	1.56	1.54

Lampiran 13: Tabel T

df	One-Tailed Test						
	0,25	0,10	0,05	0,025	0,01	0,005	0,001
	Two-Tailed Test						
	0,50	0,20	0,10	0,05	0,02	0,01	0,002
81	0,677531	1,292091	1,663884	1,989686	2,373270	2,637897	3,193922
82	0,677493	1,291961	1,663649	1,989319	2,372687	2,637123	3,192619
83	0,677457	1,291835	1,663420	1,988960	2,372119	2,636369	3,191349
84	0,677422	1,291711	1,663197	1,988610	2,371564	2,635632	3,190111
85	0,677387	1,291591	1,662978	1,988268	2,371022	2,634914	3,188902
86	0,677353	1,291473	1,662765	1,987934	2,370493	2,634212	3,187722
87	0,677320	1,291358	1,662557	1,987608	2,369977	2,633527	3,186569
88	0,677288	1,291246	1,662354	1,987290	2,369472	2,632858	3,185444
89	0,677256	1,291136	1,662155	1,986979	2,368979	2,632204	3,184345
90	0,677225	1,291029	1,661961	1,986675	2,368497	2,631565	3,183271
91	0,677195	1,290924	1,661771	1,986377	2,368026	2,630940	3,182221
92	0,677166	1,290821	1,661585	1,986086	2,367566	2,630330	3,181194
93	0,677137	1,290721	1,661404	1,985802	2,367115	2,629732	3,180191
94	0,677109	1,290623	1,661226	1,985523	2,366674	2,629148	3,179209
95	0,677081	1,290527	1,661052	1,985251	2,366243	2,628576	3,178248
96	0,677054	1,290432	1,660881	1,984984	2,365821	2,628016	3,177308
97	0,677027	1,290340	1,660715	1,984723	2,365407	2,627468	3,176387
98	0,677001	1,290250	1,660551	1,984467	2,365002	2,626931	3,175486
99	0,676976	1,290161	1,660391	1,984217	2,364606	2,626405	3,174604
100	0,676951	1,290075	1,660234	1,983972	2,364217	2,625891	3,173739
101	0,676927	1,289990	1,660081	1,983731	2,363837	2,625386	3,172893
102	0,676903	1,289907	1,659930	1,983495	2,363464	2,624891	3,172063
103	0,676879	1,289825	1,659782	1,983264	2,363098	2,624407	3,171250
104	0,676856	1,289745	1,659637	1,983038	2,362739	2,623932	3,170452
105	0,676833	1,289666	1,659495	1,982815	2,362388	2,623465	3,169670
106	0,676811	1,289589	1,659356	1,982597	2,362043	2,623008	3,168904
107	0,676790	1,289514	1,659219	1,982383	2,361704	2,622560	3,168152
108	0,676768	1,289439	1,659085	1,982173	2,361372	2,622120	3,167414
109	0,676747	1,289367	1,658953	1,981967	2,361046	2,621688	3,166690
110	0,676727	1,289295	1,658824	1,981765	2,360726	2,621265	3,165979
111	0,676706	1,289225	1,658697	1,981567	2,360412	2,620849	3,165282
112	0,676687	1,289156	1,658573	1,981372	2,360104	2,620440	3,164597
113	0,676667	1,289088	1,658450	1,981180	2,359801	2,620039	3,163925
114	0,676648	1,289022	1,658330	1,980992	2,359504	2,619645	3,163265
115	0,676629	1,288957	1,658212	1,980808	2,359212	2,619258	3,162616
116	0,676611	1,288892	1,658096	1,980626	2,358924	2,618878	3,161979
117	0,676592	1,288829	1,657982	1,980448	2,358642	2,618504	3,161353
118	0,676575	1,288767	1,657870	1,980272	2,358365	2,618137	3,160738
119	0,676557	1,288706	1,657759	1,980100	2,358093	2,617776	3,160133
120	0,676540	1,288646	1,657651	1,979930	2,357825	2,617421	3,159539