

SKRIPSI

PENGARUH KUALITAS LAYANAN *INTERNET BANKING* TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA PT. BRI SYARIAH KANTOR CABANG UNIT SUKA MAKMUR



Disusun Oleh:

**AKHI KHALIDI
NIM. 150603247**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
BANDA ACEH
2020 M/1441 H**

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Akhi Khalidi
NIM : 150603247
Program studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam penulisan skripsi ini, saya

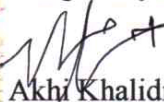
1. *Tidak menggunakan ide orang lain tanpa mampu mengembangkan dan mempertanggungjawabkan.*
2. *Tidak melakukan Plagiasi terhadap naskah karya orang lain.*
3. *Tidak menggunakan karya orang lain tanpa menyebutkan sumber asli atau tanpa izin milik karya.*
4. *Tidak melakukan manipulasi dan pemalsuan data*
5. *Mengerjakan sendiri tugas ini dan mampu menanggung jawab atas karya ini.*

Bila dikemudian 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 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, 16 Januari 2021
Yang Menyatakan,


Akhi Khalidi

NIM. 150603247

PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

Pengaruh Kualitas Layanan *Internet Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. BRI Syariah Kantor Cabang Unit Suka Makmur

Disusun Oleh:

Akhi Khalidi
NIM: 150603247

Disetujui untuk disidangkan dan dinyatakan bahwa isi dan
formatnya telah memenuhi syarat penyelesaian studi pada
Program Studi Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh

Pembimbing I

Dr. Nevi Hasnita, M.Ag
NIP. 197711052006042003.

Pembimbing II

Ismuadi, S.E., S.Pd.I., M.Si
NIP. 198601282019031005

A R - R Mengetahui

Ketua Program Studi Perbankan Syariah

Dr. Nevi Hasnita, M.Ag
NIP. 197711052006042003.

PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

**Pengaruh Kualitas Layanan *Internet Banking* Terhadap
Kepuasan Nasabah Pada PT. BRI Syariah Kantor Cabang Unit
Suka Makmur**

Disusun Oleh:

Akhi Khalidi
NIM: 150603247

Telah Disidangkan oleh Dewan Penguji Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh
dan Dinyatakan Lulus serta Diterima Sebagai Salah Satu Syarat
untuk Menyelesaikan Program Studi Strata Satu (S-1) dalam
Bidang Perbankan Syariah

Pada Hari/Tanggal : Rabu, 9 Juli 2021 M
29 Dzulhijjah 1442 H
Banda Aceh
Dewan Penguji Sidang Skripsi

Ketua


Dr. Nevi Hasnita, S.Ag., M.Ag
NIP. 197711052006042003

Sekretaris


Ismuadi, SE, S.Pd.I., M.Si
NIP. 198601282019031005

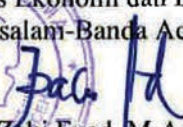
Penguji I


T. Syifa Fadrizha Nanda, SE, AK., M.Acc
NIDN. 202218501

Penguji II


Muksal, M. E.I
NIDN. 1302099001

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Darussalam-Banda Aceh


Dr. Zaki Fuad, M.Ag
NIP. 196403141992031008



**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 : Akhi Khalidi

NIM : 150603247

Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syari'ah

E-mail : 150603247@student.ar-raniry.ac.id

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 ☐ KKK ☐ Skripsi ☐

yang berjudul:

Pengaruh Kualitas Layanan Internet Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. BRI Syariah Kantor Cabang Unit Suka Makmur

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: 14 Juli 2021

Mengetahui:

Penulis

Akhi Khalidi

NIM. 150603247

Pembimbing I

Dr. Nevi Hasnita, S.Ag., M.Ag

NIP. 197711052006042003

Pembimbing II

Ismuadi, SE, S.Pd.I., M.Si

NIP.198601282019031005

ABSTRAK

Nama : Akhi Khalidi
NIM : 150603247
Fakultas/Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Perbankan Syariah
Judul : Pengaruh Kualitas Layanan *Internet Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. BRI Syariah Kantor Cabang Unit Suka Makmur
Pembimbing I : Dr. Nevi Hasnita, S. Ag., M. Si
Pembimbing II : Ismuadi, S. E., S.Pd.I., M. Si.
Kata Kunci : Kualitas layanan, *Internet Banking*, Kepuasan Nasabah.

PT. Bank Rakyat Indonesia (BRI) Syariah Kantor Cabang Unit Suka Makmur merupakan salah satu bank syariah yang menyediakan layanan *internet banking*. Pada tahun 2020 jumlah nasabah pengguna layanan *internet banking* pada bank tersebut mengalami penurunan sebanyak 2159 nasabah pengguna atau 89,95% dibandingkan tahun sebelumnya. Hal ini disebabkan oleh pengaruh konversi perbankan serta pandemi *corona virus disease* 2019. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan mengenai pengaruh kualitas layanan *internet banking* terhadap kepuasan nasabah pada PT. BRI Syariah Kantor Cabang Unit Suka Makmur. Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif dengan pendekatan kuantitatif dan teknik *purposive sampling* dengan 71 responden. Uji hipotesis dilakukan dengan uji parsial (uji t). Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara kualitas layanan *internet banking* dengan kepuasan nasabah yaitu dilihat dari nilai t_{hitung} sebesar 5,809 yang artinya $t_{hitung} > t_{tabel}$ (5,809 > 1.66724).

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Dengan mengucapkan *Alhamdulillah* penulis menyampaikan puji beserta syukur kepada Allah SWT karena dengan rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan karya ilmiah ini. Shalawat dan salam kepada Nabi Muhammad SAW beserta keluarga dan sahabat yang telah menjadi tauladan bagi sekalian manusia dan alam semesta. Berkat rahmat dan hidayah Allah SWT penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Kualitas Layanan *Internet Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. BRI Syariah Kantor Cabang Unit Suka Makmur”, sebagai syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) pada Program Studi Perbankan Syariah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

Penulis menyadari, bahwa skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bimbingan dan arahan dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung, maka dari itu penulis mengucapkan terimakasih yang tulus dan penghargaan yang tak terhingga kepada: A R - R A N I R Y

1. Dr. Zaki Fuad, M. Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
2. Dr. Nevi Hasnita, S. Ag., M. Si, selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah sekaligus dosen pembimbing I Serta Penasehat Akademik yang telah memberikan arahan selama penulis menempuh pendidikan di perbankan syariah UIN Ar-Raniry.

3. Muhammad Arifin, M. Ag., Ph.D, selaku ketua laboratorium Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry dan Ayumiati, S. E., M. Si, selaku Sekretaris Program Studi Perbankan Syariah dan Mukhlis, S. HI., S. E., M.H., selaku operator Program Studi Perbankan syariah .
4. Ismuadi, S.E., S. Pdi., M. Si, selaku dosen Pembimbing II yang telah bersedia meluangkan waktu dan memberikan arahan serta tambahan ilmu dalam membimbing penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak T. Syifa Fadrizha Nanda, SE.AK., M.Acc Selaku penguji I serta Bapak Muksal, M.E.I, Selaku penguji II yang telah memberikan banyak masukan atas kesempurnaan skripsi ini.
6. Terimakasih kepada Bank BSI Cabang Suka Makmur yang telah ikut berpartisipasi serta membantu penulis dalam memperoleh data yang valid sehingga sangat mempermudah penulis dalam menyelesaikan penelitian ini.
7. Terimakasih yang tak terhingga kepada Ibu dan ayah yang telah menjadi orangtua terbaik, yang selama ini senantiasa memberikan motivasi, nasehat, cinta, perhatian dan kasih sayang serta doa yang tiada habisnya.
8. Teman-teman seperjuangan angkatan 2015, terima kasih atas motivasi dan dorongan serta bantuan yang diberikan kepada penulis dan menemani sepanjang perjalanan penulis mulai dari pertama menjadi mahasiswa hingga selesainya skripsi ini, hal

sedemikian merupakan sesuatu yang sangat bernilai bagi penulis.

Penulisan skripsi ini telah diupayakan semaksimal mungkin, namun disadari bahwa masih terdapat berbagai kekurangan yang disebabkan oleh keterbatasan ilmu pengetahuan yang dimiliki, oleh karena itu diharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun guna kesempurnaannya dan semoga skripsi ini dapat memberi manfaat bagi semua pihak. *Aamiiin Ya rabbal 'Alamin.*

Banda Aceh, 4 Juni 2021

Penulis,

Akhi Khalidi



TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

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

1. Konsonan

No	Arab	Latin	No	Arab	Latin
1	ا	Tidak dilambangkan	16	ط	T
2	ب	B	17	ظ	Z
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>Fathah</i>	A
◌ِ	<i>Kasrah</i>	I
◌ُ	<i>Dammah</i>	U

b. Vokal Rangkap

Vokal Rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara hakikat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf, yaitu:

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf
يَ	<i>Fathah dan ya</i>	Ai
وَ	<i>Fathah dan wau</i>	Au

Contoh:

Kaifa : كَيْفَ

Haula : هَوَّلَ

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
أَ/إِ	<i>Fathah dan ya</i>	Ā
يَ	<i>Fathah dan wau</i>	Ī
يُ	<i>Dammah dan wau</i>	Ū

Contoh:

qala: قَالَ

rama: رَمَى

qila: قِيلَ

yaqulu: يَقُولُ

4. Ta Marbutah (ة)

Trasliterasi untuk ta marbutoh 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 atas 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:

raudah al-atfal/raudatul atfal : رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ
al-madinah al-munawwarah/ : الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ
al-madinatul munawwarah
talhah : طَلْحَةُ

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: Hamad 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

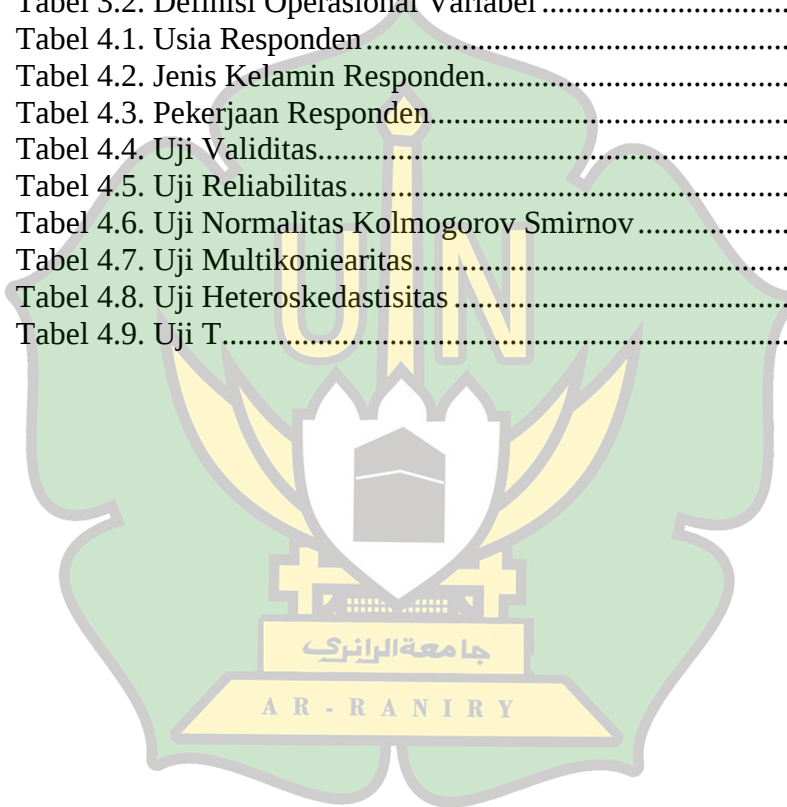
DAFTAR ISI

HALAMAN LEMBARAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	v
HALAMAN TRANSLITERASI	viii
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GRAFIK	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	7
1.3. Tujuan Penelitian	7
1.4. Manfaat Penelitian	7
1.5. Sistematika Pembahasan	8
BAB II LANDASAN TEORI	11
2.1. Kepuasan Nasabah	11
2.1.1. Pengertian Kepuasan Nasabah	11
2.1.2. Indikator Kepuasan Nasabah	12
2.1.3. Pengukuran Kepuasan Nasabah	13
2.1.4. Manfaat Kepuasan Nasabah	14
2.2. <i>Internet Banking</i>	14
2.1.5. Pengertian <i>Internet Banking</i>	14
2.1.6. Jenis Layanan <i>Internet Banking</i>	15
2.1.7. Kelebihan dan Kekurangan <i>Internet Banking</i>	16
2.3. Kualitas Pelayanan	18
2.1.8. Pengertian Kualitas Pelayanan	18
2.1.9. Indikator Kualitas Pelayanan	21
2.1.10. Dimensi Kualitas Pelayanan	22
2.1.11. Asas Kualitas Pelayanan	24
2.4. Penelitian Terdahulu	25
2.5. Kerangka Pemikiran	31
2.6. Hipotesis Penelitian	32

BAB III METODE PENELITIAN.....	33
3.1. Jenis Penelitian.....	33
3.2. Populasi Penelitian.....	33
3.3. Sampel Penelitian	34
3.4. Jenis dan Sumber Data.....	36
3.5. Teknik Pengumpulan Data.....	37
3.6. Skala Pengukuran.....	38
3.7. Variabel Penelitian.....	39
3.8. Definisi Operasional Variabel.....	40
3.9. Uji Instrumen Penelitian	41
3.10. Teknik Analisis Data.....	43
BAB IV PEMBAHASAN DAN HASIL	46
4.1. Gambaran Umum PT. BRI Syariah Kantor Cabang Unit Suka Makmur.....	46
4.2. Pengaruh Kualitas Layanan <i>Internet Banking</i> Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. BRI Syariah Kantor Cabang Unit Suka Makmur.....	49
4.3. Pembahasan dan Hasil Penelitian.....	59
BAB V PENUTUP	61
5.1. Kesimpulan.....	61
5.2. Saran	61
DAFTAR PUSTAKA	63
LAMPIRAN	67

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Jumlah Nasabah Pengguna Layanan <i>Internet Banking</i> di PT. BRI Syariah Kantor Cabang Unit Suka Makmur	4
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu.....	30
Tabel 3.1. Tabel Skala Likert	42
Tabel 3.2. Definisi Operasional Variabel	43
Tabel 4.1. Usia Responden	53
Tabel 4.2. Jenis Kelamin Responden.....	53
Tabel 4.3. Pekerjaan Responden.....	54
Tabel 4.4. Uji Validitas.....	56
Tabel 4.5. Uji Reliabilitas.....	57
Tabel 4.6. Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov	58
Tabel 4.7. Uji Multikolinearitas.....	60
Tabel 4.8. Uji Heteroskedastisitas	60
Tabel 4.9. Uji T.....	61



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. <i>Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual</i>	59
--	----



BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Perbankan menjadi salah satu bentuk kegiatan ekonomi dan keuangan yang sangat berkembang saat ini. Perbankan terbagi menjadi dua yaitu perbankan konvensional dan syariah. Perbankan syariah adalah lembaga keuangan negara yang memberikan pembiayaan dan jasa-jasa lainnya di dalam lalu lintas pembayaran dan juga peredaran uang yang beroperasi dengan menggunakan prinsip-prinsip Syariah atau Islam (Andrianto dan Firmansyah, 2019: 25).

Bank syariah memiliki 3 (tiga) fungsi utama yaitu fungsi bank syariah untuk menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk titipan dan investasi, menyalurkan dana kepada masyarakat yang membutuhkan dana dari bank, dan juga fungsi untuk memberikan pelayanan dalam bentuk jasa perbankan syariah. (Andrianto dan Firmansyah, 2019: 28)

Secara makro bank syariah adalah institusi keuangan yang memposisikan dirinya sebagai pemain aktif dalam mendukung dan memainkan kegiatan investasi di masyarakat sekitarnya. Di satu sisi (sisi pasiva atau *liability*) bank syariah adalah lembaga keuangan yang mendorong dan mengajak masyarakat untuk ikut aktif berinvestasi melalui berbagai produknya, sedangkan di sisi lain (sisi aktiva atau aset) bank syariah aktif untuk melakukan investasi di masyarakat (Ascarya, 2006: 1).

Pada masa kini guna meningkatkan bisnis, teknologi informasi menjadi salah satu komponen penting untuk kemajuan dunia perbankan yang bertujuan untuk memudahkan operasional perbankan serta memudahkan pelayanan terhadap nasabah. Oleh karena itu, salah satu teknologi komunikasi yang paling diminati oleh masyarakat adalah layanan *internet banking*. *Internet banking* yaitu jasa perbankan jarak jauh yang ditawarkan kepada pelanggan personal bank untuk melakukan transaksi perbankan rutin melalui internet (Yusnaini, 2010: 1).

Internet banking merupakan suatu sistem yang memungkinkan nasabah bank untuk mengakses rekening dan informasi umum produk dan jasa suatu bank melalui *Personal Computer* (PC) atau *handphone*. Jadi, layanan *Internet banking* memberikan efek kemudahan kepada nasabahnya dalam bertransaksi dan mendapatkan informasi tentang perbankan dan pelayanannya (Yudiana, 2014 :132).

Dalam melakukan transaksi melalui *internet banking*, seorang nasabah berinteraksi langsung menggunakan *website* bank, sehingga pihak perbankan perlu untuk menyediakan kualitas layanan yang memadai kepada nasabah mereka. Hal ini tentu saja disebabkan oleh sifat dari penggunaan layanan dengan *internet banking* yang tidak bisa dikontrol secara langsung. Karena keterbatasan itu, maka pihak bank harus mengevaluasi kualitas pelayanan yang diberikan (Paju, 2011: 62).

Pada hakikatnya dalam meningkatkan kualitas layanan *internet banking*, perusahaan yang cerdas harus memfokuskan diri terhadap kepuasan konsumen dengan hanya menjanjikan apa yang dapat mereka serahkan, kemudian menyerahkan lebih banyak dari yang mereka janjikan, sehingga konsumen selalu loyal terhadap produk yang dihasilkan oleh perusahaan tersebut (Putri, 2017: 5).

Kualitas layanan *internet banking* menjadi kunci penting dalam meningkatkan pelayanan di bidang perbankan. Nasabah selaku konsumen tentunya berharap mendapatkan pelayanan yang baik dalam mengakses *internet banking* sehingga mereka dapat merasa puas akan layanan yang telah diberikan. Oleh karena itu, suatu bank harus pandai berkomunikasi dengan nasabahnya (Danuprata, 2013: 45).

Kepuasan konsumen berkaitan erat dengan mutu. Dalam upaya perbaikan mutu produk yang dihasilkan, pihak bank selaku produsen harus menerapkan konsep *total quality management* (TQM) yaitu program yang dirancang untuk memperbaiki mutu produk, yang memiliki komitmen antara lain (Putri, 2017: 6).

1. Fokus terhadap pelanggan
2. Memiliki obsesi yang tinggi terhadap kualitas
3. Menggunakan pendekatan ilmiah dalam pengambilan keputusan dan pemecahan masalah
4. Memperbaiki proses secara kesinambungan

Pada dasarnya meskipun memberikan efek kemudahan bagi masyarakat, *internet banking* memberikan risiko strategik bagi perbankan dalam rangka memuaskan konsumen. Risiko strategik itu

sendiri adalah risiko bank akibat ketidaktepatan dalam pengambilan dan/atau pelaksanaan suatu keputusan stratejik,serta kegagalan dalam mengantisipasi perubahan lingkungan bisnis seperti kegagalan transaksi pada *internet banking* atas ketidaksiapan infrastruktur akibat tidak diikuti dengan peningkatan *core banking system* (Andrianto dan Firmansyah, 2019: 281).

Jika konsumen tidak puas terhadap mutu dari sebuah perbankan maka hal ini dapat memberikan risiko lainnya bagi perusahaan yaitu berupa dampak terjadinya risiko kerugian keuangan secara (*risk loss*) sehingga berdampak pada pemangku kepentingan (*stakeholders*) bank, yaitu pemegang saham, karyawan, dan nasabah, serta berdampak juga kepada perekonomian secara umum (Andrianto dan Firmansyah, 2019: 282).

PT. Bank Rakyat Indonesia (BRI) Syariah Kantor Cabang Unit Suka Makmur merupakan salah satu bank syariah yang menyediakan layanan *internet banking* guna meningkatkan pelayanan terhadap nasabahnya. Adapun data pengguna layanan *internet banking* di PT. BRI Syariah Kantor Cabang Unit Suka Makmur adalah:

Tabel 1.1.
Jumlah Nasabah Pengguna Layanan Internet Banking di
PT. BRI Syariah Kantor Cabang Unit Suka Makmur

No.	Tahun	Jumlah Nasabah	Pengguna Layanan <i>Internet Banking</i>
1.	2018	3335	1721
2.	2019	4170	2400

3.	2020	741	241
----	------	-----	-----

Sumber: Data Langsung Dari *Customer Service* PT. BRI Syariah Kantor Cabang Unit Suka Makmur yang telah dirangkap secara resmi.

Berdasarkan data di atas, diketahui bahwa jumlah nasabah di PT. BRI Syariah Kantor Cabang Unit Suka Makmur pada tahun 2018 ke tahun 2019 mengalami kenaikan sebesar 835 orang (20,02 %) demikian pula pengguna layanan *internet banking* naik sebesar 679 (28,29%) pengguna. Kenaikan jumlah nasabah ini tentu merupakan hasil positif yang didapatkan atas kinerja baik dari pihak perbankan dengan meningkatkan kualitas pelayanan dalam segala aspek bidang yang ada di bank itu termasuk di dalamnya layanan *internet banking*.

Namun pada tahun 2020, terjadi penurunan jumlah nasabah sebesar 3429 (82,23 %) pengguna dari tahun sebelumnya sehingga menyebabkan pengguna layanan *internet* juga mengalami penurunan signifikan sebanyak 2159 (89,95%) pengguna. Oleh karena itu dapat dinyatakan bahwa pada tahun 2020 persentase jumlah nasabah dan pengguna layanan *internet banking* yang didapatkan oleh PT. BRI Syariah Kantor Cabang Unit Suka Makmur kurang dari 30 % dibandingkan tahun sebelumnya.

Penurunan jumlah nasabah dan pengguna layanan *internet banking* disebabkan oleh ketidaksiapan pengkonversian bank konvensional menjadi bank syariah sebagai amanat dari Qanun No 11 tahun 2018 tentang Lembaga Keuangan Syariah. Akibat pengkonversian tersebut memunculkan berbagai kendala bagi masyarakat terutama sistem perbankan yang error (rri.co.id).

Pada BRI syariah syarat untuk membuat pendaftaran penggunaan layanan *internet banking* harus dilakukan secara langsung kepada kantor cabang terdekat maupun pendaftaran lewat *automatic teller machine* (ATM) dengan melakukan pengkonfirmasi kepada *customer service*. Karena persyaratan itu, nasabah menjadi sulit untuk mendaftar *internet banking* guna menerapkan prinsip *social distancing* untuk mencegah penyebaran covid-19 (www.ibank.brisyariah.co.id).

Penyebab lainnya penurunan jumlah nasabah pengguna layanan *internet banking* adalah disebabkan oleh permasalahan pandemi *corona virus disease* 2019 (Covid-19) yang memberikan dampak buruk bagi kondisi perbankan dan juga kondisi keuangan nasabah. Covid-19 merupakan virus yang menyerang manusia sehingga menyebabkan gejala gangguan pernapasan akut seperti demam, batuk dan sesak napas bahkan dalam kasus yang berat dapat menyebabkan pneumonia, sindrom pernapasan akut, gagal ginjal, dan bahkan kematian (Kementerian Kesehatan Republik Indonesia, 2020: 11).

Berdasarkan hasil penelitian dari (Alwan Firmansyah, 2018: 2) keadaan kualitas layanan *internet banking* terhadap kepuasan nasabah pada BRI Syariah setelah dilakukan pengujian terhadap *speed*, *security*, *accuracy* dan *trust* termasuk sudah baik namun hanya termasuk kategori sedang. Selanjutnya Kualitas layanan *internet banking* pada salah satu BRI Syariah menemukan hasil

bahwa kualitas layanan berpengaruh cukup signifikan terhadap kepuasan nasabah (Dwinurpitasari, 2019: 59).

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penulis bermaksud membahas, meneliti dan mengkaji mengenai kualitas layanan *internet banking* terhadap kepuasan nasabah. Oleh karena itu dalam penulisan proposal ini, penulis mengangkat judul mengenai “Pengaruh Kualitas Layanan *Internet Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. BRI Syariah Kantor Cabang Unit Suka Makmur”.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, adapun yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana pengaruh kualitas layanan *internet banking* terhadap kepuasan nasabah pada PT. BRI Syariah Kantor Cabang Unit Suka Makmur?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka tujuan penelitian ini untuk mengetahui mengenai pengaruh kualitas layanan *internet banking* terhadap kepuasan nasabah pada PT. BRI Syariah Kantor Cabang Unit Suka Makmur.

1.4. Manfaat Penelitian

Adapun yang menjadi manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Secara teori akademik

- a. Bagi penulis, penelitian ini dapat dijadikan sebagai karya tulis ilmiah yang memperkaya wawasan pengetahuan dalam bidang kualitas layanan *internet banking*
- b. Dapat disajikan pula sebagai suatu usaha atau media untuk mengaplikasikan teori yang telah diperoleh penyusunan di bangku perkuliahan sehingga dapat dilakukan untuk menganalisis dan menyelesaikan masalah-masalah nyata, sebagai ilmu untuk terjun ke dunia kerja.
- c. Bagi perguruan tinggi, penelitian ini diharapkan menjadi referensi ilmiah untuk penelitian lain yang berkaitan

2. Secara praktik

- a. Bagi PT. BRI Syariah Kantor Cabang Unit Suka Makmur, penelitian ini diharapkan mampu memberikan masukan, menyediakan informasi yang benar dan menjadi salah satu pilihan referensi untuk pengambilan keputusan dan peningkatan kinerja pada masa yang akan datang.
- b. Bagi pengguna jasa perbankan khususnya pengguna jasa PT. BRI Syariah Kantor Cabang Unit Suka Makmur, dengan penelitian ini diharapkan dapat memberikan

informasi kepada nasabah mengenai kualitas layanan *internet banking* pada bank tersebut.

1.5. Sistematika Pembahasan

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini merupakan awal dari penulisan skripsi yang memuat latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika pembahasan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini menguraikan teori-teori yang melandasi penelitian yang digunakan sebagai dasar dalam melakukan analisa terhadap tinjauan pustaka yang memuat landasan teori, kerangka berfikir, serta penelitian terdahulu dan pengembangan hipotesis.

BAB III : METODE PENELITIAN

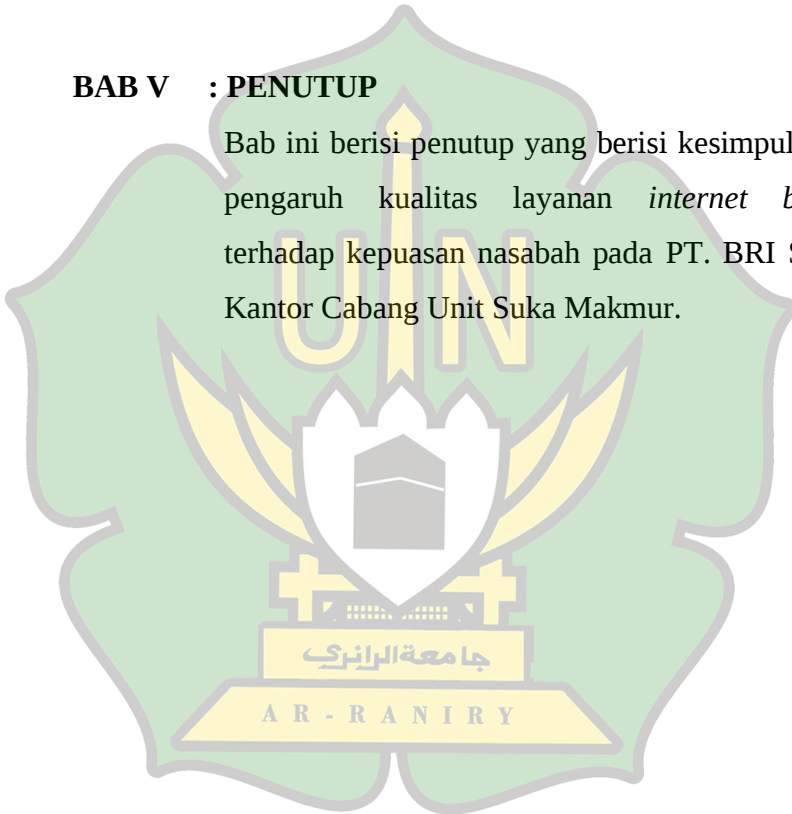
Bab ini memuat uraian tentang jenis penelitian, subjek dan objek penelitian, sumber data dan teknik perolehannya, teknik pengumpulan data serta teknik analisis data

BAB IV : PEMBAHASAN DAN HASIL

Bab ini membahas secara lebih mendalam tentang menguraikan pengolahan data dengan alat analisis yang diperlukan, pengujian hipotesis, dan pembahasan hasil analisis.

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi penutup yang berisi kesimpulan dari pengaruh kualitas layanan *internet banking* terhadap kepuasan nasabah pada PT. BRI Syariah Kantor Cabang Unit Suka Makmur.



BAB II

LANDASAN TEORI

2.1. Kepuasan Nasabah

2.1.1. Pengertian Kepuasan Nasabah

Kepuasan merupakan wujud dari keberhasilan pemberi layanan. Kepuasan, artinya memberikan pelayanan kepada masyarakat seoptimal mungkin sehingga mereka merasa semua kebutuhan terhadap pelayanan terpuaskan atau memenuhi harapan keseluruhan dari apa yang diharapkan oleh masyarakat (Mulyawan, 2016: 10).

Kepuasan nasabah adalah persepsi nasabah bahwa harapannya telah terpenuhi, diperoleh hasil yang optimal bagi setiap nasabah dan pelayanan perbankan dengan memperhatikan kemampuan nasabah dan keluarganya, perhatian terhadap keluarganya, perhatian terhadap kebutuhan nasabah sehingga kesinambungan yang sebaik-baiknya antara puas dan hasil (repository.uin-suska.ac.id).

Kepuasan nasabah selaku pelanggan merupakan fungsi dari pandangan terhadap kinerja produk dan harapan pembeli. Kepuasan nasabah tergantung pada anggapan kinerja produk dalam menyerahkan nilai relatif terhadap harapan pembeli. Bila kinerja atau prestasi sesuai atau bahkan melebihi harapan, pembelinya merasa puas. Perusahaan yang cerdas mempunyai tujuan membuat gembira pelanggan dengan hanya menjanjikan apa yang dapat

mereka serahkan, kemudian menyerahkan lebih banyak dari yang mereka janjikan (Shinta, 2011: 11).

Berdasarkan pengertian di atas adapun yang menjadi faktor-faktor kepuasan nasabah dalam Rosnaini Daga (2017, 78-79) yaitu:

1. Kenyamanan (*comfortable*), yaitu kemampuan produk memberikan kemudahan dan kenyamanan bagi penggunaanya.
2. Kualitas layanan (*service quality*) yaitu keinginan atau kebutuhan nasabah yang memiliki 5 (lima) dimesi berupa bukti fisik, kehandalan, ketanggapan, jaminan dan empati.
3. Kualitas produk yaitu berupa kinerja, daya tahan, fitur, reabilita, estetika dan penampilan dari produk yang dikeluarkan oleh suatu perbankan (*desain website*).
4. Kemudahan yaitu kepuasan nasabah akan tercipta apabila adanya kemudahan dan efisiensi dari sebuah produk yang dikeluarkan oleh pihak perbankan.
5. Faktor emosional (*emotional factor*) yaitu tingkat kebanggaan, rasa percaya diri, dan simbol sukses nasabah ketika menggunakan layanan perbankan dari perusahaan ternama.

2.1.2. Indikator Kepuasan Nasabah

Indikator kepuasan nasabah adalah perasaan puas atau tidak puas dari nasabah dalam menerima pelayanan dari produk yang dikeluarkan oleh suatu perbankan. Menurut teori Kotler dalam Rosnaini Daga (2017: 81) yang menjadi indikator kepuasan nasabah adalah:

1. *Re-purchase*: nasabah akan kembali menggunakan jasa yang diberikan oleh suatu perbankan.
2. Menciptakan *word of mouth*: dalam hal ini, nasabah akan mengatakan hal-hal yang baik tentang sebuah perbankan kepada orang lain.
3. Menciptakan citra merek: nasabah akan kurang memperhatikan iklan dari produk pesaing.
4. Menggunakan atau membeli produk lain dari perbankan/perusahaan yang sama.

2.1.3. Pengukuran Kepuasan Nasabah

Ada beberapa metode yang dapat digunakan untuk mengukur kepuasan nasabah antara lain: (Shinta, 2011: 25)

1. Sistem keluhan dan saran; contoh: menyediakan kotak saran dan keluhan, kartu komentar, *customer hot lines*
2. Survey kepuasan pelanggan; contoh dengan questioner baik dikirim lewat pos ataupun diberikan pada saat pelanggan berbelanja, pembicaraan secara pribadi lewat telepon ataupun wawancara langsung
3. *Lost Customer Analysis*, perusahaan menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli dari perusahaan atau mereka yang telah beralih ke pesaing
4. *Ghost Shopping* perusahaan menggunakan *Ghost Shopper* untuk mengamati kekuatan dan kelemahan produk serta pelayanan perusahaan dan pesaing.

5. *Sales related methode* yaitu kepuasan pelanggan diukur dengan kriteria pertumbuhan penjualan, pangsa pasar dan rasio pembelian ulang
6. *Customer panels*: perusahaan membentuk panel pelanggan yang nantinya dijadikan sample secara berkala untuk mengetahui apa yang mereka rasakan dari perusahaan dan semua pelayanan perusahaan.

2.1.4. Manfaat Kepuasan Nasabah

Manfaat yang dapat diambil perusahaan karena memperhatikan kepuasan pelanggan antara lain: (Shinta, 2011: 26)

1. Reputasi perusahaan semakin positif di mata masyarakat pada umumnya dan pelanggan pada khususnya
2. Dapat mendorong terciptanya loyalitas pelanggan
3. Memungkinkan terciptanya rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) yang menguntungkan bagi perusahaan sehingga semakin banyak orang yang membeli dan menggunakan produk tersebut
4. Meningkatkan keuntungan
5. Mendorong setiap anggota organisasi untuk bekerja dengan tujuan serta kebanggaan yang lebih baik

2.2. Internet Banking

2.2.1. Pengertian Internet Banking

Internet banking merupakan suatu aktivitas yang melakukan transaksi, pembayaran dan transaksi lain dengan menggunakan

internet dengan *website* bank yang sudah diberi sistem keamanan. Menurut Oetomo dan Foenadioen dalam (Barusman, 2010: 2) *Internet Banking* (e-banking) merupakan aplikasi perbankan yang dibangun di atas infrastruktur teknologi informasi, sehingga kegiatan perbankan dapat dilangsungkan secara digital.

Internet banking merupakan layanan transaksi bank yang dilakukan melalui jalur online atau sebagai aktifitas perbankan di internet. Layanan ini memungkinkan nasabah dapat melakukan hampir semua jenis transaksi perbankan melalui sarana internet, khususnya via web. Tampubolon mendefinisikan *internet banking* sebagai salah satu pelayanan jasa bank yang memungkinkan nasabah dapat memperoleh informasi, melakukan komunikasi dan transaksi melalui jaringan internet, dan bukan hanya menyelenggarakan layanan perbankan melalui internet (Barusman, 2010: 6).

2.2.2. Jenis Layanan *Internet Banking*

Layanan internet banking terbagi menjadi 2 (dua) yaitu sebagai berikut: (seputarpengetahuan.co.id)

1. Perbankan Daring (*Online Banking*)

Pada dasarnya adalah gabungan dua istilah dasar yakni daring (*online*) dan perbankan (*banking*). Sekarang ini internet sudah menghubungkan kurang lebih 100 juta orang sehingga dapat melakukan transaksi perbankan (*finansial* dan *non finansial*) dengan komputer yang tersambung dengan jaringan internet bank. Jenis transaksi dengan online banking adalah:

- a. Transfer dana/uang
- b. Mengecek informasi saldo
- c. Mengecek informasi nilai tukar
- d. Melakukan pembayaran beberapa tagihan seperti kartu kredit, rekening telepon, rekening listrik dan lain sebagainya.
- e. Melakukan pembelian (pulsa handphone, tiket pesawat, tiket kereta dan lain sebagainya).

2. Perbankan Bergerak

Perbankan bergerak (*mobile banking*) merupakan layanan perbankan yang bisa diakses secara langsung dengan telepon seluler GSM dengan memakai SMS. Jenis transaksi yang dapat dilakukan adalah:

- b. Transfer Dana
- c. Mengecek Informasi saldo
- d. Melakukan mutasi rekening
- e. Mengecek nilai tukar
- f. Melakukan jenis pembayaran seperti kartu kredit, rekening listrik, rekening telepon, asuransi)
- g. Membeli pulsa isi ulang dan saham

2.2.3. Kelebihan dan Kekurangan *Internet Banking*

Adapun yang menjadi kelebihan dan kekurangan internet banking adalah: (cermati.com)

1. Kelebihan *Internet Banking*

- a. Praktis dan gratis, nasabah bisa hemat waktu dan biaya dalam melakukan transaksi perbankan. Hal dikarenakan

transaksi *internet banking* dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja (24 jam).

- b. Nasabah bisa melakukan banyak transaksi keuangan, membuat dan mengatur jadwal transaksi dalam satu waktu sekaligus.
- c. Hemat biaya operasional bagi bank, pihak bank yang telah menerapkan sistem informasi teknologi dan memiliki fitur *internet banking* pastinya menghemat biaya operasional karena tak perlu lagi membuka cabang bank baru .
- d. Melakukan berbagai macam transaksi bank: transfer uang antar bank non-tunai, cek saldo dan mutasi rekening, bayar tagihan kartu kredit, bayar tagihan bulanan (seperti tagihan listrik, telepon, air, biaya pendidikan, TV berlangganan), membeli pulsa elektrik, bayar transaksi di *e-commerce* (belanja online, bayar tiket pesawat, tiket hotel,dll) dsb.
- e. Membuka rekening tabungan baru, membuka tabungan pendidikan, tabungan berjangka, membeli asuransi, membeli reksadana, atau membuka rekening deposito dengan cepat dan aman.
- f. Dapat mengajukan pinjaman secara online dengan mudah dan cepat.
- g. Dapat mengecek nilai tukar mata uang (*kurs*) rupiah terhadap mata uang negara lain, seperti dolar Amerika

(USD), dolar Singapura (SGD), dolar Australia (AUD), euro (EUR), yen Jepang (JPY) dll.

- h. Update dengan berbagai program dan produk terkini dari Bank.

2. Kekurangan Internet Banking

- a. Rawan pencurian dan penyadapan data. Hakikatnya Kejahatan *hacker* terhadap pencurian data nasabah di *internet banking* bisa saja terjadi apabila ada keteledoran.
- b. Mudah menimbulkan kejahatan online dengan berbagai modus seperti teknik *skimming*, *phising*, penawaran hadiah palsu, dan sebagainya.
- c. Mudah terkena serangan *malware*/virus.
- d. Tidak bisa mengakses *internet banking* di daerah terpencil atau sinyal koneksi internet rendah.

2.3. Kualitas Pelayanan

2.3.1. Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia diartikan sebagai tingkat baik buruknya sesuatu atau pribadi yang baik dalam bentuk tingkah laku seseorang yang dapat dijadikan teladan dalam hidup bermasyarakat dan bernegara (Mulyawan, 2016: 14). Philip B. Crosby menyatakan bahwa kualitas berarti kesesuaian terhadap persyaratan, seperti sepatu yang tahan lama, baju yang enak dipakai, elektronik yang tahan banting (Al Azhar, 2010: 255).

Secara umum kualitas dapat diartikan sebagai kebaikan dari suatu produk yang dihasilkan oleh suatu perusahaan, yang bisa dilihat dari spesifikasi dan material yang digunakan. Menurut Goetsch dan Davis kualitas adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.

Definisi konvensional kualitas yaitu menggambarkan karakteristik langsung suatu produk seperti kinerja (*performance*), keandalan (*reliability*), mudah dalam penggunaan (*easy to use*), estetika (*esthetics*), dan sebagainya. Definisi yang lain menyatakan bahwa kualitas adalah segala sesuatu yang mampu memenuhi keinginan atau kebutuhan pelanggan (Mulyawan, 2016: 3).

Secara etimologis pelayanan merupakan perihal atau cara melayani. Secara terminologis dikemukakan pelayanan adalah segala tindakan atau kinerja yang dapat lembaga tawarkan atau berikan kepada pihak lain yang secara mendasar tampak tidak nyata dan tidak menyebabkan kepemilikan atas segala sesuatunya (Mulyawan, 2016: 223). Pelayanan adalah suatu kegiatan atau urutan kegiatan yang terjadi dalam interaksi langsung antara seseorang dengan orang lain atau mesin secara fisik, dan menyediakan kepuasan pelanggan sebagai usaha melayani kebutuhan orang lain. Sedangkan melayani adalah membantu menyiapkan (mengurus) apa yang diperlukan seseorang (Satispi, 2018: 131).

Pelayanan menurut Kotler dalam (Mulyawan, 2016: 42) adalah “*a service is any act or performance that one party can offer to another that is essentially intangible and does not result In the ownership of anything, it’s production may or may not b& tied to physical product*”. Artinya pelayanan adalah setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya bersifat *intangible* (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu, produksi jasa bisa berhubungan dengan produk fisik maupun tidak.

Pengertian pelayanan yang lain diberikan oleh Davidow dan Uttal dalam (Mulyawan, 2016: 43) adalah “*customer service means ail features, acts, and information that augment the customer’s ability to realize the potensial value of core product or service*”. pelayanan terhadap pengguna layanan merupakan segala bentuk, kegiatan, informasi yang menambah kemampuan pengguna layanan untuk menyadari pentingnya nilai dari suatu produk atau jasa inti.

Moenir berpendapat bahwa pelayanan adalah kegiatan yang dilakukan seseorang atau sekelompok orang dengan landasan faktor material melalui sistem prosedur dan metode tertentu dalam usaha memenuhi kepentingan orang lain sesuai dengan haknya. Menurut Tjiptono pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Pelayanan diberikan sebagai tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk

memberikan kepuasan pada pelanggan atau nasabah yang ditawarkan memerlukan pelayanan dari karyawan perusahaan (Mulyawan, 2016: 226).

Berdasarkan penjelasan pengertian kualitas dan pelayanan di atas, dapat dinyatakan bahwa kualitas pelayanan adalah suatu kegiatan pelayanan yang diberikan kepada pelanggan sesuai dengan prinsip lebih mudah, lebih baik, cepat, tepat, akurat, ramah, sesuai dengan harapan pelanggan. (Mulyawan, 2016: 14). Menurut Goetsch dan Davis, kualitas pelayanan adalah merupakan kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Juga diartikan sebagai sesuatu yang berhubungan dengan terpenuhinya harapan/kebutuhan pelanggan, dimana pelayanan dikatakan berkualitas apabila dapat menyediakan produk dan jasa (pelayanan) sesuai dengan kebutuhan dan harapan pelanggan (Hardiyansyah, 2011: 36).

2.3.2. Indikator Kualitas Pelayanan

Menurut De Vreya dalam (Hardiyansyah, 2011: 50), kualitas pelayanan mempunyai beberapa indikator yaitu:

1. *Exceed expectation* (memenuhi harapan), dengan indikator: penyesuaian standar pelayanan, pemahaman terhadap keinginan pelanggan dan pelayanan sesuai harapan petugas.
2. *Vision* (pandangan ke depan), dengan indikator: perencanaan ideal di masa depan, memanfaatkan teknologi semaksimal

mungkin dan memberikan pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan.

3. *Improve* (perbaikan), dengan indikator: perbaikan secara terus menerus, menyesuaikan dengan perubahan.
4. *Care* (perhatian), dengan indikator: menyusun sistem pelayanan yang memuaskan pelanggan, menjaga kualitas, menerapkan standar pelayanan yang tepat dan uji coba standar pelayanan.

2.3.3. Dimensi Kualitas Pelayanan

Dalam konteks manufaktur, Tjiptono dalam (HP, 2015: 23) mendeskripsikan dimensi kualitas pelayanan ke dalam 8 (delapan) jenis dimensi sebagai berikut:

1. Performa (*performance*), yaitu dimensi kualitas tentang fungsi utama dari produk/layanan yang dimilikinya
2. Tambahan fitur (*features*), yaitu dimensi kualitas tentang tambahan fungsi-fungsi dasar sehingga produk/layanan tersebut menjadi lebih nyaman, praktis, dan ekonomis.
3. Keandalan (*reliability*), yaitu dimensi kualitas tentang tetap berfungsinya produk/layanan walau dalam keadaan sulit,
4. Konformitas (*conformance to requirement*), yaitu memenuhi kebutuhan atau harapan pelanggan dan bahkan memenuhi standar produk/jasa yang berlaku.
5. Daya tahan (*durability*), yaitu kualitas yang berhubungan dengan lamanya masa bertahan suatu produk/jasa. Terbagi menjadi:

6. Kemampuan pelayanan (*service ability*), yaitu dimensi mutu dalam hal kecepatan, ketepatan, kepraktisan pelayanan
7. Estetika (*aesthetics*), yaitu dimensi mutu produk/jasa dalam hal keindahan, keanggunan, seni.
8. Kualitas yang dipersepsikan (*perceived quality*), yaitu spesifikasi produk/jasa yang dihasilkan oleh perusahaan sama atau bahkan melebihi spesifikasi yang dipersepsikan oleh pengguna.

Selain dimensi kualitas pelayanan di atas, Parasuraman juga telah berhasil mengidentifikasi 10 (sepuluh) dimensi utama yang menentukan kualitas pelayanan yaitu (Mulyawan, 2016: 14):

1. *Reliability*, mencakup dua hal pokok, yaitu konsistensi kerja (*performance*) dan kemampuan untuk dipercaya (*dependability*). Dalam hal perusahaan pemberi jasanya secara tepat semenjak saat pertama (*right the first time*) dalam memenuhi janjinya.
2. *Responsiveness*, yaitu kemauan atau kesiapan para karyawan untuk memberikan jasa yang dibutuhkan pelanggan.
3. *Competence*, artinya setiap karyawan dalam perusahaan jasa tersebut memiliki keterampilan dan pengetahuan yang dibutuhkan agar dapat memberikan jasa tersebut.
4. *Access*, yaitu meliputi kemudahan untuk dihubungi dan ditemui. Hal ini berarti lokasi, fasilitas jasa yang mudah dijangkau, waktu menunggu yang tidak terlalu lama, saluran komunikasi mudah untuk dihubungi.

5. *Courtesy*, yaitu meliputi sikap yang sopan santun, respek, perhatian, dan keramahan para contact personel (seperti resepsionis, operator telepon, dll).
6. *Communication*, artinya memberikan informasi kepada pelanggan dalam bahasa yang dapat dipahami, serta selalu mendengarkan saran dan keluhan pelanggan
7. *Credibility*, yaitu sifat jujur dan dapat dipercaya, kredibilitas mencakup nama perusahaan, reputasi perusahaan, karakteristik *contact personal*, dan interaksi dengan pelanggan.
8. *Security*, yaitu aman dari bahaya, resiko, keragu-raguan. Aspek ini meliputi keamanan secara fisik, keamanan serta kerahasiaan.
9. *Understanding knowing the customer*, yaitu usaha untuk memahami kebutuhan pelanggan.
10. *Tangible*, yaitu bukti fisik dari jasa yang berupa fasilitas fisik, peralatan yang digunakan, dan representasi fisik dari jasa.

2.3.4. Asas Kualitas Pelayanan

Adapun asas dalam kualitas pelayanan yaitu (Taufiqurokmah dan Satispi, 2018: 169):

1. *Transparan* yaitu bersifat terbuka, mudah dan dapat diakses oleh semua pihak yang membutuhkan dan disediakan secara memadai serta mudah dimengerti.
2. *Akuntabilitas* yaitu dapat dipertanggungjawabkan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

3. Kondisional yaitu sesuai dengan kondisi dan kemampuan pemberi dan penerima pelayanan dengan tetap berpegang pada prinsip efektivitas dan efisiensi.
4. Kesamaan hak yaitu tidak diskriminatif dalam arti tidak membedakan suku, ras, agama, golongan gender dan status ekonomi.
5. Keseimbangan hak dan kewajiban yaitu pemberi dan penerima pelayanan harus memenuhi hak dan kewajiban masing-masing pihak.

2.4. Penelitian Terdahulu

Penelitian mengenai kualitas layanan *internet banking* terhadap kepuasan nasabah sudah pernah dilakukan sebelumnya. Adapun penelitian itu antara lain:

penelitian oleh Yusnaini (2010) dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan *Internet Banking* Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen Pada Bank Swasta. Hasil uji analisis regresi berganda didapati bahwa hanya 3 dimensi yang mempunyai pengaruh bermakna terhadap kepuasan nasabah yaitu *tangible* ($p=0,045$), *responsiveness* ($p=0,000$), dan *empathy* ($p=0,019$). Sedangkan dua dimensi lainnya tidak bermakna yaitu dimensi *reliability* ($p=0,168$) dan dimensi *assurance* ($p=0,444$). Regresi sederhana menunjukkan bahwa terdapat pengaruh sebesar 0,243 atau 24,3% variabel kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah. Adapun persamaan dalam penelitian ini yaitu untuk menjelaskan

mengenai kualitas layanan *internet banking* terhadap kepuasan nasabah sedangkan perbedaannya terletak pada jenis penelitian, tempat penelitian dan variabelnya.

Selanjutnya, penelitian oleh Khatimah (2011) berjudul Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Nasabah BRI Cabang Semarang Pattimura). Hasil penelitian didapati bahwa pengujian menggunakan uji t menunjukkan hanya pada variabel *empathy* dan *assurance* yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Sedangkan pada variabel *responsiveness*, *tangible* dan *reliability* berpengaruh positif namun tidak signifikan. Adapun persamaan dengan penelitian ini yaitu membahas mengenai kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah sedangkan perbedaannya terletak pada tempat penelitian, jenis penelitian serta variabel penelitian yang digunakan.

Penelitian oleh Paju (2011) dengan judul: Pengaruh Kualitas Layanan *Internet Banking* Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Perbankan di Denpasar. Hasil analisis statistik menunjukkan bahwa kualitas layanan *internet banking* (kehandalan, keamanan, efisiensi, ketanggapan, akses) secara simultan dapat mempengaruhi tingkat kepuasan nasabah perbankan di Denpasar dengan prediksi tingkat kepuasan nasabah sebesar 61,1%. Adapun persamaan dengan penelitian ini yaitu membahas mengenai kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah sedangkan

perbedaannya terletak pada tempat penelitian, jenis penelitian serta variabel penelitian yang digunakan.

Selanjutnya, Penelitian oleh Jawas dan Abdullah (2015) dengan judul: Pengaruh Kualitas Layanan BNI *Internet Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Nasabah Pengguna BNI *Internet Banking* di Kota Bandung). Hasil penelitian deskriptif didapatkan bahwa layanan BNI *internet banking* memiliki kualitas yang baik sebesar 74,73%. Kepuasan nasabah juga dalam kategori baik sebesar 74,11%. Hasil analisis jalur menunjukkan bahwa system *availability* dan *privacy* tidak memberikan pengaruh yang signifikan. Sedangkan pengaruh secara simultan dari kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah adalah sebesar 39,2% dan 60,8%. Persamaan penelitian adalah membahas mengenai kualitas pelayanan *internet banking* terhadap kepuasan nasabah sedangkan perbedaannya terletak pada tempat penelitian, jenis penelitian serta variabel penelitian yang digunakan.

Terakhir adalah penelitian yang dilakukan oleh Safitri (2018) dengan judul Pengaruh Kualitas Layanan *Internet Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Negara Indonesia Persero Tbk KC Madiun. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh antara kualitas layanan internet banking terhadap kepuasan nasabah. Hasil dari Koefisien Determinasi Adjust (R^2) didapati 37,7% kualitas layanan *internet banking* dipengaruhi oleh kepuasan nasabah. Hasil dari Uji t diperoleh nilai adalah 11,697 sedangkan sebesar 1,651. sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0

ditolak dan H_a diterima. Persamaan penelitian ini terletak pada tujuan penelitian yaitu untuk menjelaskan mengenai kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah sedangkan perbedaannya terletak pada tempat penelitian, jenis penelitian serta variabel penelitian yang digunakan.

Berikut adalah daftar tabel mengenai penelitian terdahulu:

Tabel 2.1.
Penelitian Terdahulu

No.	Nama Peneliti dan Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Yusnaini (2010) dengan judul: Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen Pada Bank Swasta	Analisis regresi berganda dan sederhana dengan sampel sejumlah 145 orang.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas <i>internet banking</i> bisa mempengaruhi kepuasan pelanggan. <i>Dimension of tangible, responsiveness and empathy</i> mempunyai dampak yang signifikan, tetapi tidak berlaku untuk <i>dimension of reliability and assurance</i> . Penelitian ini juga menemukan bahwa kepuasan pelanggan berdampak signifikan terhadap

			kesetiaan pelanggan bank.
2.	Khatimah (2011) dengan judul: Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Nasabah BRI Cabang Semarang Pattimura)	<i>Accidental sampling</i> menggunakan analisis regresi linier berganda dengan sampel berjumlah 100 orang.	Pengujian hipotesis menggunakan uji t menunjukkan bahwa hanya pada variabel <i>empathy</i> dan <i>assurance</i> yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Sedangkan pada variabel <i>responsiveness</i> , <i>tangible</i> dan <i>reliability</i> berpengaruh positif namun tidak signifikan.
3.	Paju (2011) dengan judul: Pengaruh Kualitas Layanan Internet Banking Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Perbankan di Denpasar	<i>Accidental sampling</i> menggunakan analisis regresi linear berganda dengan sampel 200 orang	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kehandalan, keamanan, dan ketanggapan memiliki hubungan signifikan. Sedangkan variabel efisiensi, akses dan kemudahan penggunaan tidak memiliki hubungan yang signifikan. Variabel kehandalan merupakan variabel yang paling dominan dapat mempengaruhi

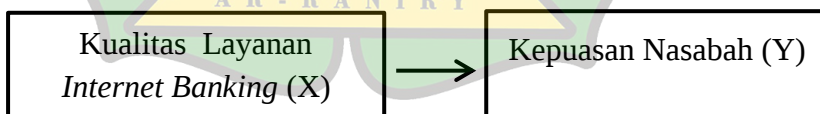
			tingkat kepuasan nasabah pengguna <i>internet banking</i> di Denpasar
4.	Jawas dan Abdullah (2015) dengan judul: Pengaruh Kualitas Layanan BNI <i>Internet Banking</i> Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Nasabah Pengguna BNI <i>Internet Banking</i> di Kota Bandung)	Analisis deskriptif dan analisis jalur dengan menggunakan 400 orang responden	Hasil analisis menunjukkan bahwa <i>system availability</i> dan <i>privacy</i> tidak memberikan pengaruh yang signifikan bila di uji secara parsial. Sedangkan pengaruh secara simultan dari kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah adalah sebesar 39,2% dan 60,8% sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain.
5.	Safitri (2018) dengan judul: Pengaruh Kualitas Layanan <i>Internet Banking</i> Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Negara Indonesia Persero Tbk KC Madiun	Teknik <i>Insidental sampling</i> menggunakan analisis regresi linear sederhana dengan sampel sejumlah 225 orang	Hasil Penelitian menunjukkan bahwa hasil dari uji regresi linier Sederhana adalah ada pengaruh antara kualitas Layanan <i>Internet banking</i> terhadap kepuasan nasabah. Hasil dari <i>koefisien determinasi adjust</i> 37,7% kualitas layanan <i>internet banking</i> dipengaruhi oleh kepuasan

			nasabah, sedangkan sisanya 62,3% kualitas layanan <i>internet banking</i> dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian Ini. Selanjutnya hasil dari Uji t disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima.
--	--	--	--

Sumber: Pustaka online yaitu: journal.unnes.ac.id, eprints.undip.ac.id, journal.perbanas.ac.id, digilib.uin-suka.ac.id, dan journal.unnes.ac.id.

2.5.Kerangka Pemikiran

Dari tinjauan pustaka dan beberapa landasan teori yang ada, maka berikut ini peneliti mengajukan kerangka pemikiran yang menggambarkan mengenai pengaruh kualitas layanan *internet banking* terhadap kepuasan nasabah pada PT. BRI Syariah Kantor Cabang Unit Suka Makmur.



Dari kerangka berfikir di atas dapat dilihat bahwa PT. BRI Syariah Kantor Cabang Unit Suka Makmur menyediakan *internet banking* untuk memudahkan nasabah dalam bertransaksi. Akibat penyediaan *internet banking*, maka bank tersebut harus

menunjukkan kualitas layanan sistem yang andal serta optimal guna menghasilkan kepuasan nasabah untuk menilai keberhasilan dari program yang dibuat.

2.6. Hipotesis Penelitian

Hipotesis penelitian merupakan proposisi yang akan diuji keberlakuannya atau sebagai suatu jawaban yang bersifat sementara terhadap permasalahan penelitian (Hardani et.al, 2020: 399). Berdasarkan rumusan masalah dan kerangka berfikir, maka hipotesis yang dirumuskan dalam penelitian ini adalah kualitas layanan *internet banking* dan kepuasan nasabah.

Ditinjau berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Safitri (2018) menunjukkan ada pengaruh antara kualitas layanan *Internet banking* terhadap kepuasan nasabah setelah dilakukan analisis regresi linier Sederhana. Selain itu, penelitian lainnya yang dilakukan oleh Paju (2011) menemukan bahwa kualitas layanan *internet banking* secara simultan dapat mempengaruhi tingkat kepuasan nasabah.

Berdasarkan uraian itu, adapun dugaan sementara yang dapat diambil sebagai hipotesis dalam penelitian ini adalah terdapat pengaruh antara kualitas layanan *internet banking* terhadap kepuasan nasabah pada PT. BRI Syariah Kantor Cabang Suka Makmur.

H₁= Terdapat pengaruh antara kualitas layanan *internet banking* dengan kepuasan nasabah.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang diarahkan untuk memberikan gejala-gejala, fakta-fakta atau kejadian-kejadian secara sistematis dan akurat, mengenai sifat-sifat populasi atau daerah tertentu. Dalam penelitian deskriptif cenderung tidak perlu mencari atau menerangkan saling hubungan dan menguji hipotesis (Hardani et.al, 2020: 54).

Metode penelitian kuantitatif merupakan salah satu jenis penelitian yang spesifikasinya adalah sistematis, terencana, dan terstruktur dengan jelas sejak awal hingga pembuatan desain penelitiannya. Definisi lain menyebutkan penelitian kuantitatif adalah penelitian yang banyak menuntut penggunaan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data tersebut, serta penampilan dari hasilnya. Demikian pula pada tahap kesimpulan penelitian akan lebih baik bila disertai dengan gambar, tabel, grafik, atau tampilan lainnya (Siyoto dan Sodik, 2015: 17).

3.2. Populasi Penelitian

Populasi adalah keseluruhan gejala/satuan yang ingin diteliti (Priyono, 2016: 104). Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek/subyek yang memiliki kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk

dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Siyoto dan Sodik, 2015: 63).

Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah:

No.	Tahun	Jumlah Nasabah	Pengguna Layanan <i>Internet Banking</i>
1.	2018	3335	1721
2.	2019	4170	2400
3.	2020	741	241

Sumber: Data Langsung Dari *Customer Service* PT. BRI Syariah Kantor Cabang Unit Suka Makmur

Berdasarkan tabel itu, maka populasi yang diambil dalam penelitian ini yaitu data pengguna layanan *internet banking* pada tahun 2020 sebanyak 241 orang nasabah pada PT. Bank BRI Syariah Kantor Cabang suka Makmur yang menggunakan layanan *internet banking*.

3.3. Sampel Penelitian

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut, ataupun bagian kecil dari anggota populasi yang diambil menurut prosedur tertentu sehingga dapat mewakili populasinya. Arikunto menyatakan bahwa sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti. Jika kita hanya akan meneliti sebagian dari populasi, maka penelitian tersebut disebut penelitian sampel (Siyoto dan Sodik, 2015: 64).

Penentuan sampel dalam penelitian dari populasi di atas menggunakan rumus Slovin. Rumus Slovin dapat dipakai untuk menentukan ukuran sampel, dengan syarat: (pustaka.unpad.ac.id).

1. Hanya jika penelitian bertujuan untuk yang menduga proporsi populasi
2. Rumus Slovin hanya dapat digunakan apabila diasumsikan tingkat kepercayaan 95% (tingkat signifikansi 5%)
3. Nilai galat pendugaan didasarkan atas pertimbangan peneliti.

Berdasarkan hal itu, adapun rumus Slovin adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

n= Ukuran sampel

N= Ukuran Populasi

e²= eror (0,1 atau 10%).

$$n = \frac{241}{1+241(0,1)^2} = 70,674 = 71 \text{ orang}$$

Berdasarkan kajian dari rumus Slovin di atas, maka dapat dinyatakan bahwa adapun sampel dalam penelitian ini berjumlah 71 orang dari 241 nasabah pengguna layanan *internet banking* pada PT. Bank BRI Syariah Kantor Cabang suka Makmur.

3.3.1. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*, dimana teknik pengambilan sampel sesuai dengan kriteria yang dibutuhkan berdasarkan tujuan penelitian. *Purposive sampling* yaitu suatu

teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu atau seleksi khusus (Siyoto dan Sodik, 2015: 66). Adapun pertimbangan tertentu pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah yang menjadi responden harus nasabah aktif dan telah menjadi pengguna *internet banking* dalam jangka waktu minimal 6 bulan.

3.4. Jenis dan Sumber Data

Data adalah fakta empirik yang dikumpulkan oleh peneliti untuk kepentingan memecahkan masalah atau menjawab pertanyaan penelitian. Data penelitian dapat berasal dari berbagai sumber yang dikumpulkan dengan menggunakan berbagai teknik selama kegiatan penelitian berlangsung. Data merupakan sesuatu yang belum mempunyai arti bagi penerimanya dan masih memerlukan adanya suatu pengolahan (Siyoto dan Sodik, 2015: 67). Adapun Jenis dan sumber data dalam penelitian ini terbagi menjadi 2 (dua) yaitu:

3.4.1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh peneliti secara langsung dari sumber datanya. Data primer disebut juga sebagai data asli atau data baru yang memiliki sifat *up to date*. Untuk mendapatkan data primer, peneliti harus mengumpulkannya secara langsung. Teknik yang dapat digunakan peneliti untuk mengumpulkan data primer antara lain observasi, wawancara, diskusi terfokus (*focus grup discussion*) dan penyebaran kuesioner (Siyoto dan Sodik, 2015: 67-68).

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari responden. Responden dalam penelitian ini adalah nasabah PT. BRI Syariah Kantor Cabang Unit Suka Makmur yang menggunakan layanan *internet banking* dengan mengajukan kuesioner terhadap mereka.

3.4.2. Data Sekunder

Data Sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan peneliti dari berbagai sumber yang telah ada (peneliti sebagai tangan kedua). Data sekunder dapat diperoleh dari berbagai sumber seperti buku, laporan, jurnal, dan lain-lain. (Siyoto dan Sodik, 2015: 68). Data sekunder merupakan data yang sifatnya data yang mendukung data primer yang didapat melalui, dokumen-dokumen, jurnal, buku dan skripsi yang bersangkutan dengan penelitian yang akan peneliti lakukan.

3.5. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Adapun teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah:

3.5.1. Kuesioner

Kuesioner adalah lembaran yang berisi beberapa pertanyaan dengan struktur yang baku (Priyono, 2016: 43). Hadjar menyatakan angket (kuesioner) merupakan suatu daftar pertanyaan atau pernyataan tentang topik tertentu yang diberikan kepada subyek,

baik secara individual atau kelompok untuk mendapatkan informasi tertentu seperti preferensi, keyakinan, minat, dan perilaku (Syahrudin dan Salim, 2012: 135).

Berdasarkan hal itu, dapat dinyatakan bahwa kuesioner adalah lembaran pernyataan yang berdasarkan pertanyaannya terdiri dari dua bentuk yaitu kuesioner dengan pertanyaan terbuka atau kuesioner dengan pertanyaan tertutup atau kombinasi keduanya. Pertanyaan terbuka memungkinkan penjelasan yang panjang dan mendalam sementara dalam pertanyaan tertutup jawaban unit analisis sudah dibatasi sehingga memudahkan dalam perhitungan-perhitungan (Syahrudin dan Salim, 2012: 136). Dalam penelitian ini kuesioner secara *offline* akan diberikan kepada nasabah PT. BRI Syariah Kantor Cabang Unit Suka Makmur.

3.6. Skala Pengukuran

Skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif. Untuk mengukur instrument pada penelitian ini, peneliti menggunakan skala likert. Skala Likert berisi pernyataan yang sistematis untuk menunjukkan sikap seorang responden terhadap pernyataan itu. Indeks ini mengasumsikan bahwa masing-masing kategori jawaban ini memiliki intensitas yang sama (Priyono, 2016: 96).

Skala yang digunakan dalam tes ini menggunakan modifikasi skala Likert dengan interval 1 s/d 5 dan 5 alternatif jawaban, dengan pemberian bobot skor jawaban yang dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3.1.
Tabel Skala Likert

Alternatif Jawaban	Kategori
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Netral	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

3.7. Variabel Penelitian

Variabel adalah sesuatu yang berbeda atau bervariasi yaitu sebagai simbol atau konsep yang diasumsikan sebagai seperangkat nilai-nilai. Variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Pada penelitian ini menggunakan 2 (dua) variabel penelitian yaitu:

3.7.1. Variabel Independen

variabel independen menurut (Sugiyono, 2012: 34) merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Variabel independen dalam penelitian ini yaitu kualitas layanan *internet banking*.

3.7.2. Variabel Dependen

Variabel dependen menurut (Sugiyono, 2012: 39) adalah variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Variabel dependen dalam penelitian ini yaitu kepuasan nasabah.

3.8. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel adalah bagaimana menemukan dan mengukur variabel tersebut dilapangan dengan merumuskan secara singkat dan jelas. Serta tidak menimbulkan berbagai penafsiran-penafsiran lain. Pernyataan dalam angket untuk variabel dalam penelitian ini diukur menggunakan skala likert, yaitu skala yang digunakan untuk mengukur setiap variabel yang berisi 1-4 interval jawaban. Adapun operasional variabel dalam penelitian ini adalah sebagaimana yang tertera dalam tabel berikut:

Tabel 3.2.
Definisi Operasional Variabel

No.	Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala Pengukuran
1.	Kualitas layanan internet banking (X)	Kualitas layanan internet banking adalah upaya produsen untuk dapat memenuhi kebutuhan dan	1. Memenuhi harapan 2. Pandangan ke depan 3. Perbaikan 4. Perhatian (Hardiyansyah, 2011: 50).	Skala Likert (1-5)

		keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan mengenai layanan <i>internet banking</i> (Yusnaini, 2010: 2).		
2.	Kepuasan Nasabah (Y)	Kepuasan nasabah adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dia rasakan dengan harapannya (Yusnaini, 2010: 3).	1. Penggunaan kembali jasa 2. Ulasan yang baik 3. Menciptakan citra merek 4. Penggunaan produk yang lain dari bank yang sama	

3.9. Uji Instrumen Penelitian

Adapun uji instrumen yang dilakukan dalam penelitian ini adalah:

3.9.1. Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2012: 267) uji validitas adalah suatu langkah pengujian yang dilakukan terhadap isi dari suatu instrumen, dengan tujuan untuk mengukur ketepatan instrumen yang digunakan dalam suatu penelitian. uji validitas diperuntukkan guna mengukur terkait dengan valid atau tidaknya suatu kuesioner. Adapun kriteria penilaian uji validitas adalah :

1. apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ (pada taraf signifikansi $\alpha = 0,05$), maka dapat dikatakan item kuesioner tersebut valid.
2. apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$ (pada taraf signifikansi $\alpha = 0,05$), maka dapat dikatakan item kuesioner tersebut tidak valid.

Berdasarkan penjelasan di atas, untuk mengetahui apakah nilai korelasi tiap pertanyaan itu signifikan, maka dapat dilihat pada tabel nilai produk moment atau menggunakan spss untuk mengujinya. Untuk butir pertanyaan yang tidak valid harus dibuang atau tidak dipakai sebagai instrumen pertanyaan.

3.9.2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dipergunakan demi mengukur indikator dari variabel-variabel penelitian yang terdapat dalam kuesioner. Dinyatakan reliabel atau handal jika jawaban seorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Untuk mengukur reabilitas menggunakan uji statistik *cronbach alpha*.

Suatu variabel reliabel jika nilai *cronbach alpha* lebih besar dari 0,6 (Sunyato, 2014: 125).

3.10. Teknik Analisis Data

Adapun teknik analisis data dalam penelitian ini adalah menggunakan uji asumsi klasik, yaitu tahapan yang penting dilakukan dalam proses analisis regresi. Tujuan dari uji asumsi klasik ini adalah untuk mengetahui hasil persamaan pada analisis regresi yang dihasilkan apakah telah memenuhi asumsi teoritis atau belum. Adapun uji asumsi klasik dalam penelitian ini adalah:

1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal (Ghozali, 2013:160). Ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak, yaitu dengan melalui analisis grafik dan uji statistik.

a. Analisis grafik

Untuk mengetahui normalitas residual yakni dapat melalui grafik histogram yang dimana dengan cara memperbandingkan antara data observasi dengan distribusi data yang mendekati distribusi normal. Metode yang lebih handal adalah dengan melihat normal *probability plot* yang membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal.

b. Analisis statistik

Uji statistik yang dapat digunakan untuk menguji normalitas residual adalah uji statistik non-parametrik *kolmogorov-smirnov* (K-S). Data residual berdistribusi normal jika memiliki nilai signifikansi lebih dari 0,05.

2. Uji Multikolineritas

Uji multikolineritas bertujuan untuk menguji apakah didalam model regresi ditemukan ada atau tidaknya kolerasi antar variabel bebas (*independent*). Model yang baik baik seharusnya tidak terjadi kolerasi diantara variabel independent. Deteksi ada atau tidaknya multikolineritas di dalam model regresi dapat dilihat dari besaran VIF (*variance inflation factor*) dan tolerance. Regresi bebas dari multikolineritas jika besar nilai $VIF < 10$ dan nilai $tolerance > 0,10$ (Ghozali, 2013: 105).

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bermaksud menyelidiki apakah di dalam model regresi adanya ketidaksamaan *variance* dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homokedastisitas dan jika berbeda disebut heterokedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homokedastisitas. Atau tidak terjadi heterokedastisitas (Ghozali, 2013: 139).

4. Uji Parsial (Uji T)

Menurut Sugiyono (2012: 223) uji parsial (uji t) merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah, yaitu yang

menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih. Rancangan pengujian hipotesis digunakan untuk mengetahui korelasi dari kedua variabel yang diteliti. Uji t dalam penelitian ini dilakukan untuk menguji pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat dengan kriteria bila signifikan $<0,05$ maka H_1 diterima namun sebaliknya jika signifikan $>0,05$ maka H_1 ditolak.



BAB IV

PEMBAHASAN DAN HASIL

1.1. Gambaran Umum PT. BRI Syariah Kantor Cabang Unit Suka Makmur

1.1.1. Sejarah Singkat PT. BRI Syariah

Berawal dari akuisisi PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk., terhadap Bank Jasa Arta pada 19 Desember 2007 dan setelah mendapatkan izin dari Bank Indonesia melalui suratnya Nomor 10/67/KEP.GBI/DpG/2008 pada 16 Oktober 2008, maka pada tanggal 17 November 2008 PT. Bank BRI Syariah secara resmi beroperasi. Pada awalnya berbentuk Unit Usaha Syariah yaitu unit kerja dari kantor pusat Bank Umum Konvensional yang berfungsi sebagai kantor induk dari kantor atau unit yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah. BRI konvensional sebagai induk dari BRI Syariah. Sejak tahun 2009 BRI Syariah memisahkan diri dari induknya BRI menjadi Bank Umum Syariah.

Kehadiran PT Bank BRI Syariah di tengah-tengah industri perbankan nasional dipertegas oleh makna pada cahaya yang mengikuti logo perusahaan. Logo ini menggambarkan keinginan dan tuntutan masyarakat terhadap sebuah bank modern sekelas PT Bank BRI Syariah yang mampu melayani masyarakat dalam kehidupan modern. Kombinasi warna yang digunakan merupakan turunan dari warna biru dan putih sebagai benang merah dengan brand PT Bank Rakyat Indonesia (Persero). Aktivitas PT Bank BRI

Syariah semakin kokoh setelah pada 19 Desember 2008 ditandatangani akta pemisahan Unit Usaha Syariah PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk untuk melebur ke dalam PT Bank BRI Syariah Tbk (proses *spin off*) yang berlaku efektif pada tanggal 1 Januari 2009. Penandatanganan dilakukan oleh Bapak Sofyan Basir selaku Direktur Utama PT Bank Rakyat Indonesia dan Bapak Ventje Rahardjo selaku Direktur Utama PT Bank BRI Syariah Tbk.

PT. Bank BRI Kantor Cabang Suka Makmur yang terletak di Jalan Banda Aceh-Medan Simpang Aneuk Galong, awalnya merupakan bank yang bersifat konvensional namun pada tahun 2019 bank ini dikonversikan menjadi bank syariah sebagaimana yang diamanatkan dalam Qanun Aceh Nomor 11 tahun 2018 tentang Lembaga Keuangan Syariah.

1.1.2. Visi dan Misi PT. BRI Syariah

5. Visi

Adapun yang menjadi visi dari PT. BRI Syariah adalah menjadi bank ritel modern terkemuka dengan ragam layanan finansial sesuai kebutuhan nasabah dengan jangkauan termudah untuk kehidupan lebih bermakna.

6. Misi

Adapun misi dari PT. BRI Syariah adalah:

- a. Memahami keragaman individu dan mengakomodasi beragam kebutuhan finansial nasabah.
- b. Menyediakan produk dan layanan yang mengedepankan etika sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.

- c. Menyediakan akses ternyaman melalui berbagai sarana kapan pun dan dimana pun.
- d. Memungkinkan setiap individu untuk meningkatkan kualitas hidup dan menghadirkan ketenteraman pikiran.

Berdasarkan visi dan misi di atas, PT. BRI Syariah saat ini telah berkembang secara cukup signifikan dengan tetap berkontribusi menjadi bank yang lebih modern dan lebih dikenal serta menumbuhkan minat masyarakat untuk turut serta menjadi nasabah yang aktif dalam penggunaan produk perbankan. meski demikian, masih terdapat beberapa kendala yang dialami oleh nasabah dalam penggunaan layanan yang disediakan oleh bank tersebut.

1.1.3. Produk PT. BRI Syariah

Berdasarkan (eform.brisyariah.co.id) adapun yang menjadi produk dari Bank BRI Syariah adalah:

1. Rekening tabungan faedah yaitu produk simpanan dari BRISyariah untuk nasabah perorangan yang menginginkan kemudahan transaksi keuangan sehari-hari.
2. Rekening tabungan impian yaitu produk simpanan berjangka dari BRI Syariah untuk nasabah perorangan yang dirancang untuk mewujudkan impian nasabahnya. (kurban, pendidikan, liburan, belanja).
3. Rekening tabungan Haji yaitu produk simpanan dari BRI Syariah bagi calon jemaah Haji Reguler yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan biaya perjalanan ibadah haji (BPIH).

4. Rekening deposito produk investasi berjangka dari BRI Syariah bagi nasabah perorangan maupun perusahaan yang memberikan keuntungan optimal.

Produk-produk dari perbankan Syariah di atas, sangat memberikan kemudahan bagi nasabah. Produk tabungan faedah dapat membantu nasabah menyimpan uang dalam bentuk tabungan, sedangkan produk rekening tabungan impian dan tabungan haji dapat membantu nasabah untuk program masa depan serta rekening deposito yang dapat menguntungkan nasabah dalam bagian investasi.

1.2. Pengaruh Kualitas Layanan *Internet Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. BRI Syariah Kantor Cabang Unit Suka Makmur

Layanan *internet banking* dapat dinilai baik jika nasabah merasa puas akan kualitas yang diberikan oleh pihak bank yang terkait. Kepuasan nasabah dapat dilihat dari berbagai aspek, dan kepuasan itu sangat bergantung dari diri seorang nasabah, hal ini dikarenakan prinsip kepuasan antara satu nasabah dengan nasabah lainnya berbeda tergantung dengan situasi dan kondisi dari nasabah itu sendiri. Berikut adalah deskripsi pengguna *internet banking* yang menjadi responden dalam penelitian ini:

1.2.1. Deskripsi Responden

Deskripsi responden merupakan suatu proses mendeskripsikan para responden yang didasarkan pada usia, jenis

kelamin, dan pekerjaan. Adapun yang menjadi responden yang diperoleh dari hasil pengumpulan data melalui kuesioner yang disebarkan secara langsung kepada nasabah PT. BRI Syariah Kantor Cabang Suka Makmur adalah sebanyak 71 (tujuh puluh satu) orang yaitu dengan deskripsi sebagai berikut:

1. Usia

Adapun data usia nasabah yang menjadi responden dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4.1.
Usia Responden

No.	Usia	Jumlah	Persentase
1.	≤ 20 Tahun	11	15,5 %
2.	21-30 Tahun	26	36,6 %
3.	31-40 Tahun	23	32,4 %
4.	41-50 Tahun	9	12,7 %
5.	≥ 51 Tahun	2	2,8 %
Total		71	100%

Sumber: Data diolah oleh penulis, 2021.

Berdasarkan data tersebut dapat diketahui bahwa jumlah responden yang berusia ≤ 20 tahun adalah 11 orang (15,5%) selanjutnya untuk responden 21-30 tahun sejumlah 26 orang (36,6%), kemudian kategori 31-40 tahun sejumlah 23 orang (32,4%) lalu untuk responden 41-50 tahun sejumlah 9 orang (12,7%) dan terakhir kategori responden ≥ 51 tahun sejumlah 2 orang (2,8%). Berdasarkan hal itu dapat dinyatakan bahwa responden terbesar didominasi oleh rentangan usia 21-30 tahun.

2. Jenis Kelamin

Adapun data jenis kelamin yang menjadi responden dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4.2.
Jenis Kelamin Responden

No.	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1.	Perempuan	33	46,48%
2.	Laki-laki	38	53,52%
Total		71	100%

Sumber: Data diolah oleh Penulis, 2021.

Berdasarkan data pada tabel di atas, dapat diketahui bahwa jumlah responden yang berjenis kelamin perempuan berjumlah 33 orang dengan presentase sebesar 46,48%, kemudian responden yang berjenis kelamin laki-laki berjumlah 38 atau sebesar 53,32% . dengan demikian dapat dinyatakan bahwa jumlah responden laki-laki lebih besar dibandingkan perempuan dengan perbedaan sejumlah 5 orang atau 7,04 %.

3. Pekerjaan

Adapun daftar pekerjaan yang dilakukan oleh responden adalah sebagai berikut:

Tabel 4.3
Pekerjaan Responden

No.	Pekerjaan	Jumlah	Presentase
1.	Wiraswasta	12	16,90 %
2.	Karyawan Swasta	15	21,13 %
3.	Mahasiswa	14	19,72 %
4.	PNS dan Pegawai BUMN	16	22,53 %
5.	Lainnya	14	19,72 %
Total		71	100%

Sumber: Data diolah oleh Penulis, 2021.

Berdasarkan tabel di atas, dapat dinyatakan bahwa terdapat 12 orang responden merupakan wiraswasta (16,90%), selanjutnya 15 responden bekerja sebagai karyawan swasta (21,13%), lalu terdapat 14 responden yang berstatus mahasiswa atau dengan persentase sebesar (19,72%), kemudian ada responden yang mempunyai pekerjaan sebagai Pegawai Negeri Sipil (PNS) dan Pegawai Badan Usaha Milik Negara (BUMN) sejumlah 16 orang (22,53%) dan pekerjaan lainnya mencapai 14 orang (19,72%). Oleh karena itu, dapat dinyatakan bahwa persentase jumlah responden terbanyak adalah didominasi oleh PNS dan Pegawai BUMN.

1.2.2. Instrumen Penelitian

Hasil pengujian instrumen dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk melihat ketepatan dan kecermatan suatu instrumen pengukur di dalam melakukan fungsi ukurnya. Penelitian ini menggunakan taraf signifikan 5% dengan uji dua arah. Berikut adalah perhitungan r tabel dengan jumlah responden 71 orang berdasarkan rumus *Degree of freedom* (df):

$Degree\ of\ freedom$	$= n-2$
	$= 71-2$
	$= 69$

Berdasarkan hasil *degree of freedom* (df) di atas maka didapati bahwa nilai r tabel adalah sebesar 0,2335. Jika r hitung > r

tabel, maka item pertanyaan dapat dinyatakan valid, jika r hitung $<$ r tabel maka item pertanyaan dinyatakan tidak valid. Adapun setelah dilakukan uji validitas terhadap kuesioner yang diberikan kepada nasabah berikut adalah hasilnya:

Tabel 4.4
Uji Validitas

Variabel	Item Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
Kualitas layanan internet banking (x)	1	0,712	0,2335	Valid
	2	0,801	0,2335	Valid
	3	0,825	0,2335	Valid
	4	0,572	0,2335	Valid
	5	0,306	0,2335	Valid
	6	0,891	0,2335	Valid
	7	0,299	0,2335	Valid
Kepuasan Nasabah (Y)	8	0,879	0,2335	Valid
	9	0,272	0,2335	Valid
	10	0,904	0,2335	Valid
	11	0,725	0,2335	Valid
	12	0,259	0,2335	Valid
	13	0,908	0,2335	Valid

Sumber: Data diolah oleh Penulis, 2021.

Berdasarkan tabel di atas, setelah dilakukan uji validitas terhadap pertanyaan dan jawaban yang diberikan oleh 71 (tujuh puluh satu) orang responden terhadap kualitas layanan internet banking dan kepuasan nasabah, maka dapat dinyatakan bahwa semua pertanyaan yang ada pada kolom r hitung $>$ r tabel dan

bernilai positif. Dengan demikian item pernyataan tersebut dapat dinyatakan semuanya valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas terhadap pertanyaan dan jawaban yang diberikan oleh 71 (tujuh puluh satu) orang responden berdasarkan daftar tabel 4.4, dilakukan dengan uji statistik *cronbach alpha*. Suatu variabel dikatakan reliabel jika memiliki nilai *cronbach alpha* $> 0,60$. Berikut adalah daftar tabel mengenai uji reliabilitas:

Tabel 4.5.
Uji Reliabilitas

Variabel	Jumlah Item	Cronbach Alpha	Keterangan
Kualitas layanan <i>internet banking</i> (X)	7	0,759	Reliabel
Kepuasan Nasabah (Y)	6	0,763	Reliabel

Sumber: Data diolah oleh Penulis, 2021.

Berdasarkan data dari tabel di atas, maka dapat dinyatakan pengujian reabilitas terhadap variabel x dan y didapati *cronbach alpha* yaitu 0,636 dengan demikian dapat dinyatakan bahwa variabel di atas reliabel karena melebihi 0,60.

1.2.3. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah uji untuk mengetahui normal atau tidaknya suatu distribusi data. Pada data ini uji normalitas data dilakukan dengan menggunakan tes Kolmogorov Smirnov. Berdasarkan hal itu, secara signifikansi jika nilai signifikansi $<0,05$, dapat dinyatakan distribusi data tidak normal, namun jika nilai signifikansi $>0,05$, distribusi normal. Berikut adalah hasil pengujian tersebut:

Tabel 4.6.
Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov

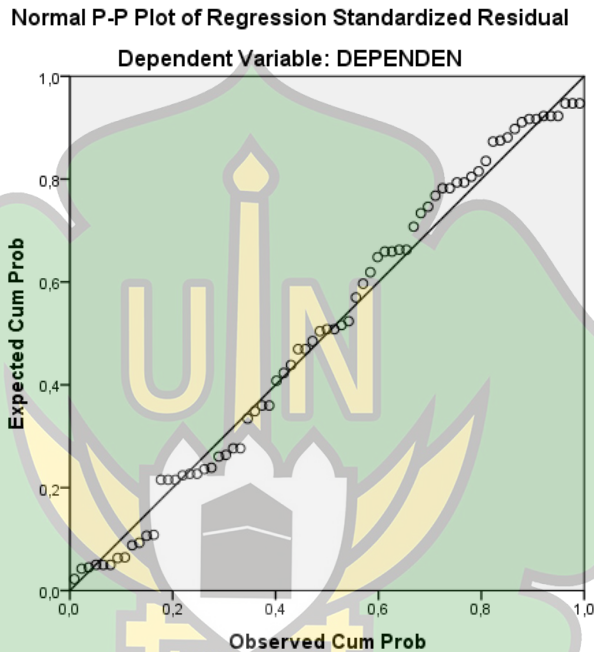
		Unstandardized Residual
N		71
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	3,51560452
Most Extreme Differences	Absolute	,066
	Positive	,063
	Negative	-,066
Kolmogorov-Smirnov Z		,553
Asymp. Sig. (2-tailed)		,920

Sumber: data diolah oleh penulis, 2021.

Berdasarkan tabel di atas, maka dapat dinyatakan bahwa setelah dilakukan uji normalitas *one sample kolmogorov Smirnov test* maka diperoleh angka *Asymp.sig (2-tailed)* sebesar 0,920. Berdasarkan aturan signifikasi maka dapat dinyatakan pengujian data berdistribusi secara normal karena $>0,05$. Berikut adalah uji normalitas dengan metode gambar grafik, yaitu dengan melihat penyebaran data pada sumbu diagonal pada *grafik normal P-P*

Plot of Regression Standardized Residual. Jika titik-titik menyebar sekitar garis dan mengikuti garis diagonal maka nilai residual tersebut telah normal.

Gambar 4.1.



Sumber: Data diolah oleh Penulis, 2021.

Berdasarkan output di atas, diketahui bahwa titik-titik plotting yang terdapat pada grafik *Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual* selalu mengikuti dan mendekati garis diagonalnya. Oleh karena itu, sebagaimana dasar atau pedoman pengambilan keputusan dalam uji normalitas teknik *probability plot* dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal.

2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas (multikolinearitas). Berikut adalah daftar tabel hasil uji multikolinearitas:

Tabel 4.7.
Uji Multikolinearitas

Model		Collinearity Statistics	
1	Constant	Tolerance	VIF
	Layanan Internet Banking (y) (independent)	1,000	1,000

Sumber: Data diolah oleh penulis, 2021.

Berdasarkan tabel pengujian multikolinearitas disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas. Karena nilai *tolerance* semua independen (layanan *internet banking*) lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF semua variabel independen lebih kecil dari 10,00.

3. Uji Heteroskedastisitas

Tabel 4.8
Uji Heteroskedastisitas

Model	T	Sig.
(Constant)	0,605	0,407
1 Layanan Internet Banking (independent)	0,115	0,909

Sumber: data diolah oleh Penulis, 2020.

Berdasarkan tabel heteroskedastisitas dapat diketahui bahwa nilai signifikansi variabel independen (layanan *internet banking*) setelah dilakukan test heteroskedastisitas didapati 0,909 atau $> 0,05$ dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas pada model regresi.

1.2.4. Pengujian Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan dengan uji parsial (uji t). Uji t berguna untuk menguji apakah ada pengaruh antara kualitas layanan *internet banking* dengan kepuasan nasabah. Uji t atau parsial pada dasarnya digunakan untuk menunjukkan pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen. Besarnya angka dengan ketentuan signifikansi 0,05 dan $dk = n - 2$, yaitu $dk = 71 - 2 = 69$. Sehingga diperoleh nilai r_{tabel} sebesar 1.66724. Berikut adalah tabel hasil uji t:

Tabel 4.9
Uji T

Model	T	Df	Sig. (2-tailed)
Hubungan Kualitas Layanan Internet Banking (y) Dengan kepuasan nasabah	5,809	70	,000

Sumber: data diolah oleh penulis, 2021.

Berdasarkan data pada tabel di atas, maka diketahui bahwa nilai t_{hitung} sebesar 5,809 yang artinya $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($5,809 > 1.66724$). Kemudian karena nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, maka sesuai dengan dasar pengambilan keputusan dalam uji t dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima. Oleh karena itu maka dapat dinyatakan bahwa terdapat pengaruh antara kualitas layanan *internet banking* dengan kepuasan nasabah atau H_1 diterima.

1.3. Pembahasan dan Hasil Penelitian

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa terdapat pengaruh antara kualitas layanan *internet banking* dengan kepuasan nasabah yaitu dilihat dari nilai t_{hitung} sebesar 5,809 yang artinya $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($5,809 > 1.66724$). Kemudian karena nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, maka sesuai dengan dasar pengambilan keputusan dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima (H_1 diterima).

Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan *internet banking* yang berkaitan dengan keamanan, efisiensi transaksi, kemudahan penggunaan, privasi, performa, desain website, serta konsistensi dalam layanan sangat mempengaruhi kepuasan nasabah terutama yang berkaitan dengan kenyamanan, kualitas layanan, kualitas produk, faktor emosional, serta kemudahan dan strategi pemasaran.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Safitri (2018) yang menunjukkan bahwa ada pengaruh antara kualitas layanan *Internet banking* terhadap kepuasan nasabah setelah dilakukan analisis regresi linier Sederhana. Selain itu, penelitian lainnya yang dilakukan oleh Paju (2011) menemukan bahwa kualitas layanan *internet banking* secara simultan dapat mempengaruhi tingkat kepuasan nasabah.

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan penelitian yang telah dilakukan, maka kesimpulan dari penelitian ini adalah terdapat pengaruh antara kualitas layanan *internet banking* dengan kepuasan nasabah yaitu dilihat dari nilai t_{hitung} sebesar 5,809 yang artinya $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($5,809 > 1.66724$). penelitian ini sesuai yang telah dilakukan oleh Safitri (2018) yang menyatakan bahwa ada pengaruh antara kualitas layanan *Internet banking* terhadap kepuasan nasabah setelah dilakukan analisis regresi linier Sederhana.

5.2.Saran

Ada beberapa saran yang dapat penulis sampaikan pada tulisan karya ilmiah ini, yaitu:

1. Bagi Peneliti Selanjutnya

Pada peneliti selanjutnya disarankan agar menambahkan beberapa variabel penelitian baik variabel independen maupun dependen sehingga hasil penelitiannya dapat berjalan lebih baik lagi.

2. Bagi Akademisi

Bagi akademisi diharapkan agar dapat menambah wawasan mengenai kualitas layanan *internet banking* dan kepuasan nasabah dengan cara membaca buku-buku yang relevan, serta mencari

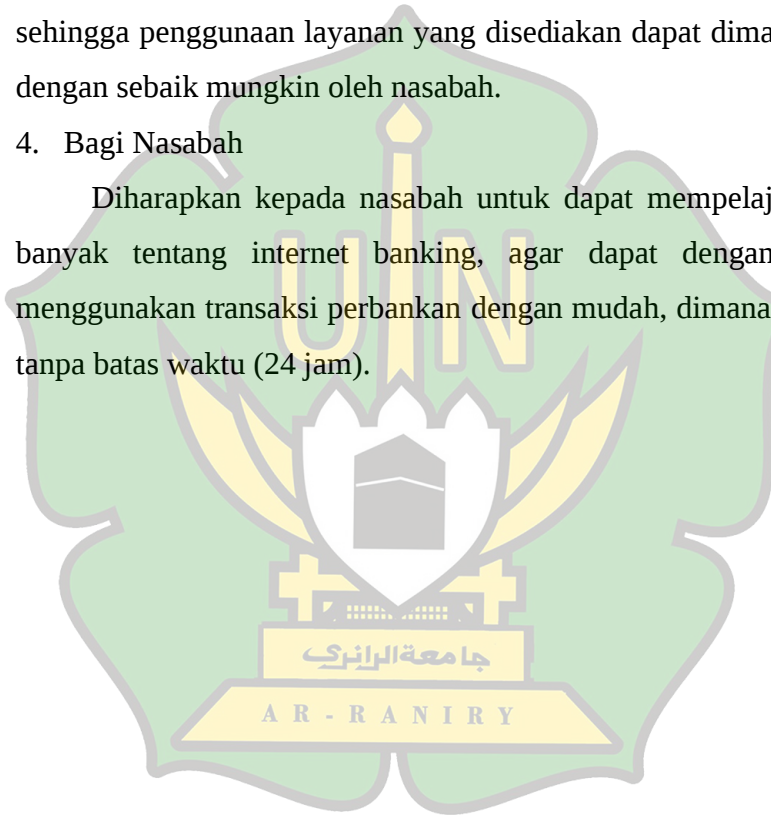
sumber informasi yang lebih lengkap yang berkaitan dengan kualitas layanan *internet banking*, dan kepuasan nasabah

3. Bagi Instansi Penelitian

Diharapkan kepada PT. BRI Kantor Cabang Suka Makmur untuk dapat meningkatkan kualitas layanan *internet banking* sehingga penggunaan layanan yang disediakan dapat dimanfaatkan dengan sebaik mungkin oleh nasabah.

4. Bagi Nasabah

Diharapkan kepada nasabah untuk dapat mempelajari lebih banyak tentang *internet banking*, agar dapat dengan mudah menggunakan transaksi perbankan dengan mudah, dimana saja dan tanpa batas waktu (24 jam).



DAFTAR PUSTAKA

- Al Azhar, A., (2010). *Peranan Total Quality Manajemen (Tqm) Dalam Meningkatkan Daya Saing*. Vol. 2 No. 1. Pekanbaru: Kampus Bina Widya Simpang Baru.
- Ascarya, (2006). *Akad dan Produk Bank Syariah: Konsep dan Praktek di Beberapa Negara*. Jakarta: Bank Indonesia.
- Cermati. (2020). <https://www.cermati.com/artikel/internet-banking-fitur-kelebihan-dan-kekurangannya>.
- Daga, R. (2017). *Citra, Kualitas, Produk dan Kepuasan Pelanggan*. Makassar: Global Research and Consulting Institute.
- Danuprata, G. (2013). *Buku Ajar Manajemen Perbankan Syariah*. Jakarta: Salemba Empat.
- Firmansyah, A., (2018). *Perbandingan Kualitas Pelayanan Mobile Banking Pada Bank Syariah Mandiri Dan Bri Syariah*. Yogyakarta: Skripsi Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.
- Ghozali, I. (2013). *Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hardani, Andriani, A., Ustiawaty J., ... Auliya., N, H. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu Group.
- Hardiyansyah. (2011). *Kualitas Pelayanan Publik*. Yogyakarta: Gava Media.
- Ide Bisnis. (2018). diakses dari <https://idebisnis.org/share-kelebihan-dan-kekurangan-bri-syariah-2018/>.

Internet Bank BRI Syariah. (2020). diakses dari <https://ibank.brisyariah.co.id/files/syarat1.html>.

Jawas, F. K. E., dan Abdullah. (2015). *Pengaruh Kualitas Layanan BNI Internet Banking Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Nasabah Pengguna BNI Internet Banking di Kota Bandung)*. Jawa Barat: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Telkom.

Kementerian Kesehatan RI. (2020). *Pedoman Pencegahan dan Pengendalian Corona Virus Disease 2019*. (Jakarta: Direktorat Jenderal dan Pengendalian Penyakit).

Khatimah, K. (2011). *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Nasabah BRI Cabang Semarang Pattimura)*. Semarang: Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.

Mulyawan, R. (2016). *Birokrasi dan Pelayanan Publik*. Bandung: Unpad Press.

Nugraha Setiawan, (2007), diakses dari <http://pustaka.unpad.ac.id/archives/6736>.

Priyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Sidoarjo: Zifatama Publishing.

PT. BRI Syariah, (2017), *Produk BRI Syariah*, diakses dari <http://eform.brisyariah.co.id/rekening/tabungan>.

Putri, B. R. T., (2017). *Manajemen Pemasaran*. Denpasar: Universitas Udayana.

R. Paju, A., (2011). *Pengaruh Kualitas Layanan Internet Banking Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Perbankan di Denpasar*. Vol. 1 No. 1. Surabaya: Pascasarjana STIE Perbanas Surabaya.

- Repository UIN SUSKA. (2011). <http://repository.uin-suska.ac.id/4139/3/BAB%20II.pdf>.
- RRI. (2021). <https://rri.co.id/banda-aceh/ragam/1041960/yara-keluhan-nasabah-bank-syariah-efek-dari-tindakan-pemerintah-aceh>.
- S. Barusman, M. Y. (2010). *Pemanfaatan E-Banking Dalam Industri Perbankan Ditinjau Dari Structure-Conduct-Performance Paradigm Di Indonesia*, Vol. 1 No. 1. Bandar Lampung: Fakultas Ekonomi dan Program Pasca Sarjana Universitas Bandar Lampung.
- Safitri, F. N. E. (2018). *Pengaruh Kualitas Layanan Internet Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT Bank Negara Indonesia Persero Tbk Kc Madiun*. Vol. 6 No. 1, Madiun: Pendidikan Ekonomi FKIP universitas PGRI Madiun.
- Seputar Pengetahuan. (2017), diakses dari <https://www.seputarpengetahuan.co.id/2017/11/pengertian-e-banking-manfaat-jenis-layanan-penerapan-hambatan-contoh.html>.
- Shinta, A., (2011). *Manajemen Pemasaran*. Malang: Universitas Brawijaya Press.
- Siyoto, S dan Sodik, M. A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Karanganyar: Literasi Media Publishing.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sutarto, HP. (2015). *Manajemen Mutu Terpadu (MMT-TQM) Teori dan Penerapan di Lembaga Pendidikan*. Yogyakarta: UNY Press.

- Yudiana, F. E. (2014). *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*. Jawa Tengah: STAIN Salatiga Press.
- Syahrum dan Salim. (2012). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Cita Pustaka Media.
- Taufiqurokmah dan Satispi, E. (2018). *Teori dan Pengembangan Manajemen Pelayanan Publik*. Tangerang Selatan: UMJ Press.
- Yusnaini. (2010). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Internet Banking Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen Pada Bank Swasta*. Vol. 2 No. 1. Palembang: Fakultas Ekonomi Universitas IBA.



Lampiran I

KUESIONER

Survey Kualitas Layanan *Internet Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bri Syariah Kantor Cabang Unit Suka Makmur

No. Responden:

Anda diminta untuk memberi tanda (X) untuk menjawab pertanyaan ini.

A. Usia

- | | |
|--------------------|--------------------|
| 1. ≤ 20 Tahun | 4. 41 – 50 Tahun |
| 2. 21 - 30 Tahun | 5. ≥ 51 Tahun |
| 3. 31 - 40 Tahun | |

B. Jenis Kelamin

- | | |
|--------------|--------------|
| 1. Laki-laki | 2. Perempuan |
|--------------|--------------|

C. Pekerjaan

- | | |
|---------------|-------------|
| 1. Wiraswasta | 2. Karyawan |
| 3. Mahasiswa | 5. Lainnya |
| 4. PNS-BUMN | |

I. Petunjuk pengisian Bacalah kuisisioner penelitian ini dengan baik, berilah tanda ceklist (✓) pada salah satu jawaban tersedia yang menurut anda sesuai dan berdasarkan pengalaman Saudara sebagai pengguna fasilitas pelayanan internet banking

Alternatif Jawaban :

1 = Sangat tidak puas

2 = Tidak puas

3 = Netral

4 = Puas

5= Sangat puas

No	PERNYATAAN	PILIHAN JAWABAN				
		1	2	3	4	5
1.	Nasabah merasa puas atas layanan <i>internet banking</i> pada BRI Syariah Kantor Cabang Unit Suka Makmur dan akan menggunakannya kembali					
2.	Nasabah akan merekomendasikan kepada orang lain untuk menggunakan layanan <i>internet banking</i> pada BRI Syariah Kantor Cabang Unit Suka Makmur					
3.	Tampilan website didesain secara jelas, menarik, dan informatif.					
4.	Nasabah akan menggunakan bermacam produk yang disediakan pada BRI Syariah Kantor Cabang Unit Suka Makmur					
5.	Nasabah merasa aman dan nyaman menggunakan layanan <i>internet banking</i> pada BRI Syariah Kantor Cabang Unit Suka Makmur					
6.	Ketiadaan manipulasi informasi yang diterima nasabah					
7.	Kecepatan dan ketanggapan					

	karyawan dalam <i>layanan internet banking</i> pada BRI Syariah Kantor Cabang Unit Suka Makmur					
8.	Adanya layanan <i>contact centre</i> 24 jam					
9.	Keakuratan dan ketepatan catatan transaksi telah sesuai prosedur BRI Syariah Kantor Cabang Unit Suka Makmur					
10.	Transaksi melalui <i>internet banking</i> BRI Syariah Kantor Cabang Unit Suka Makmur dapat dipercaya					
11.	Penghematan waktu dengan menggunakan layanan <i>internet banking</i> pada BRI Syariah Kantor Cabang Unit Suka Makmur					
12.	Pihak BRI Syariah Kantor Cabang Unit Suka Makmur melakukan perbaikan terhadap <i>layanan internet banking</i> secara berkala dan menjaga kualitas layanan dengan baik					
13.	Layanan <i>internet banking</i> pada BRI Syariah Kantor Cabang Unit Suka Makmur memberikan kemudahan bagi nasabah					

Lampiran II

HASIL UJI INSTRUMEN PENELITIAN

4. Uji Validitas

a. Hasil Uji Validitas X

		Correlations							
		X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	XT
X1	Pearson								
	Correlati	1	,532**	,450**	,253*	,301*	,667**	,032	,712**
	on								
X2	Sig. (2-		,000	,000	,034	,011	,000	,790	,000
	tailed)								
	N	71	71	71	71	71	71	71	71
X3	Pearson								
	Correlati	,532**	1	,700**	,322**	,073	,849**	-,015	,801**
	on								
X4	Sig. (2-	,000		,000	,006	,546	,000	,901	,000
	tailed)								
	N	71	71	71	71	71	71	71	71
X5	Pearson								
	Correlati	,450**	,700**	1	,374**	,061	,843**	,105	,825**
	on								
X6	Sig. (2-	,000	,000		,001	,612	,000	,384	,000
	tailed)								
	N	71	71	71	71	71	71	71	71
X7	Pearson								
	Correlati	,253*	,322**	,374**	1	,095	,391**	,098	,572**
	on								
X8	Sig. (2-	,034	,006	,001		,432	,001	,414	,000
	tailed)								
	N	71	71	71	71	71	71	71	71

X5	Pearson								
	Correlati	,301*	,073	,061	,095	1	,098	,018	,306**
	on								
X6	Sig. (2-	,011	,546	,612	,432		,416	,885	,010
	tailed)								
	N	71	71	71	71	71	71	71	71
X7	Pearson								
	Correlati	,667**	,849**	,843**	,391**	,098	1	,016	,891**
	on								
XT	Sig. (2-	,000	,000	,000	,001	,416		,898	,000
	tailed)								
	N	71	71	71	71	71	71	71	71
	Pearson								
	Correlati	,032	-,015	,105	,098	,018	,016	1	,299*
	on								
	Sig. (2-	,790	,901	,384	,414	,885	,898		,011
	tailed)								
	N	71	71	71	71	71	71	71	71
	Pearson								
	Correlati	,712**	,801**	,825**	,572**	,306**	,891**	,299*	1
	on								
	Sig. (2-	,000	,000	,000	,000	,010	,000	,011	
	tailed)								
	N	71	71	71	71	71	71	71	71

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

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

b. Hasil Uji Validitas Y

Correlations							
	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	YT
Y1 Pearson							
Correlati	1	,079	,730**	,751**	,207	,736**	,879**
on							
Sig. (2-		,511	,000	,000	,084	,000	,000
tailed)							
N	71	71	71	71	71	71	71
Y2 Pearson							
Correlati	,079	1	,171	-,228	-,125	,193	,272*
on							
Sig. (2-	,511		,154	,056	,297	,106	,022
tailed)							
N	71	71	71	71	71	71	71
Y3 Pearson							
Correlati	,730**	,171	1	,549**	,013	,993**	,904**
on							
Sig. (2-	,000	,154		,000	,912	,000	,000
tailed)							
N	71	71	71	71	71	71	71
Y4 Pearson							
Correlati	,751**	-,228	,549**	1	,230	,553**	,725**
on							
Sig. (2-	,000	,056	,000		,053	,000	,000
tailed)							
N	71	71	71	71	71	71	71
Y5 Pearson							
Correlati	,207	-,125	,013	,230	1	-,003	,259*
on							

Y6	Sig. (2-tailed)	,084	,297	,912	,053		,977	,029
	N	71	71	71	71	71	71	71
	Pearson							
	Correlati on	,736**	,193	,993**	,553**	-,003	1	,908**
YT	Sig. (2-tailed)	,000	,106	,000	,000	,977		,000
	N	71	71	71	71	71	71	71
	Pearson							
	Correlati on	,879**	,272*	,904**	,725**	,259*	,908**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,022	,000	,000	,029	,000	
	N	71	71	71	71	71	71	71

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

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

5. Uji Reliabilitas

a. Hasil uji Realibilitas X

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,759	7

b. Hasil Uji Realibilitas Y

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,763	6

Lampiran III

HASIL UJI ASUMSI KLASIK

1. Hasil Uji Normalitas

	Unstandardized Residual
N	71
Normal Parameters ^{a,b}	Mean 0E-7
	Std. Deviation 3,51560452
Most Extreme Differences	Absolute ,066
	Positive ,063
	Negative -,066
Kolmogorov-Smirnov Z	,553
Asymp. Sig. (2-tailed)	,920

2. Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	30,713	3,990		7,698	,000		
Independent	-,115	,124	-,110	-,921	,360	1,000	1,000

a. Dependent Variable: dependent

3. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1,565	2,585		,605	,547
Independent	-,009	,081	-,014	-,115	,909

a. Dependent Variable: res2

Lampiran IV

HASIL PENGUJIAN HIPOTESIS

Hasil Uji Parsial (Uji T)

Paired Samples Test								
	Paired Differences					t	df	Sig. (2-tailed)
	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	95% Confidence Interval of the Difference				
				Lower	Upper			
X-Y	3,45070	5,00511	,59400	2,26601	4,63539	5,809	70	,000

